

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ПРИАЗОВСЬКИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК**

Електронний науковий журнал

6(17) 2019

**Запоріжжя
2019**

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

Гальцова Ольга Леонідівна – доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри національної економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин Класичного приватного університету).

Члени редакційної колегії:

Бондаренко Світлана Анатоліївна – доктор економічних наук (старший науковий співробітник відділу ринкових механізмів і структур Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України).

Виговська Валентина Вікторівна – доктор економічних наук, професор (професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Національного університету «Чернігівська політехніка»).

Козирєва Олена Вадимівна – доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри менеджменту і адміністрування Національного фармацевтичного університету).

Мінакова Світлана Михайлівна – доктор економічних наук, професор (головний науковий співробітник відділу макроекономіки та державного управління Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій).

Ненно Ірина Михайлівна – доктор економічних наук, доцент (професор кафедри менеджменту та інновацій Одеського національного університету імені І.І. Мечникова).

Новікова Марина Миколаївна – доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри менеджменту і публічного адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова).

Ткач Вікторія Олександрівна – доктор економічних наук, доцент (професор кафедри міжнародного туризму, готельно-ресторанного бізнесу та мовної підготовки Університету імені Альфреда Нобеля).

Трохимець Олена Іванівна – доктор економічних наук, професор (професор кафедри національної економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин Класичного приватного університету).

Шмиголь Надія Миколаївна – доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри обліку та оподаткування Запорізького національного університету).

Шульц Світлана Леонідівна – доктор економічних наук, професор (завідувач відділу регіональної економічної політики ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долинського НАН України»).

Якименко-Терещенко Наталія Василівна – доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри економічного аналізу та обліку Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»).

Ян Польцин – доктор економічних наук, професор (Державна вища школа імені Станіслава Сташица в м. Піла, Польща).

Електронна сторінка видання – <http://pev.kpu.zp.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 10 травня 2017 № 693 (Додаток 7)

**Рекомендовано до поширення в мережі інтернет Вченою радою
Класичного приватного університету
(Протокол № 4 від 26 грудня 2019 р.)**

СЕКЦІЯ 1

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

I МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.9:338.48

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-1>**Gurova Darya***Ph.D in Geography, Associate Professor
Associate Professor at the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
National University "Zaporizhzhia Polytechnic"***Гурова Д.Д.***кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу
Національного університету «Запорізька політехніка»*

THE MODERN ECONOMIC IMPACT OF TOURISM

СУЧАСНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ ТУРИЗМУ

ANNOTATION

The article deals with the economic impact of modern tourism on the development of the world economy as a whole. The GDP growth of the tourism industry is analyzed. While the tourism industry occupied the third position in the world economy at the beginning of the 21st century, it is now second only to the manufacturing industry. Every tenth worker is now employed in the tourism sector of the world economy. The article also examines the role of individual states and their contribution to the global GDP growth of Travel&Tourism; for today they are the countries such as the USA, China and India. The article also analyzes the tourist regions and their development in the past year and their development trends. UNWTO's forecasts for the next ten years are also shown in the article. Most developing countries are characterized by rapid growth. The article shows that Travel&Tourism continues to be one of the world's largest economic sectors.

Key words: Travel&Tourism, impact, GDP growth, competitive region, trends.

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена висвітленню економічного впливу сучасного туризму на розвиток світової економіки в цілому. Проаналізовано зростання ВВП туристської галузі. Якщо на початку XXI століття туристська галузь займала третю позицію в економіці світу, то зараз вона поступається лише виробничій галузі. Кожен десятий працюючий зайнятий зараз у туристському секторі світової економіки. У статті також розглянуто роль окремих держав та їхній внесок в глобальне зростання ВВП туристської галузі; на сьогодні це такі країни, як США, Китай та Індія. Також в статті проаналізовані туристські регіони та їх розвиток у минулому році і тенденції розвитку. Європейський регіон залишається лідером з туристських прибуттів. У ньому є одні з найкращих культурних ресурсів у світі та провідна інфраструктура, особливо для наземної, портової та туристичної інфраструктури обслуговування. Азіатсько-Тихоокеанський регіон є другим найбільш конкурентоспроможним регіоном за розвитком туризму, в якому особливо виділяються субрегіони Південно-Східна та Південна Азія. Американський регіон займає третю позицію завдяки США, які генерують 25% ВВП туристського сектору. Близькосхідний регіон в цілому є дуже конкурентоспроможним за ціною, але має проблеми із безпекою та міжнародною відкритістю. Південно-Сахарська Африка випереджає світовий показник за рівнем зростання надходжень та прибутків туризму. Через історично нижчий рівень еконо-

мічного розвитку регіон продовжує стикатися з труднощами в галузі охорони здоров'я та гігієни, загальної інфраструктури та ефективного продажу культурних та ділових поїздок. Показані в статті також прогнози, які дає ЮНВТО на наступні десять років. Найшвидші темпи зростання у більшості країн, що розвиваються. Сильний ріст ВВП туризму зумовлений міжнародними витратами відвідувачів і виникає на тлі конкретних факторів, на які часто впливають рішення уряду, які визнають важливість сектору, наприклад, послаблення віз, поліпшення зв'язку та інфраструктура, зменшення загроз безпеці, трансформація та розвиток туристичної пропозиції тощо. В статті доведено, що туризм продовжує залишатися одним із найбільших світових економічних секторів.

Ключові слова: подорожі та туризм, вплив, зростання ВВП, конкурентний регіон, тенденції.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена рассмотрению экономического влияния современного туризма на развитие мировой экономики в целом. Проанализированы рост ВВП туристской отрасли. Если в начале XXI века туристская отрасль занимала третью позицию в экономике мира, то сейчас она уступает лишь производственной отрасли. Каждый десятый работающий занят сейчас в туристском секторе мировой экономики. В статье также рассмотрены роль отдельных государств и их вклад в глобальный рост ВВП туристской отрасли; на сегодня это такие страны, как США, Китай и Индия. Также в статье проанализированы туристские регионы и их развитие в прошлом году и тенденции их развития. Показаны в статье также прогнозы, которые дает ЮНВТО на следующие десять лет. Быстрые темпы роста присутствуют большинству развивающихся стран. В статье доказано, что туризм продолжает оставаться одним из крупнейших мировых экономических секторов.

Ключевые слова: путешествия и туризм, влияние, увеличение ВВП, конкурентный регион, тенденции.

Formulation of the problem. The modern tourism industry is one of the fastest growing industries in the world economy and is considered both as an independent type of economic activity and as an interbranch complex. As one of the world's largest economic sectors, Travel&Tourism creates

jobs, drives exports, and generates prosperity across the world. The sector, comprised of a wide range of industries, aims to serve and support domestic, international, business and leisure visitors. The main driving force behind tourism development is the economic benefits it provides. That is why it is very important to conduct the analysis of the impact of tourism to world's GDP and to highlight the main tourism trends in the nearest future.

Analysis of recent studies. A lot of researchers all over the world are engaged in the solution of the problem of economic impact of tourism in modern life, such as Daniel J. Stynes [1], Fletcher, J.E. [2], Tyrrell, T.J. [3], Wagner, J.E. [4], etc. These researchers are paying attention mostly to economic impact concepts and methods, but it is important to show the contribution to global Travel&Tourism GDP growth at the previous years.

Previously unresolved parts of a common problem. The most effective policy and investment decisions are made with empirical evidence. WTTC provides the only global comparative evidence base for Travel&Tourism's economic performance every year. These data empower both public and private bodies to make sound economic decisions that can support sustainable and inclusive growth and provide the comparative evidence to analyze the impacts. With the new statistic of GDP growth governments across the world are better able to strategically plan and develop more effective policies, enhance their decision-making relating to investment, and further cooperate with the private sector to ensure the Travel&Tourism sector provides the greatest opportunities for societies to prosper.

The aim of this article is to show the modern economic impact of tourism and the main tourism trends in the next few years.

The main material. WTTC works to raise awareness of Travel & Tourism as one of the world's largest economic sectors, supporting one in 10 jobs (319 million) worldwide and generating 10,4% (US \$ 8,8 trillion) of world GDP. In 2018, the Travel & Tourism industry also experienced 3,9% growth, compared to the global economy (3,2%). One in five new jobs was created by the industry over the last five years. According to the

WTTC's president, the Travel & Tourism sector is forecasted to contribute 100 million new jobs globally over the next ten years, accounting for 421 million jobs by 2029 [5].

Last year, the Travel & Tourism sector grew faster than the Healthcare (+3,1%); the Information Technology (+1,7%) and the Financial Services (+1,7%) behind the Manufacturing only, which grew by 4% (table 1) [5].

Moreover, last year the sector increased its share of leisure spending to 78,5% (from 77,5% in 2017) meaning 21,5% (22,5% in 2017) of spending was on business.

Meanwhile, spending by international visitors represented only 28,8% of all tourism spending in 2018 with the remaining 71,2% of spending coming from domestic visitors. While countries tend to focus on international tourism given in-bound revenue through exports, domestic tourism is an important tool for regional economic growth and development [6].

In terms of the countries' share of contribution to global Travel & Tourism growth last year, two countries dominated; one quarter (25%) came from China while the USA provided a further 12%. Other major contributors include India with a 6% share, while Turkey, France and Japan each contributed 4% to the sector's growth in 2018 (Picture 1).

Europe and Eurasia remains the most competitive region when it comes to Travel&Tourism. The region is home to six of the top 10 scoring economies. It has some of the best cultural resources in the world and leading infrastructure, especially for ground, port and tourist service infrastructure. The region also has the world's best enabling environment and Travel&Tourism prioritization. Despite its maturity, the region was also the most improved region since 2017, with the greatest average improvement resulting from price competitiveness, air transport infrastructure and ICT readiness. While Western, Southern and Northern Europe remains the competitive core of the region, the Balkans and Eastern Europe and Eurasia subregions showed the highest average TTCI score growth [7].

Asia-Pacific is the second-most competitive region in terms of Travel&Tourism. Japan (4th) leads the region in overall score, while Bangladesh (120th) had the greatest improvement. The region boasts of the best combination of natural and cultural resources, including the highest regional performance for the Cultural Resources and Business Travel subindex. Asia-Pacific boasts the world's most impressive air transport infrastructure and is clearly investing in its ground, port and tourist service infrastructures, in which it showed the greatest regional improvement. Eastern Asia-Pacific remains by far the most competitive subregion in AsiaPacific, while South Asia is the most improved since 2017.

The Americas are the third-highest scoring region on the TTCI, with the United States hold-

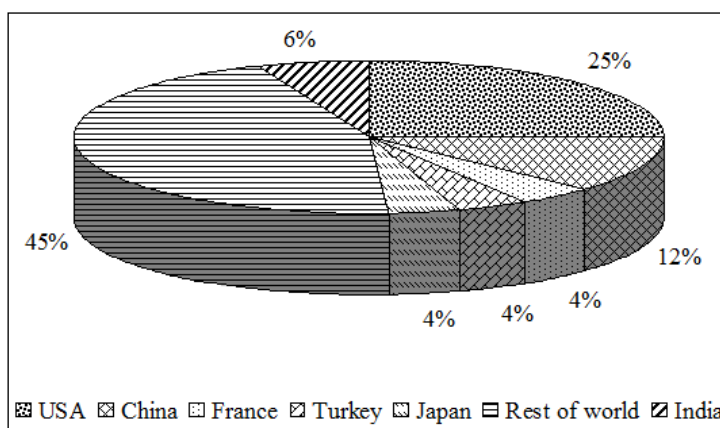
Table 1
The GDP growth by world economic sectors
in 2018

Sector	GDP growth
Manufacturing	4,0%
Travel&Tourism	3,9%
Construction	3,4%
Retail&Wholesale	3,3%
Healthcare	3,1%
Agriculture	1,8%
Communication	1,7%
Financial Services	1,7%

ing its position as the region’s top scoring economy and Bolivia (99th to 90th) showing the most improvement. Countries in the Americas often rely on their natural assets to generate tourism but are often challenged by lower scores for enabling environments. In particular, the region suffers from the lowest average scores for business environment and safety and security, with the latter mostly due to the crime rates. The Americas improved most on ICT readiness and price competitiveness, with South America leading in overall TTCI growth [7].

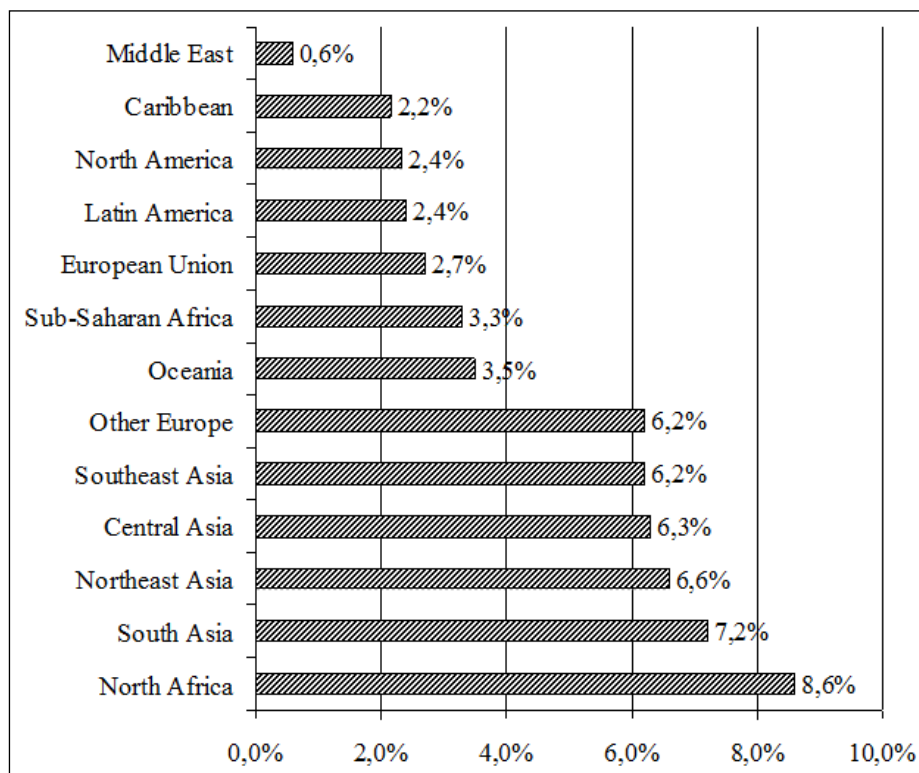
The Middle East and North Africa region has the third-best improvement in average TTCI scores since 2017. The United Arab Emirates (33rd) is the only regional economy to make it into the top 25%, while Egypt (65th) is the most improved since the last edition of the index. The more developed Arab Gulf States and Israel (57th) score well for enabling environment and infrastructure pillars, while North Africa does better on natural and cultural resources. Overall, the region is very price competitive, but has challenges with terrorism-related safety and security and international openness. These might be just some of the underlying reasons why the region scores lowest for the Natural and Cultural Resources subindex [7].

Sub-Saharan Africa outpaces the global average for growth in tourism receipts and arrivals, with the island nation of Mauritius (54th) outscoring last year’s top performer South Africa (61st) to rank as top scorer in the region. Due to



Picture 1. Contribution to global Travel&Tourism GDP growth, 2018 [5]

historically lower levels of economic development, the region continues to face difficulties in health and hygiene, overall infrastructure and the effective selling of cultural and business travel. In the face of this, however, Sub-Sharan Africa shows great untapped potential for natural tourism, which can be better utilized with more development and investment. Some of the region’s greatest improvements came from areas where it traditionally has trailed, including ICT readiness, international openness and price competitiveness. Lesotho (128th to 124th) had the greatest growth in score since 2017; however, it was the average growth in the economies of Western Africa that generated the most subregional improvement [8]. Travel&Tourism’s contribution to regional economies shows the GDP growth (picture 2).



Picture 2. Subregional Travel&Tourism GDP growth, 2018 [6]

WTTC looks at the economic impact of Travel & Tourism across 185 countries, in terms of the major indicators of GDP contribution, employment, visitor exports, and government expenditure investment. This allows for comparisons across countries, now and over the next ten years. The league tables below (tables 2, 3) highlight a selection of the interesting results from the latest data, showing the countries which are performing the best and expected to grow the fastest.

Table 2
Travel&Tourism total contribution to GDP [6]

№	Country	2018 US\$BN	№	Country	2029 US\$BN
1	The United States of America	1595,1	1	China	3017,0
2	China	1509,4	2	The United States of America	2084,9
3	Japan	367,7	3	India	511,9
4	Germany	344,8	4	Japan	437,1
5	The United Kingdom	310,9	5	Germany	400,4
6	Italy	274,9	6	United Kingdom	380,6
7	France	265,8	7	France	322,3
8	India	247,3	8	Italy	322,1
9	Spain	211,0	9	Mexico	296,0
10	Mexico	209,4	10	Spain	270,8

So, we can see that the most contribution to GDP belongs to India, which can managed the third place in 2029.

Table 3
Top 10 largest countries ranked in terms of Travel&Tourism total contribution to employment [7]

№	Country	Relative terms – T&T as % of all jobs	Net jobs created by T&T 2018-2029 (in 000's)
1	China	10,3	41,515
2	India	8,1	10,327
3	The United States of America	9,2	2,658
4	Indonesia	10,3	5,530
5	Mexico	17,8	2,728
6	The Philippines	20,2	2,550
7	Brazil	7,5	1,316
8	Thailand	15,9	2,240
9	Germany	12,0	127
10	Japan	6,9	408

The world's fastest growing countries in terms of Travel&Tourism GDP are dominated by emerging and developing economies. This showcases the sector's ability to spread its benefits widely across the world and the opportunities that tourism brings as a tool for development. In effect,

Ethiopia (+48,6%), Ecuador (+21,6%), Saint Kitts and Nevis (+16,8%), Egypt (+16,5%) and Turkey (+15,0%) led the world for Travel&Tourism GDP growth in 2018 [6].

In most of the fastest growing countries, strong Travel&Tourism GDP growth has been driven by international visitor spending and comes on the back of particular factors that are often influenced by government decisions that recognise the importance of the sector, such as visa relaxation, improved connectivity and infrastructure, rebound from security threats, transformation and development of the tourism offer etc. The table 4 shows in which countries the contribution of Travel&Tourism to GDP growth will fastest from 2019-2029.

Table 4
Travel&Tourism GDP 10-years real growth [6]

№	Country	Annualised, %
1	Qatar	7,8
2	Myanmar	6,9
3	India	6,8
4	China	6,6
5	Azerbaijan	6,4
6	Anguilla	6,3
7	Uzbekistan	6,2
8	Benin	6,1
9	Bangladesh	6,1
10	Kyrgyzstan	6,1

Travel&Tourism's growth in 2019 is expected to remain resilient despite a slowing global economy. The forecasts point to a 3,6% expansion for Travel&Tourism, faster than the expected global economy growth of 2,9% (table 5).

Future growth for the sector will be driven by continued visa relaxation and currency depreciations, both helping to attract higher numbers of international visitors. The continued rise of middle-class households will also make a significant contribution. With over 50% of the global population now categorized as "middle class" or "rich", more and more people can afford to travel [9].

Conclusions. Tourism can enhance economic growth and can also benefit from the growth. Travel&Tourism is continued to be one of the world's largest economic sectors. It outpaced overall economy growth for the eighth consecutive year. The sector has accounted for one in five of all net new jobs created across the world over the past five years. The forecasts show that there will be 100 million additional jobs created across the world over the next ten years in Travel&Tourism. This means that one in every four new jobs will be created by the sector over the next decade.

Asia-Pacific was the strongest-growing region in terms of Travel&Tourism GDP in 2018, followed by Africa. China alone contributed one quarter of global Travel&Tourism growth last year. This trend is being followed next few years.

The Travel&Tourism industry is certainly changing and developing in a wide variety

Table 5

Estimates & forecasts [7]

World	2018 US\$BN	2018 % of total	2019 growth	US\$BN	2029 % of total	Growth %
Direct contribution to GDP	2750,7	3,2	3,6	4065,0	3,5	3,6
Total contribution to GDP	8811,0	10,4	3,6	13085,7	11,5	3,7
Direct contribution to employment	122,891	3,8	2,2	154060,0	4,3	2,1
Total contribution to employment	318,811	10,0	2,9	420659,0	11,7	2,5
Visitor exports	1643,2	6,5	4,0	2483,9	7,2	3,8
Domestic spending	4060,1	4,8	3,5	6031,9	5,3	3,7
Leisure spending	4475,3	2,5	3,8	6780,7	2,8	3,9
Business spending	1228,0	0,7	3,0	1735,1	0,7	3,2
Capital investment	940,9	4,4	4,4	1489,5	5,0	4,2

of ways. No one can predict the future, but the trends above have already started to make an impact, and we can expect them to continue growing in prominence in the years ahead.

REFERENCES:

1. Daniel J. Stynes. Analyzing the economic impact of tourism in Mid-Michigan's Tri-county region. New York, 2004. 246 p.
2. Fletcher, J.E. Input-output analysis and tourism impact studies. *Annals of tourism research*. 2011. Vol. 24(3). P. 592–608.
3. Tyrrell, T.J. A framework for assessing direct economic impact of tourist events. *Journal of travel research*. 2014. № 40. P. 94–100.
4. Wagner, J.E. Estimating the economic impact of tourism. *Annals of tourism research*. 2011. Vol. 24(3). P. 541–560.
5. Travel&Tourism Contributed \$8.8 Trillion to Global Economy in 2018. URL: <https://news.gtp.gr/2019/02/28/travel-tourism-contributed-8-8-trillion-global-economy-2018/> (last accessed: 21.12.2019).
6. Travel&Tourism global economic impact & trends 2019. URL: <http://ambassade-ethiopie.fr/onewebmedia/tourism-wttc-global-economic-impact-trends-2019.pdf> (last accessed: 20.12.2019).
7. Travel and Tourism at a Tipping Point. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (last accessed: 21.12.2019).
8. Economic impact 2019. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf> (last accessed: 19.12.2019).
9. Current Trends in the Travel & Tourism Industry. URL: <https://blog.airsage.com/blog/current-trends-in-the-travel-tourism-industry/> (last accessed: 21.12.2019).

УДК 338.64

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-2>**Ляшевська В.І.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Шадріна Д.Ю.***студентка економічного факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Орехов В.Р.***студент економічного факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Liashevska Viktoria***Ph.D. in economics, Associate Professor of
Department of Marketing, Management and Entrepreneurship
V.N. Karazin Kharkiv National University***Shadrina Daria***Student of Faculty of Economics
V.N. Karazin Kharkiv National University***Orekhov Vladislav***Student of Faculty of Economics
V.N. Karazin Kharkiv National University*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

THEORETICAL PRINCIPLES OF COMPETITIVENESS ENTERPRISES IN FOREIGN MARKETS

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність підприємства» на зовнішніх ринках. Оскільки сьогодні у сучасному світі конкуренція є рушійною силою будь-якої економіки країни, без неї неможливі існування та розвиток економіки загалом. Успіх будь-якого підприємства залежить від умінь вести конкурентну боротьбу на ринку товарів чи послуг. Також розглянуто основи конкурентоспроможності підприємства на зовнішніх ринках. Проведено аналіз чинників виходу підприємства на міжнародний ринок та моделі, за допомогою якої фірма може вийти на новий рівень, а також визначено головні рівні конкурентоспроможності підприємства. Проведений аналіз допоміг визначити вплив держави на конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку та основні функції державного регулювання конкуренції.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, зовнішній ринок, державне регулювання.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность предприятия» на внешних рынках. Поскольку сегодня в современном мире конкуренция является движущей силой любой экономики страны, без нее невозможны существование и развитие экономики в целом. Успех любого предприятия зависит от умения вести конкурентную борьбу на рынке товаров или услуг. Также рассмотрены основы конкурентоспособности предприятия на внешних рынках. Проведен анализ факторов выхода предприятия на международный рынок и модели, с помощью которой фирма может выйти на новый уровень, а также определены главные уровни конкурентоспособности предприятия. Проведенный анализ помог определить влияние государства на конкурентоспособность предприятия на внешнем рынке

и основные функции государственного регулирования конкуренции.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, внешний рынок, государственное регулирование.

ANNOTATION

The article explores the concepts of “competition” and “enterprise competitiveness” in foreign markets. Since today in the modern world, competition is the driving force of any economy of the country, without it, the existence and development of the economy at all is impossible. The success of any business depends on the ability to compete in the market for goods or services. Competitiveness is the ability of an enterprise to compete fairly in the selected market, using all its resources productively, and as a consequence, profit. If an enterprise holds a leading position in the competition market, then its product is in demand from consumers and has some advantages over the goods of competitors. International competitiveness is the achievement of competitive advantages in the competition in the international market. The competitiveness study revealed its factors, which are divided into internal and external. The management of the company should make timely analysis of changes occurring in the business market and be able to make quick and prudent decisions regarding some changes in the policy of business introduction and sale of finished products or services. Enterprise competitiveness management is partly a function of general management, the purpose of which is to ensure the viability and sustainable functioning of the enterprise in case of any changes in the external environment. The main characteristic of the competitive environment is the ability of the company to adapt quickly and effectively to the environment. Therefore, choosing a competitive management strategy that meets the requirements of the consumer is one of the most priority and most difficult tasks

of the entire financial and economic activity of the enterprise. The basics of enterprise competitiveness in foreign markets were also considered. The analysis of the factors of the enterprise's entry into the international market and models by which the firm can reach a new level, as well as the main levels of competitiveness of the enterprise. The analysis helped to determine the influence of the state on the competitiveness of the enterprise in the foreign market and the main functions of state regulation of competition.

Key words: competition, enterprise competitiveness, foreign market, government regulation.

Постановка проблеми. Проблема зумовлюється тим, що успішність будь-яких вітчизняних підприємств незалежно від їх виду діяльності на зарубіжних ринках насамперед залежить від конкурентоспроможності їх товарів або послуг. У всьому розвиненому світі найважливішою силою для процвітання та стабільності існування будь-якої країни є конкуренція.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам конкуренції та конкурентоспроможності підприємств присвячено багато наукових праць як зарубіжних, так і вітчизняних учених, таких як, М. Портер, А. Сміт, Ф. Еджуорт, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберлен, Ф. Хайек, Й. Шумпетер, І. Кірцнер, Г. Скудар, Г. Азоев, Ф. Зав'ялова, Б. Райзберг, С. Ярошенко, В. Шинкаренко, А. Бондаренко.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досягнення світового рівня конкурентоспроможності національною економікою є одним з найголовніших економічних завдань для України. Поняття конкурентоспроможності для українського бізнесу насамперед залежить від розвитку економіки, яка повинна бути спрямована на створення конкурентного середовища за межами країни. Поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність» мають багато трактувань. Далі розглянемо декілька з них.

Конкуренція – це суперництво між учасниками ринкового господарства за кращі умови виробництва, купівлі й продажу товарів. Це є центром ваги всієї системи ринкового господарства, типом взаємин між виробниками щодо встановлення цін та обсягів пропозиції товарів на ринку [1, с. 42].

Перші спогади про рушійні сили конкурентної боротьби датуються серединою XVIII століття. А. Сміт обґрунтував, що конкуренція, вирівнюючи норму прибутку, приводить до оптимального розподілу праці й капіталу. Конкуренція – це «невидима рука» ринку, яка автоматично врівноважує його. А. Сміт пов'язував конкуренцію з чесним, без змови суперництвом, що ведеться між продавцями (покупцями) за найбільш вигідні умови продажу товару.

Головним та багатоаспектним поняттям, яке широко застосовується в науковій практиці та теорії, є конкурентоспроможність. М. Портер обґрунтував теорію конкурентної переваги й дав визначення конкурентоспроможності підприємства, за якого її можна аналізувати в одній сфері діяльності, але в межах груп підприємств [2].

Г. Скудар продовжив думку М. Портера, стверджуючи, що конкурентоспроможність – це багатостороння економічна категорія, яка може розглядатися на рівні товару, товаровиробника, галузі, країни. Він висловлює думку про те, що конкурентоспроможність насамперед залежить від економічного, політичного та соціального становища країни на внутрішньому та зовнішньому ринках [3, с. 28]. Здатність підприємства країни протистояти суперникам як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках буде визначати конкурентоспроможність країни загалом.

Нині автори та дослідники тлумачать поняття «конкурентоспроможність підприємства» по-різному, тому не існує єдиного пояснення сутності цього явища. Одна частина науковців вважає, що сутність конкурентоспроможності підприємства з'являється тільки з огляду на характеристики товару, а інша частина науковців має на увазі роботу підприємства загалом, ефективність його виробничого процесу, планування, введення інновацій, нових технологій та змогу конкурувати на вибраній ринковій ніші.

Аналізуючи праці вітчизняних та зарубіжних науковців, можемо виділити декілька підходів до розуміння поняття «конкурентоспроможність підприємства» (табл. 1).

Таким чином, конкурентоспроможність – це здатність підприємства займати лідируючу позицію серед конкурентів на внутрішньому або зовнішньому ринку збуту товару.

З вищенаведеного можна зробити такі висновки:

- конкурентоспроможність підприємства – це поняття відносне, тому його розглядають порівняно з іншими підприємствами;
- чим вище та краще результати підприємства на міжнародних ринках, тим більш конкурентоспроможними вони є;
- головним елементом ефективної діяльності підприємства є його конкурентоспроможність;
- складовою частиною конкурентоспроможності підприємства на міжнародних ринках є маркетингова діяльність;
- якщо давати порівняльну характеристику конкурентоспроможності підприємств, слід враховувати фактори, які впливають на розвиток підприємства, а саме його гармонійність та спроможність під час надання послуг чи продажу товарів;
- якщо на ринку збуту товар або послуга, що виготовлюють або надають, має конкурентів, то таке підприємство можна назвати конкурентоспроможним, тому що це є основою конкурентоспроможності.

Проблема підвищення конкурентоспроможності є актуальною для виробників експортної продукції, а товари, що реалізуються переважно на внутрішньому ринку, також залучаються до процесу міжнародної конкуренції, оскільки вони конкурують з імпортними товарами. Крім того, збереження позицій на внутрішньому ринку є важливою передумовою високого рівня конкурентоспроможності на зовнішньому ринку.

Таблиця 1

Визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» відомих науковців

Автор	Визначення
М. Портер	Здатність суб'єкта ринкових відносин перебувати на ринку на одному рівні з наявними там аналогічними конкуруючими суб'єктами.
Б. Карлофф	Здатність забезпечити кращу позицію порівняно з конкуруючим підприємством.
О. Масляєва	Сукупність переваг і здатності суб'єкта порівняно з йому подібними в боротьбі за досягнення мети, характерної для них, в умовах дії законів певного навколишнього середовища (системи).
С. Ярошенко	Відстоювання власних переваг на ринку завдяки наявності ефективнішої стратегії або здатності функціонувати в довгостроковому періоді на ринку й отримувати при цьому прибуток, після перерозподілу якого залишається можливість удосконалення виробництва, підтримання якості продукції та стимулювання робітників.
Г. Азоєв	Здатність ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.
Р. Фатхутдінов	Властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, які представлені на цьому ринку.
В. Обремчук	Комплексна порівняльна характеристика підприємств, що відображає ступінь переваги оціночних показників діяльності підприємств, що визначає його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів.
З. Шершньова, С. Оборська	Рівень його компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу визначеної спрямованості, а також його окремих складових, зокрема технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу, що виражаються в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковність, продуктивність.
В. Дикань	Особливе поєднання характеристик об'єкта, які визначають його місце в ієрархічній системі оцінок об'єктів, що до нього подібні.

Джерело: складено авторами за джерелами [2; 4–11]

На рис. 1 зображено чинники, які допомагають вийти фірмі на міжнародний ринок.

Під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності важливим завданням є вибір форми присутності на зовнішньому ринку.

На рис. 2 показана модель виходу підприємства на зовнішній ринок.

Способи виходу на зовнішній ринок розрізняються залежно від рівня ризику, величини витрат під час виходу на ринок, прибутковості. Таким чином, вибір способу виходу на зовнішній ринок повинен забезпечити найкращі умови функціонування для фірми з огляду на мотиви

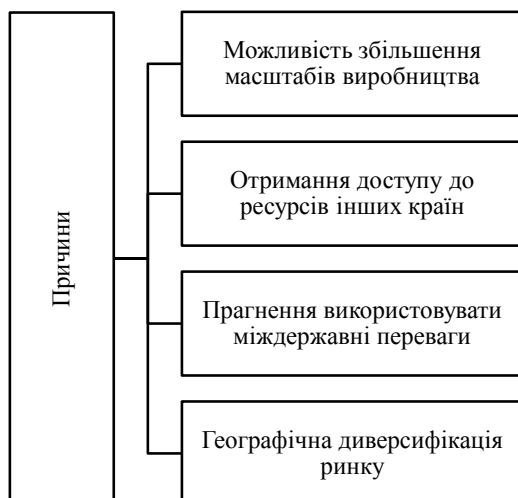


Рис. 1. Чинники виходу фірми на міжнародний ринок

Джерело: складено авторами за джерелом [1]

виходу на зовнішній ринок, специфіку товару, її можливості й стан ринку. Пряме інвестування є найбільш ризикованим способом виходу на ринок. При цьому фірма може краще адаптуватися до умов ринку, забезпечити меншу собівартість продукції за рахунок більш дешевої робочої сили або доступної сировини країни-реципієнта, економії на перевезеннях вантажів, отже, забезпечити кращі позиції на ринку.

Міжнародна конкурентоспроможність складається з переліку стратегічних переваг, які виявляються на світовому ринку шляхом зіставлення з відповідними показниками закордонних конкурентів. Чим більше у підприємства набір переваг і вище їх якісні характеристики, тим більше воно має можливостей для успішної діяльності на світовому ринку.

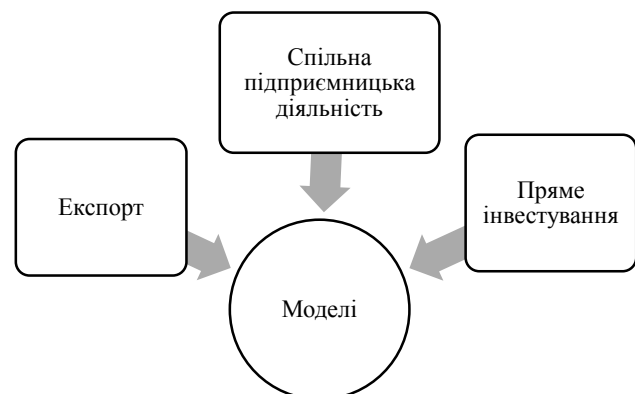


Рис. 2. Моделі виходу на зовнішній ринок

Джерело: складено авторами за джерелом [1]

На рис. 3 зображено рівні конкурентоспроможності підприємства.

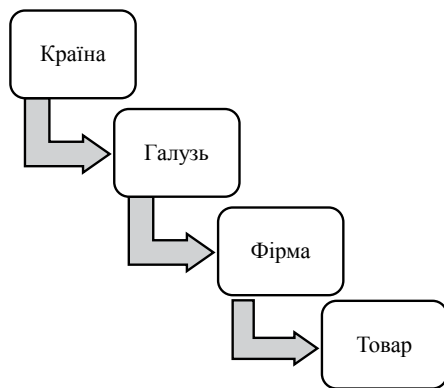


Рис. 3. Рівні конкурентоспроможності
 Джерело: складено авторами за джерелом [1]

Для зменшення негативних проявів конкурентної боротьби та посилення позитивних рис конкуренції в кожній державі існують уповноважені органи влади, які контролюють конкуренцію. Методи, засоби та комплексні заходи – це основні критерії державного регулювання конкуренції в державі.

Державне регулювання конкуренції потрібне для стабільної економіки, тому що в ринкових відносинах має місце конкуренція в негативних рисах, що завдає шкоди конкурентному середовищу. Завданням держави є підтримання стабільного рівня конкуренції. Державне регулювання конкуренції насамперед захищає інтереси слабких сторін (виробників дрібних та середніх, споживачів).

Державне регулювання конкурентоспроможності підприємств – це система заходів законодавчого, виконавчого й контролюючого характеру, яких вживають правочинні державні установи та громадські організації з метою, визначеною державною політикою.

Мета державного регулювання конкуренції полягає у:

- захисті прав споживачів як економічно слабкішої сторони у відносинах із товаровиробниками;
- стимулюванні суперництва між товаровиробниками за споживачів, що сприяє вдосконаленню виробництва та продажу товарів, а також розширенню найменування товару, його якості та ціноутворення;
- забезпеченні вільної конкуренції між товаровиробниками;
- сприянні підприємству, що забезпечує безперешкодний вибір та втілення заохочуваної законодавством господарської діяльності, а зрештою – поживлення конкуренції на ринку;
- захисті національного товаровиробника, що відповідає інтересам національної економіки та сприяє формуванню економічної самостійності України.

Оскільки до основних функцій держави належить не тільки контроль над розвитком економіки підприємства, але й контроль над діями неекономічних інститутів, до її обов’язків також входить формування соціально-економічної стратегії використання конкурентних переваг, включаючи особливості політичних, територіальних, соціальних, культурних та інших підсистем сфери обслуговування. Отже, у сфері конкурентних відносин держава повинна виконувати низку функцій, користуючись методами та засобами впливу на їх рівень (рис. 4).

Системою забезпечення конкурентоспроможності фірми є ефективне управління, спрямоване на застосування ресурсів з максимальною ефективністю, оптимальне формування стратегії, найкраще задоволення потреб ринку.

Розроблення оптимальної стратегії є найважливішою умовою успішної діяльності підприємства на ринку. Вибір стратегії здійснюється залежно від характеру конкурентної боротьби, сильних і слабких сторін підприємства, характеру попиту на продукцію.

Існують такі базові стратегії конкуренції. Стратегія зниження витрат передбачає здат-

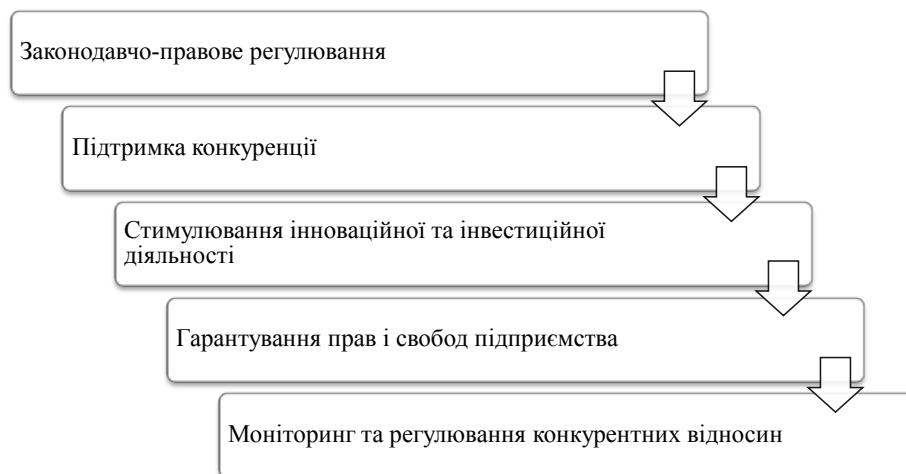


Рис. 4. Функції державного регулювання конкуренції

Джерело: складено авторами за джерелом [1]

ність фірми розробляти, виробляти й збувати товар більш ефективно, ніж конкуренти, тобто здатність організувати весь цикл операцій з товаром з меншими витратами. Стратегія диференціації передбачає здатність забезпечити покупця унікальною й більшою цінністю у вигляді нової якості товару, особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування, що дає змогу призначити більш високу ціну, ніж у конкурентів. Конкурентними перевагами підприємства є унікальність та висока якість продукції. Підприємство має володіти значним науковим потенціалом, мати технологічну перевагу й високий рівень розвитку маркетингу. Стратегія сегментування спрямована на забезпечення переваг над конкурентами у відокремленому сегменті ринку. Здійснюючи стратегію сегментування, підприємство має володіти ресурсами й кваліфікацією, необхідними для роботи в цьому сегменті.

Важливими джерелами конкурентних переваг є здатність швидше розробляти й впроваджувати нові продукти, можливість швидко реагувати на зміни споживчого попиту.

Висновки. Отже, успіхом компанії на вітчизняному чи зовнішньому ринку є її конкурентоспроможність, а наслідком стає стабільність на ринку. Конкурентоспроможність – це здатність підприємства вести чесну конкурентну боротьбу на вибраному ринку, використовуючи всі свої ресурси продуктивно, як наслідок, отримувати прибуток. Якщо підприємство займає лідируючі позиції на ринку конкуренції, то його товар користується попитом у споживачів та має деякі переваги над товарами конкурентів.

Для того щоби підвищити конкурентоспроможність на підприємстві, важливо обґрунтувати фактори, які поділяються на зовнішні та внутрішні. За допомогою зовнішніх факторів можна здійснювати інвестування в галузь, впровадження новітніх технологій у виробництво тощо. Під внутрішніми факторами розуміються підвищення кваліфікаційного рівня працівників, введення в компанію дієвих економічних стимулів тощо.

Оскільки сьогодні для компаній є актуальним не лише посилення конкурентних позицій на вітчизняному ринку, але й вихід на зовнішній ринок, виникає потреба задоволення перш за все власного ринку з використанням сучасних матеріалів та методики, а після формування гарної репутації можна поступово переходити на зовнішні ринки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чернега О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств (організацій). Львів, 2010. 216 с.
2. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. Київ : Основи, 1998. 300 с.
3. Скудар Г. Стратегія піднесення конкурентоспроможності підприємства: проблеми і складові успіху. *Економіка України*. 2002. № 6. С. 16–24.

4. Карлоф Б. Деловая стратегия. Москва : Экономика, 2006. 296 с.
5. Масляева О. Економічна сутність категорії «конкурентоспроможність»: дефініція та систематизація. *Ефективна економіка*. 2011. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=737> (дата звернення: 18.11.2019).
6. Ярошенко С. Принципи конкурентоздатності сфери матеріального виробництва. *Регіональні перспективи*. 1998. № 1(2). С. 37–39.
7. Азов Г. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика. Київ, 1996. 235 с.
8. Фатхутдінов Р. Конкурентоспроможність: економіка, стратегія, управління. Київ : ІНФРА-М, 2000. 312 с.
9. Оберемчук В. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: стратегічні аспекти. Київ, 1999. 190 с.
10. Шершньова З. Стратегічне управління. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.
11. Дикань В. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 13–20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2009_28_3 (дата звернення: 18.11.2019).

REFERENCES:

1. Chernega O. (2010) *Upravlinnja mizhnarodnoju konkurentospromozhnistju pidprijemstv (orghanizacij)* [Management of international competitiveness of enterprises (organizations)]. Lviv : Magnolia, 216 pp.
2. Porter M.E. (1998) *Strateghija konkurenciji* [Competition Strategy]. Kyiv : Fundamentals, 300 pp.
3. Skudar G. (2002) *Strateghija pidnesennja konkurentospromozhnosti pidprijemstva: problemy i skladovi uspihu* [The strategy of raising the competitiveness of the enterprise: problems and components of success]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 6. pp. 16–24.
4. Karlof B. (2006) *Delovaya stratehiya* [Business strategy]. Moscow : Economics, 296 pp.
5. Maslyayeva O. (2011) *Ekonomiczna sutnist' katehoriyi "konkurentospromozhnist'": definitsiya ta systematyzatsiya* [Economic essence of the category "competitiveness": definition and systematization]. *Efektivna ekonomika* [An efficient economy] (electronic journal). Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?Op=1&z=737> (accessed: 18 November 2019).
6. Yaroshenko S. Principles of competitiveness of the sphere of material production. *Regional perspectives*, 1998, no. 1(2), p. 37–39.
7. Azoiev G. (1996) *Konkurenciya: analiz, stratehiya i praktyka* [Competition: analysis, strategy and practice]. Kyiv : Center for Economics and Marketing, 235 pp.
8. Fathutdinov R. (2000) *Konkurentospromozhnist': ekonomika, stratehiya, upravlinnya* [Competitiveness: economy, strategy, management]. Kiev : INFRA-M, 312 pp.
9. Obremchuk V. (1999) *Zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidprijemstva: stratehichni aspekty* [Ensuring the competitiveness of the enterprise: strategic aspects]. Kyiv, 190 pp.
10. Shershnev Z. (2004) *Strategichne upravlinnya* [Strategic management]. Kyiv : KNEU, 699 pp.
11. Dykan V. (2009) *Sutnisi aspekty konkurentospromozhnosti natsional'noyi ekonomiky* [Essential aspects of the competitiveness of the national economy]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti* [Bulletin of Economics of Transport and Industry] (electronic journal), no. 28, pp. 13–20. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2009_28_3 (accessed: 18 November 2019).

УДК 338.2:339.9

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-3>**Микитенко Т.В.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри митної справи**Університету державної фіскальної служби України***Нізельська М.А.***студентка**Навчально-наукового інституту економіки, оподаткування та митної справи
Університету державної фіскальної служби України***Mikitenko Tatiana***Candidate of Economic Sciences, Associate
Professor of the Department of Customs
State Fiscal Service University of Ukraine***Nizelska Mariia***student of SNI Economy, Taxation and Customs
State Fiscal Service University of Ukraine*

ВПЛИВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ НА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

INFLUENCE OF EUROPEAN INTEGRATION ON FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES

АНОТАЦІЯ

Процес глобалізації світової економіки впливає на передумови та створює потребу в європейській інтеграції України, що, своєю чергою, сприяє цінності та важливості зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. Вітчизняні підприємства, поглинені в процесі європейської інтеграції, стикаються з необхідністю адаптувати стратегічний потенціал до умов співпраці та партнерства з європейськими сусідами. Статтю присвячено аналізу дослідження зовнішньоекономічної діяльності підприємств під впливом європейської інтеграції та основних аспектів зовнішньоекономічних зв'язків між Україною та ЄС. Визначено особливості діяльності вітчизняних підприємств та пріоритетні напрями такої співпраці, основні переваги та проблеми українських підприємств в рамках співпраці з країнами ЄС. Виділено заходи щодо підвищення ефективності експорту від зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. На основі кількісних показників для України визначено позитивні та негативні структурні зміни зовнішньої торгівлі з ЄС. Визначено перспективні експортно-імпорتنі операції України. Визначено також конкурентні переваги України на міжнародному ринку інформаційних технологій, на ринку транспортних та ділових послуг в умовах інтеграції України до Європейського Союзу.

Ключові слова: глобалізація, ефективність, євроінтеграція, експорт послуг зовнішньоекономічна діяльність, підприємство, світова економіка, міжнародна торгівля, вітчизняні підприємства.

АННОТАЦИЯ

Процесс глобализации мировой экономики влияет на предпосылки и создает потребность в европейской интеграции Украины, что, в свою очередь, способствует ценности и важности внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйствования. Отечественные предприятия, поглощенные в процессе европейской интеграции, сталкиваются с необходимостью адаптировать стратегический потенциал к условиям сотрудничества и партнерства с европейскими соседями. Статья посвящена анализу исследования внешнеэкономической деятельности предприятий под влиянием европейской интеграции и основных аспектов внешнеэкономических связей между Украиной и ЕС. Определены

особенности деятельности отечественных предприятий и приоритетные направления такого сотрудничества, основные преимущества и проблемы украинских предприятий в рамках сотрудничества со странами ЕС. Выделены мероприятия по повышению эффективности экспорта и внешнеэкономической деятельности отечественных предприятий. На основе количественных показателей для Украины определены положительные и отрицательные структурные изменения внешней торговли с ЕС. Определены перспективные экспортно-импортные операции Украины. Определены конкурентные преимущества Украины на международном рынке информационных технологий, на рынке транспортных и деловых услуг в условиях интеграции Украины в Европейский Союз.

Ключевые слова: глобализация, эффективность, евроинтеграция, экспорт услуг внешнеэкономическая деятельность, предприятие, мировая экономика, международная торговля, отечественные предприятия.

ANNOTATION

Foreign economic activity plays decisive role in terms of strengthening integration processes, provides the preconditions for active development of enterprises on an innovative basis, which determines the competitive advantages in the world market goods and services through the introduction of a complex of modern forms, methods of international economic relations, technical and technological improvement of production, increase of labor productivity, quality of products and services. At the same time, foreign economic activity (FEA) of enterprises contributes to the reproduction of export the country's potential, attracting foreign investment, and developing an open economy. The process of globalization of the world economy influences the preconditions and creates the need for European integration of Ukraine, which, in turn, contributes to the value and importance of foreign economic activity of economic entities. Domestic enterprises absorbed in the process of European integration face the need to adapt their strategic potential to the conditions of cooperation and partnership with European neighbors. The article is devoted to the analysis of the study of foreign economic activity of enterprises under the influence of European integration and the main aspects of foreign economic relations between Ukraine and the EU. The peculiari-

ties of the activity of domestic enterprises and the priority areas of such cooperation are identified. The main advantages and problems of Ukrainian enterprises in the framework of cooperation with EU countries are concentrated. Measures to increase the efficiency and increase the efficiency of export from foreign economic activity of domestic enterprises are highlighted. On the basis of quantitative indicators for Ukraine, positive and negative structural changes in foreign trade with the EU were identified. Prospective export-import operations of Ukraine have been determined. The competitive advantages of Ukraine in the international market of information technologies, in the market of transport and business services in terms of integration of Ukraine into the European Union are also determined.

Key words: globalization, efficiency, euro integration, export of services, foreign economic activity, enterprise, world economy, international trade, domestic enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Європейська інтеграція є стратегічним завданням для України. Україна має значний потенціал для розвитку експортних послуг як одного із перспективних напрямів європейської інтеграції. Одним із сильних боків стратегічного потенціалу є історичний досвід відносин та співпраці з країнами, які мають спільні кордони. Україна перебуває на динамічному шляху інтеграційних змін. І завдяки своєму сприятливому геополітичному та географічному положенню Україна є цінним стратегічним партнером як для західних країн, так і для східних сусідів.

Знаходячись у центрі Європи, Україна має низку стратегічних характеристик, серед яких: розвинений транзитний потенціал, а отже, підвищення рівня міжнародних торговельних контактів та конкурентоспроможності вітчизняної економіки на світовому ринку; міграції товарних, фінансових, інвестиційних та інших ринків. Це визначає важливість та особливість виконання міжнародної зовнішньоекономічної діяльності, що є ключовим чинником в євроінтеграційному процесі, створює фундамент для розвитку соціально-економічних складників держави та окремих підприємств. Проголошений курс на євроінтеграцію – першочергове завдання зовнішньої політики України [3].

Сьогодні всі інструменти зовнішньої дії спрямовані на повне членство в ЄС. Процес євроінтеграції – це насамперед спільне ефективне економічне співробітництво з країнами Європейського Союзу на рівних умовах. Важливим аспектом є усвідомлення українським суспільством цього процесу. І українські підприємства, які пройняті цим процесом, є невід'ємною частиною співпраці з Європейським Союзом. Тут виникає необхідність адаптації вітчизняних підприємств до нових умов бізнесу, адже зовнішня співпраця вимагає розуміння конкурентних переваг, що відтворюють структуру експорту послуг за галузями, тому актуальним питанням є виявлення проблем у взаємній торгівлі товарами та послугами України з Європейським Союзом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблеми участі України в інтеграційних процесах висвітлюються у публікаціях вітчизняних та зарубіжних науковців та експертів: О. Білоруса, І. Бураківського, А. Гаврилюка, А. Галчинського, В. Геца, Л. Губерського, Г. Клімка, А. Кредісова, Д. Лук'яненко, О. Лисунець, Л. Шевченко та ін. Постійні зміни та поява нових аспектів на шляху сучасного євроінтеграційного процесу потребують висвітлення та аналізу, що зумовлює необхідність подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – визначення тенденцій та особливостей зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Нині існує необхідність пристосування вітчизняних промислових підприємств до розвитку в умовах глобалізації та входження України у світовий економічний простір. Українські підприємства знаходяться під тиском низки чинників, що, з одного боку, дають чималі перспективи та можливості, а з іншого – викликають нові загрози та ризики. Природою та джерелом таких змін є курс України на євроінтеграцію. Як наслідок, підвищується роль чинників впливу зовнішнього середовища, а отже, виникають реальні можливості розширення сфер діяльності, диверсифікації продукції та забезпечення функціонування й розроблення стратегії розвитку їхнього потенціалу. Але зазначене потребує адаптування вітчизняних підприємств до новітніх інструментів стратегічного управління та постійних змін у макросередовищі [4].

Передумовами європейської інтеграції (що стосується проблеми вітчизняних підприємств) є: старі технічні засоби та продукція; неефективні методи управління підприємством; невідповідність міжнародних та європейських стандартів; невизначеність підприємців щодо модернізації підприємств; найсильніші стимули та різні інструменти, що застосовуються до цих підприємств.

До переваг, що отримає Україна від зони вільної торгівлі та інтеграції з ЄС, віднесено: входження в єдиний зовнішній ринок ЄС; постійне зростання експорту товарів і послуг, набуття статусу основного торговельного партнера для багатьох галузей ЄС, одного з лідерів постачання продовольства до ЄС; наявність тенденції до збільшення європейського експорту, що свідчить про залежність експорту від процесів глобальної інтеграції; додаткові торговельні преференції від ЄС для України (квоти на експорт без сплати мита); стійкість політичної системи, гармонізація національного законодавства із законодавством ЄС, реорганізація неефективного судового законодавства; розвиток середнього та

малого бізнесу; підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, впровадження стандартів ЄС на вітчизняних підприємствах; отримання підприємствами під час участі на світовому ринку знань та досвіду, які сприяють підвищенню ефективності їхньої діяльності, що призводить до зменшення залежності від умов на внутрішньому ринку [1].

Можна зробити висновок, що європейська інтеграція має значний позитивний вплив і може бути ключовим чинником у вирішенні низки проблем. Це спосіб нового погляду, повної модернізації, використання всього науково-технічного потенціалу вітчизняних підприємств, а отже, розширення ринку та створення нових робочих місць. Усе це призведе до залучення іноземних інвестицій, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції та виходу на нові ринки.

Ще одним позитивним зрушенням та наслідком інтеграції є збільшення зовнішньоекономічної діяльності, що сприяє розширенню експорту та імпорту. Це впливає на зростання ВВП та добробут країни.

Характерно, що експорт товарів та послуг у високих технологіях надзвичайно малий. Вищезазначений напрям залежить від недосконалої структури конкурентних переваг національної економіки, що призводить до проблем цінних факторів та порівняльних переваг щодо вартості людських та природних ресурсів.

На разі Українська держава націлена на одержання короткострокових результатів за рахунок реалізації операцій експорту та імпорту, а також ігнорує установи світового ринку щодо підвищення інноваційного рівня промислового виробництва. Але незадовільний рівень конкурентоспроможності, імідж компаній у ролі міжнародних партнерів на світовому ринку, низька якість продукції, що не задовольняє вимоги Європи, застаріле обладнання та технології, хаотичний процес виробництва є основними причинами недовгострокових планів країни. У результаті товар не задовольняє вимогам європейського ринку. Тому основне завдання вітчизняних підприємств – зробити так, щоб зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) була ефективною [5].

Аналіз дає змогу зрозуміти, які експортно-імпортні операції є найбільш прибутковими.

Питання ефективності ЗЕД компаній залежить від внутрішніх та зовнішніх чинників, зокрема від формування та реалізації результативної стратегії ЗЕД, що є основним планом розвитку компанії на іноземних ринках, захоплення конкретної частки ринку, експансії конкурентних позицій [5].

Можна стверджувати, що приєднання до міжнародного економічного простору залежить від зовнішньоекономічної стратегії, що створюється в комплексі зі стратегічним планом функціонування компаній. Тому основною порадою українським підприємствам є форму-

вання чіткого плану дій, що забезпечить вихід на міжнародний ринок та надасть шанси поліпшити конкурентну позицію на ринку. Визначення конкретного переліку дій допоможе вітчизняним підприємствам з'ясувати основні заходи виходу на зовнішні ринки та можливість посилити свої конкурентні позиції на ринку [6].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Європейська інтеграція України забезпечує нові переваги та можливості співпраці з розвиненими країнами Європи, створює передумови для соціально-економічного зростання та зміцнює свої позиції на міжнародній арені. Подолання бар'єрів та вихід на міжнародний ринок – це величезний поштовх для інноваційного розвитку підприємств, адаптації українського законодавства до європейських стандартів, підвищення якості до європейського рівня. Для підтримки рівня інтеграційних процесів на європейські ринки та економічного процвітання в довгостроковій перспективі необхідно підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності. Своєю чергою, ефективність зовнішньоекономічної діяльності є ключовим чинником збільшення потенціалу експортних послуг, виходу на світовий ринок українських суб'єктів ЗЕД, підвищення рівня їхніх конкурентних переваг, підвищення якості продукції та послуг, які вони надають, створення правильних умов експортно-імпортних послуг, а також забезпечення економічної безпеки держави у цілому. Аналіз діяльності українських підприємств показав, що підвищення ефективності проведення зовнішньоекономічних операцій окремого підприємства залежить від темпів удосконалення системи ЗЕД країни у цілому.

Для підвищення показників зовнішньої торгівлі лідерам бізнесу слід зосередитися на розробленні чітких планів реалізації стратегії зовнішньої торгівлі. Окрім того, доцільно звернути особливу увагу на чинники, які впливають на результати зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Накопичення експортного потенціалу можливе за сприятливих економічних умов для виробництва якісної продукції, впровадження модернізованого виробництва, використання новітніх технологій, продажу промислової продукції, стабільної позиції на світових ринках та виходу на нові ринки.

Важливим складником зовнішньоекономічної політики України на сучасному етапі є створення більш ефективної системи митного регулювання, яка, з одного боку, може забезпечувати фіскальні, захисні та регулюючі функції, а з іншого – сприятиме спрощенню митних процедур відповідно до європейських правил. Саме митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності визначає характер цих відносин і становить основу для ефективної інтеграції в європейський торговий простір.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_3_2018ua/4.pdf (дата звернення: 27.11.2019).
2. Інфографіка U open EU про структуру та вартість експорту українських послуг до країн ЄС у 2017 році. URL: <https://eu-ua.org/infografika/infografika-u-open-eu-prostrukturu-ta-vartist-eksportu-ukrayinskykh-poslug-do-krayin-yes> (дата звернення: 27.11.2019).
3. Гуменюк О.Г. Еволюція системи митно-тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. *Гроші, фінанси та кредит*. 2018. Вип. 14. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/112.pdf (дата звернення: 27.11.2019).
4. Данкевич В.Є. Митне регулювання експорту та імпорту сільськогосподарської продукції в умовах асоціації з ЄС. *Глобальні та національні проблеми економіки*. URL: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/4923/1/Gnpe_2015_4_57-60.pdf (дата звернення: 27.11.2019).
5. Носач Л.Л. Фінансові механізми антикризового управління: сучасні реалії та стратегічні орієнтири : колективна монографія / за заг. ред. А.С. Крутової. Київ : Іванченко І.С., 2018. С. 224–241.
6. Аналіз зовнішньої торгівлі товарами та послугами України з країнами Європейського Союзу. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/11.pdf> (дата звернення: 27.11.2019).
7. [Evolution of European integration]. Available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_3_2018ua/4.pdf (accessed: 27.11.2019).
8. Infografika U open EU pro strukturu ta vartist eksportu ukrajinskykh poslugh do krajin JeS u 2017 roci [U open EU infographics on the structure and cost of exports of Ukrainian services to EU countries in 2017]. Available at: <https://eu-ua.org/infografika/infografika-u-open-eu-prostrukturu-ta-vartist-eksportu-ukrayinskykh-service-to-krayin-yes> (accessed: 27.11.2019).
9. Gumenyuk O.G. (2018) Evoljucija systemy mytno-taryfnogho rehuljuvannja zovnishnjoekonomichnoji dijalnosti [Evolution of the system of customs-tariff regulation of foreign economic activity] / O.G. Gumenyuk // *Money, finance and credit*, vol. 14. Available at: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_eng/112.pdf (accessed: 27.11.2019).
10. Dankevich V.E. (2015) Mytne rehuljuvannja eksportu ta importu siljsjogohospodarskoji produkciji v umovakh asociaciji z JeS [Customs regulation of export and import of agricultural products under the conditions of association with the EU]. *Global and national problems of economy*, vol. № 4, pp. 57–60. Available at: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/4923/1/Gnpe_2015_4_57-60.pdf (accessed: 27.11.2019)
11. Nosach L.L. Finansovi mekhanizmy antykrizovogho upravlinnja: suchasni realiji ta strategichni orijentyry [«One Window» as a tool for socio-economic improvement and management of international business]. *Financial mechanisms of crisis management: modern realities and strategic guidelines: a collective*, vol. 3, pp. 224–241.
12. Analiz zovnishnjoji torghivli tovaramy ta poslughamy Ukrajinny z krajinyamy jevropejskogho sojuzu [Analysis of foreign trade of goods and services of Ukraine with the countries of the European Union]. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/11.pdf> (accessed: 27.11.2019).

REFERENCES:

1. Osoblyvosti zovnishnjoekonomichnoji dijalnosti vitchyzn-janykh pidpryjemstv v umovakh jevrintegraciji [Features of foreign economic activity of domestic enterprises in the condi-

УДК 631.339.658

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-4>**Морозова І.В.***студентка**Навчально-наукового інституту економіки, оподаткування та митної справи
Університету державної фіскальної служби України***Микитенко Т.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри митної справи**Навчально-наукового інституту економіки, оподаткування та митної справи
Університету державної фіскальної служби України***Morozova Iryna***student**University of the State Fiscal Service of Ukraine***Mikitenko Tatiana***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Customs
Educational and Scientific Institute of Economics, Taxation and Customs
University of the State Fiscal Service of Ukraine*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

STRATEGIC MANAGEMENT OF THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF THE ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

Об'єктом дослідження є процес стратегічного управління ЗЕД підприємства. Предметом дослідження є теоретико-методичні засади стратегічного управління ЗЕД підприємства. У статті розглянуто праці різних авторів і розкрито сутність стратегічного управління ЗЕД підприємства, досліджено особливості варіативної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Визначено значення та місце ЗЕД у діяльності підприємства. Виокремлено переваги використання стратегічного управління ЗЕД підприємства в умовах глобалізаційних процесів світової економіки. Визначено значення стратегічного управління ЗЕД для підприємства та можливі проблеми за його відсутності. Своєю чергою, наголошено, що успіх ЗЕД підприємства залежить від внутрішніх і зовнішніх чинників, що формують експортний потенціал, що є основою для розроблення стратегії. Зазначено, що формування стратегії ЗЕД складається з певних етапів, кожен з яких має свої особливості. На основі статистичних даних досліджено динаміку зовнішньої торгівлі України товарами протягом останніх років. Розглянуто, як формуються стратегія управління та програма розвитку ЗЕД підприємства та виокремлено загальні проблеми їх функціонування. Доведено, що за допомогою зовнішньоекономічної стратегії відбувається формування стратегічного потенціалу у вигляді сукупності матеріальних умов виробничої діяльності й професійних і творчих навичок персоналу. Визначено методи управління, що використовуються для підвищення ефективності керування операціями на підприємстві, а також детально розглянуто особливості поданих методів, що застосовуються безпосередньо до здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Запропоновано поєднувати загальні методи управління, такі як адміністративні, організаційні та соціальні, у комплексі для досягнення ефективної роботи з персоналом. Проаналізовано функції управління та виокремлено чинники, що впливають на ефективність здійснення цих функцій. Виокремлено характерні риси управління зовнішньоекономічною діяльністю відповідно до виробничо-господарської діяльності підприємства. Розроблено практичні рекомендації щодо стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Ключові слова: стратегічне управління, зовнішньоекономічна діяльність, глобалізація, підприємство, конкурентоспроможність.

АННОТАЦИЯ

Объектом исследования является процесс стратегического управления ВЭД предприятия. Предметом исследования являются теоретико-методические основы стратегического управления ВЭД предприятия. В статье рассмотрены труды разных авторов и раскрыта сущность стратегического управления ВЭД предприятия, исследованы особенности вариативной организации внешнеэкономической деятельности предприятия. Определены значение и место ВЭД в деятельности предприятия. Выделены преимущества использования стратегического управления ВЭД предприятия в условиях глобализационных процессов мировой экономики. Определены значение стратегического управления ВЭД на предприятии и возможные проблемы в его отсутствие. Отмечено, что успех ВЭД предприятия зависит от внутренних и внешних факторов, формирующих экспортный потенциал, что является основой для разработки стратегии. Отмечено и указано, что формирование стратегии ВЭД состоит из определенных этапов, каждый из которых имеет свои особенности. На основе статистических данных исследована динамика внешней торговли Украины товарами в течение последних лет. Рассмотрено, как формируются стратегия управления и программа развития ВЭД предприятия и выделены общие проблемы их функционирования. Доказано, что с помощью внешнеэкономической стратегии происходит формирование стратегического потенциала в виде совокупности материальных условий производственной деятельности и профессиональных и творческих навыков персонала. Определены методы управления, используемые для повышения эффективности управления операциями на предприятии, а также подробно рассмотрены особенности представленных методов, применяемых непосредственно к осуществлению внешнеэкономической деятельности. Предложено сочетать общие методы управления, такие как административные, организационные и социальные, в комплексе для достижения эффективной работы с персоналом. Проанализированы функции управления и выделены факторы, влияющие на эффективность осуществления этих функций. Выделены характерные черты управления внешнеэкономической деятельностью в соответствии с производственно-хозяйственной деятельностью предприятия. Разработаны практические

рекомендации по стратегическому управлению внешнеэкономической деятельностью предприятия.

Ключевые слова: стратегическое управление, внешнеэкономическая деятельность, глобализация, предприятие, конкурентоспособность.

ANNOTATION

The object of the research is the process of strategic management of the FEA of the enterprise. The subject of the research is the theoretical and methodological foundations of strategic management of the FEA. The article deals with the works of different authors and reveals the essence of strategic management of foreign economic activity of the enterprise and explores the peculiarities of the variational organization of foreign economic activity of the enterprise. The value and place of FEA in the activity of the enterprise are determined. The advantages of using strategic management of foreign economic activity of the enterprise in the conditions of globalization processes of the world economy are singled out. The importance of strategic management of foreign economic activity for the enterprise and possible problems in its absence are determined. In turn, it is emphasized that the success of a foreign trade enterprise depends on internal and external factors that shape the export potential, which is the basis for strategy development. It is emphasized and stated that the formation of the FEA strategy consists of certain stages, each of which has its own peculiarities. The dynamics of Ukraine's foreign trade in goods over the past years is investigated on the basis of statistics. The management strategy and the program of development of the FEA of the enterprise are considered and the general problems of their functioning are highlighted. It is proved that with the help of foreign economic strategy strategic potential is formed in the form of set of material conditions of production activity and professional and creative skills of personnel. The methods of management that are used to improve the efficiency of operations management at the enterprise are defined, and the features of the presented methods are applied in detail, which are applied directly to the implementation of foreign economic activity. It is suggested to combine common management practices such as administrative, organizational and social in the complex to achieve effective staffing. Management functions are analyzed and factors that influence the efficiency of these functions are identified. The characteristic features of management of foreign economic activity in accordance with the production and economic activity of the enterprise are distinguished. Practical recommendations on strategic management of foreign economic activity of the enterprise are developed.

Key words: strategic management, foreign economic activity, globalization, enterprise, competitiveness.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах надзвичайного інтенсивного розвитку глобалізаційних процесів, прискореного зростання світової торгівлі та інших процесів міжнародного обміну, за яких світова економіка стає більш інтегрованою та відкритою, велика кількість українських підприємств особливу увагу приділяє розвитку зовнішніх ринків для руху товарів, капіталу, робочої сили. Пожвавлення міжнародного бізнесу вимагає формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), оскільки її реалізація дає змогу підвищити конкурентоспроможність та гнучко реагувати на зміни умов ділового середовища.

Сьогодні проблеми розроблення зовнішньоекономічної стратегії підприємства набувають особливої актуальності, оскільки сучасні умови ведення підприємницької діяльності потребують принципово нових стандартів, методів

управління та етапів організації міжнародного бізнесу.

Можливо реалізувати поставлені стратегічні цілі розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства за умови, що в управлінні суб'єктом господарювання та формуванні ефективної організаційної структури застосовуються новітні підходи до управління. Важливо, щоб управлінський персонал підприємств, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю, застосовував певні принципи, дотримувався обмежень, вирішував проблемні питання для забезпечення зовнішньоекономічної діяльності в умовах посилення конкуренції на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Вагомий внесок у вивчення проблем управління зовнішньоекономічною діяльністю, формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності, визначення взаємодії складових елементів, виокремлення основ розвитку співпраці з країнами-партнерами зробили багато вітчизняних та зарубіжних учених, наприклад: О. Амоша, І. Ансофф, Ф. Бутинець, І. Бузько, Д. Богиня, О. Воронкова, О. Кузьмін, О. Кириченко, О. Мельник, Л. Федулова, А. Мазаракі, М. Стефаненко. Однак у працях цих науковців питання стратегічного управління підприємством ЗЕД розглядалося не повністю. Це визначило спрямованість нашого наукового дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – провести дослідження організаційної структури стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств із виявленням напрямів, які сприятимуть її вдосконаленню з урахуванням можливостей розширення співпраці на зовнішньому ринку. У ході нашого дослідження буде розглянуто структуру стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства та можливі механізми її оптимізації.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це напрям чи вид господарської діяльності підприємства, який виконує виробничо-господарську, організаційно-економічну та операційно-комерційну функції, пов'язані з виходом підприємства на зовнішній ринок та його участю у міжнародних економічних відносинах [1].

Упровадження ЗЕД на підприємстві має велике значення для його економічного зростання, підтримки ефективного розвитку (технічного, організаційного, товарного тощо) (рис. 1). Однак підвищення економічного зростання підприємства та ефективності його розвитку під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності неможливе без реалізації завдань стратегічного управління.

Професор А.А. Мазаракі вважає, що стратегічне управління ЗЕД підприємства – це реалізація концепції, яка інтегрує функціональний, системний, ситуаційний та процесний підходи

до управління ЗЕД підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх із реальними можливостями підприємства під час розроблення та реалізації системи стратегій [2].

О.А. Кириченко розглядає стратегічне управління ЗЕД як невід’ємну частину загального управління підприємством [3]. Такий підхід до визначення сутності стратегічного управління ЗЕД має велике практичне значення, оскільки дає можливість глибше вивчити його зміст, з’ясувати загальні та відмінні риси порівняно з внутрішнім управлінням.

У зв’язку із цим визначимо, що стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства – це напрям діяльності, що складається з низки процесів, заснованих на функціональному підході за наявності системних, ситуаційних та процесних підходів до ЗЕД підприємства як об’єкта управління, спрямований

на розроблення та реалізацію стратегії зовнішньоекономічної діяльності в межах загальної стратегії підприємства з урахуванням відповідних його можливостей та змін, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі [3].

Перевагами використання стратегічного управління ЗЕД підприємства в умовах глобалізаційних процесів світової економіки є [4]:

- заохочення керівників до реалізації довгострокових управлінських рішень;
- посилення координації дій;
- підготовка до непередбачених змін навколишнього середовища;
- мінімізація ризиків негативних впливів динамічного міжнародного середовища;
- раціоналізація використання ресурсного потенціалу;
- створення передумов для підвищення кваліфікації керівників та спеціалістів;

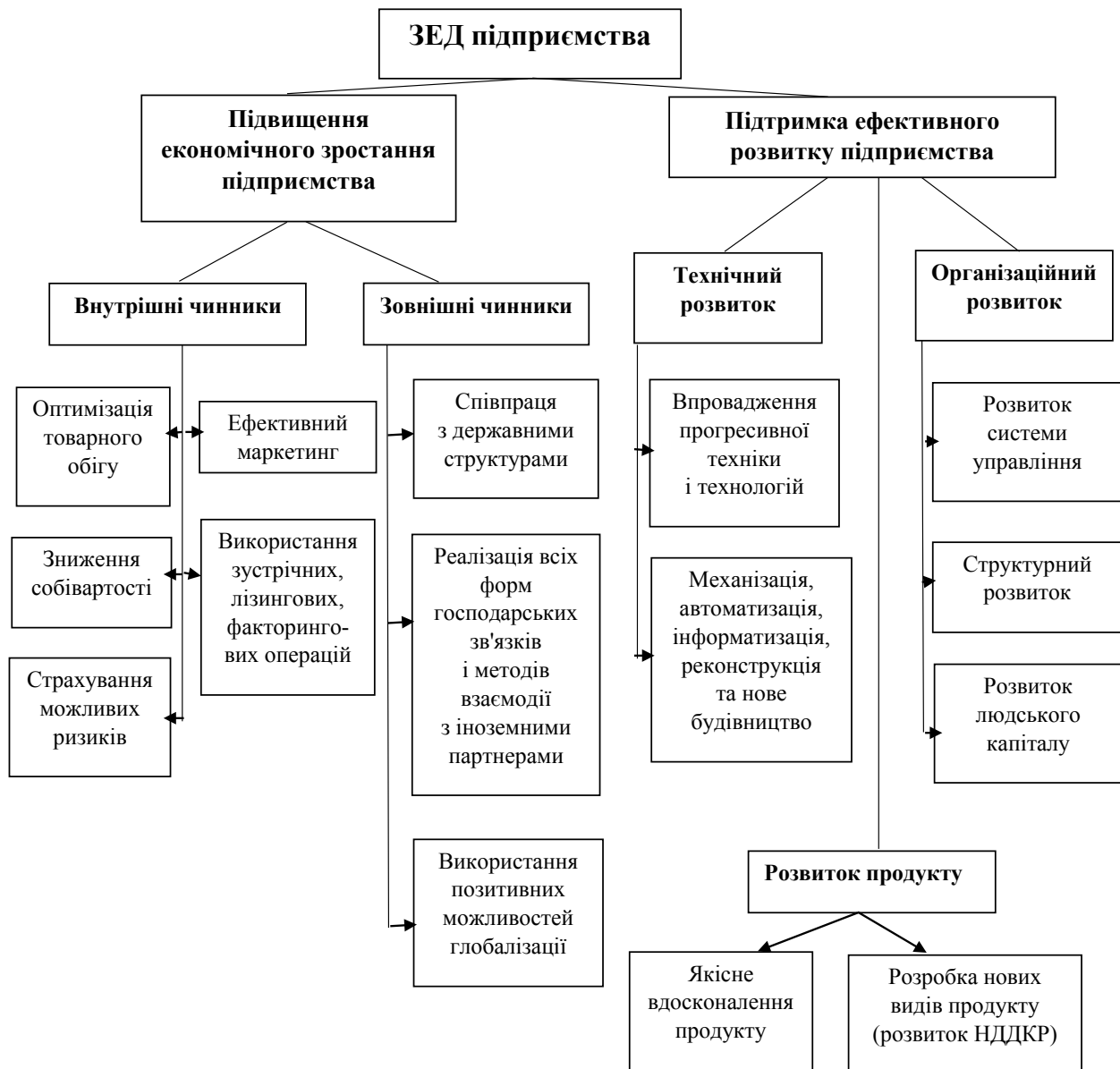


Рис. 1. Значення та місце ЗЕД у діяльності підприємства

Джерело: сформовано авторами на основі [4]

– формалізація повноважень та відповідальності працівників.

За відсутності стратегічного управління підприємством в умовах активізації ЗЕД може виникнути низка проблем, зокрема: неможливість розглядати діяльність підприємства як складного процесу, коли оперативні зміни безпосередньо відбиваються на стратегічних змінах; утрата належної виробничої та економічної орієнтації внаслідок досягнення короткотермінових інтересів; неможливість виявлення запитів, інтересів та потреб цільової аудиторії на ринку; послаблення або втрата стабільних конкурентних позицій.

Під час здійснення стратегічного управління ЗЕД підприємства також необхідно враховувати деякі особливості [6].

1. Стратегічне управління ЗЕД – складова частина системи управління конкретного підприємства, яке може як позитивно, так і негативно впливати на неї.

2. Стратегічне управління ЗЕД підприємства базується на функціональному підході, яке характеризується виконанням на кожному етапі різних управлінських функцій: стратегічного планування, стратегічного аналізу, стратегічного контролю.

3. Стратегічне управління ЗЕД включає у себе обґрунтування та впровадження стратегічних змін, спрямованих на перемогу в конкурентній боротьбі і забезпечення стійкого становлення підприємства – суб'єкта ЗЕД з урахуванням змін у його зовнішньому оточенні з визначенням стратегічних ресурсів та внутрішніх можливостей підприємства.

4. Стратегічне управління ЗЕД підприємства потребує послідовності етапів розроблення стратегії ЗЕД підприємства.

5. Стратегічне управління ЗЕД підприємства передбачає ведення бізнесу з декількома національними урядами, валютами, політичними, правовими, економічними та культурними системами, де передбачає більш широкий територіальний простір, різних за наявністю природних багатств, кліматичних, часових та інших чинників.

Для підприємств, що працюють на зовнішньому ринку, важливо правильно оцінити ділове середовище та розробити ефективні способи підвищення міжнародної конкурентоспроможності, які, з одного боку, відповідали б конкретній ситуації на ринку та тенденціям її розвитку, а з іншого – враховували особливості виробництва. Оскільки ЗЕД є складною сферою діяльності і характеризується великою різноманітністю форм, управління нею вимагає системного підходу, можливого в рамках ефективної стратегії.

Успіх ЗЕД підприємства залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх чинників [7], які, своєю чергою, формують експортний потенціал, що є основою для розроблення стратегії.

До внутрішніх чинників належать: інформаційне забезпечення; організація управління

ЗЕД; планування експортного виробництва; облік та аналіз зовнішньоторговельних поставок; управління персоналом.

Серед зовнішніх чинників формування стратегії ЗЕД виокремлюють [4]:

– економічні (зростання або спад виробництва, темпи і рівень інфляції, коливання курсу національної та іноземної валюти, оподаткування, рівень динаміки цін, умови одержання кредиту і відсоткова банківська ставка, платоспроможність контрагентів, попит покупців);

– соціокультурні (відмінності у ставленні людей до самих себе і до інших, відношення до суспільних інститутів, природи, основних культурних цінностей, відмінності у сприйнятті та потребах);

– політико-правові (сприятливість наявної законодавчої бази, її стабільність, політичний устрій, відносини, які склалися у країні та на світовій арені);

– демографічні (кількість населення, його вік, стать, сімейний стан);

– науково-технічні (рівень розвитку науки і техніки в країні, впровадження досягнень НТП у виробництво, доступність новітніх технологій).

Сукупність усіх зазначених чинників визначають зовнішньоекономічний потенціал підприємства, на основі якого розробляється стратегія розвитку ЗЕД, що включає процес обґрунтування стратегії та реалізацію стратегічного плану.

Формування стратегії ЗЕД, як правило, складається з таких етапів [9]:

– початковий етап передбачає аналіз зовнішнього середовища, прогнозування майбутнього розвитку ЗЕД підприємства, виявлення можливостей і загроз, сильних та слабких сторін, оцінку міжнародної конкурентоспроможності й прогнозування її зміни;

– на другому етапі (на новоствореному підприємстві – на першому) визначають місію, мету і цілі ЗЕД підприємства;

– на третьому – здійснюють стратегічний аналіз, який полягає у порівнянні мети і цілей ЗЕД із результатами аналізу міжнародного бізнесового середовища, виявленні й усуненні розривів між ними і, головне, у виробленні альтернативних стратегій – варіантів стратегічного розвитку;

– на четвертому – моделюються варіативні сценарії розвитку подій (оптимістичний, песимістичний та найбільш імовірний) і досліджується вплив кожного на сформульовані альтернативні стратегії ЗЕД. Визначається міжнародна конкурентоспроможність підприємства у разі реалізації тієї чи іншої стратегії за певним сценарієм;

– на п'ятому етапі здійснюється вибір найбільш прийнятної стратегії ЗЕД з альтернативних;

– на шостому – готується кінцевий варіант стратегічного плану розвитку ЗЕД підприємства;

– на сьомому – на базі стратегічного плану розробляються тактичні середньострокові плани ЗЕД;



Рис. 2. Експортно-імпортні операції України за 2013–2018 рр.

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

– на восьмому етапі розробляються оперативні плани та проекти, і на цьому процес стратегічного планування розвитку ЗЕД завершується.

Нині основною функціональною формою ЗЕД українських підприємств є міжнародна торгівля, що реалізується у вигляді експорту й імпорту товарів і послуг (рис. 2).

За даними рис. 2 ми спостерігаємо переважання імпорту товарів над експортом на протяжці всього аналізованого періоду, внаслідок чого спостерігаємо від’ємне сальдо, що негативно відображається на економіці країни.

Дослідження динаміки зовнішньої торгівлі України товарами протягом останніх років дає змогу дійти висновку, що нині зберігаються несприятливі тенденції у зовнішньоторговельній сфері, що, своєю чергою, зумовлює необхідність вироблення більш дієвої зовнішньоторговельної політики, зокрема на основі розроблення й упровадження ефективних механізмів стратегічного управління ЗЕД на рівні підприємства як найбільш мобільної форми ведення бізнесу.

Процеси глобалізації, інтеграції та інформатизації сучасної міжнародної торгівлі вимагають від українських підприємств – суб’єктів ЗЕД приймати стратегічні рішення незалежно від того, мають вони стратегічну систему управління чи ні. Сьогодні це вимога часу та умова успішного міжнародного бізнесу. І ось як прийматимуться стратегічні рішення – виходячи з продуманої стратегії або в перерві між вирішен-

ням поточних проблем, – кожна компанія повинна вирішити самостійно.

На жаль, для більшості українських організацій стратегічний менеджмент поки що розглядається як щось віртуальне, нереальне, що не має відношення до практики ведення ЗЕД. Зважаючи на поширеність такої ситуації в нинішній практиці ведення зовнішньоторговельних операцій в українських суб’єктів підприємництва, можна виділити три основні проблеми стратегічного менеджменту розвитку ЗЕД на мікрорівні:

- відсутність розробленої й обґрунтованої стратегії;
- відсутність стратегічного менеджменту як системи управління ЗЕД;
- відсутність механізму реалізації стратегії.

Стратегічне управління ЗЕД починається з визначення місії підприємства, в якій розкриваються мета, пріоритетні цінності та напрями діяльності. Головним призначенням функціональних стратегій є забезпечення розроблення і досягнення довгострокових цілей кожною функціональною службою з дотриманням принципів корпоративної і конкурентної стратегії підприємства. Визначальними й обмежувачими чинниками при цьому є фінанси та інвестиції, людські ресурси, виробництво, інновації та маркетинг.

Отже, формування стратегії підприємства – суб’єкта ЗЕД – це процес розроблення зовніш-

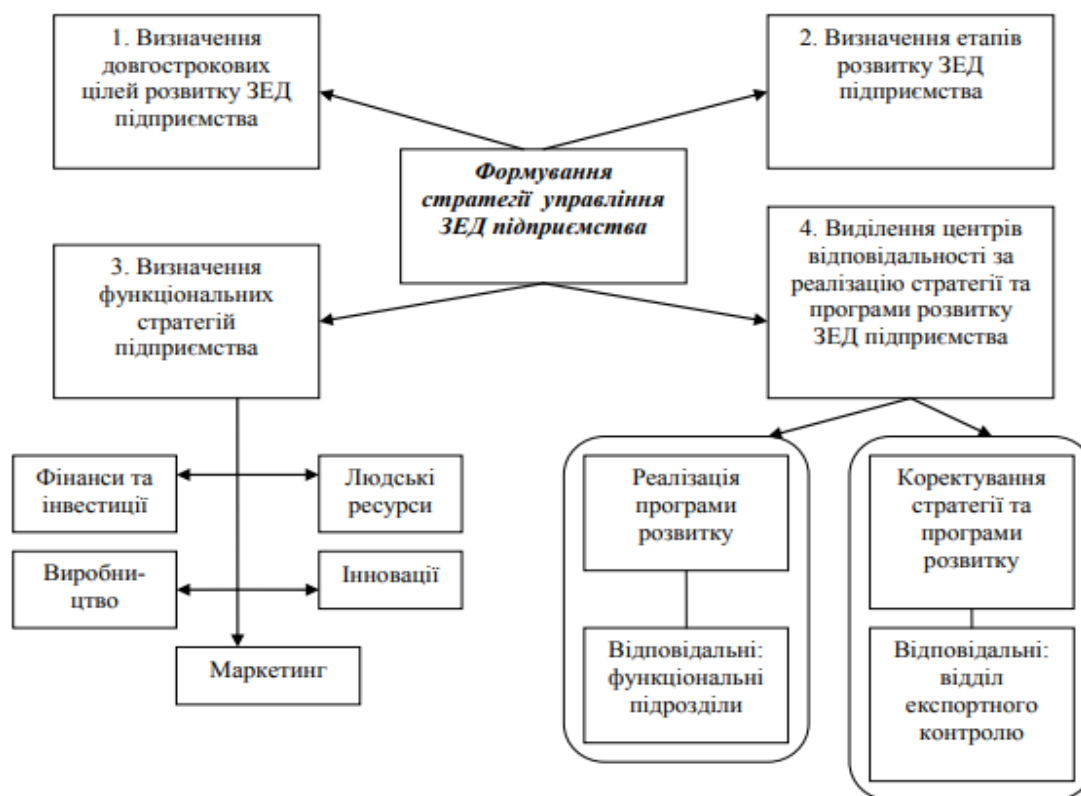


Рис. 3. Формування стратегії управління та програма розвитку ЗЕД підприємства

Джерело: сформовано авторами на основі [4]

нюекономічних стратегій різних рівнів. Першим і головним етапом у плануванні стратегії є формування місії, де визначаються пріоритетні цінності, цілі і напрями діяльності, проводиться ретельний аналіз сильних і слабких сторін підприємства, можливостей і загроз, властивих зовнішньому середовищу ведення ЗЕД; визначення стратегічних цілей, окреслення стратегічних і тактичних завдань та складання оперативних планів, а також розроблення загальної схеми управління діяльністю підприємства. Керівництво організації може самостійно вибрати модель стратегічного управління ЗЕД і застосувати для цього будь-які прийоми.

Стратегічний менеджмент ЗЕД підприємства – це генеральна комплексна програма дій, що формує цілі та основні шляхи їх досягнення у довгостроковому періоді й визначає пріоритетні напрями розвитку за рахунок здійснення різних видів ЗЕД.

Стратегія дає змогу зосередитися на головних проблемах і відкинути другорядні, визначити й скоординувати дії з реалізації місії й основних цілей фірми, шляхи її перетворення у новий стан (який бізнес припинити, який продати, у який перейти, з яким об'єднатися), способи використання необхідних для цього ресурсів. Стратегія повинна забезпечити підприємству конкурентні переваги у сферах, де є найбільші шанси на успіх; допомогти визначити види продукції, за допомогою яких цього можна досягти; відшукати шляхи нейтралізації суперників.

За допомогою зовнішньоекономічної стратегії відбувається формування стратегічного потенціалу у вигляді сукупності матеріальних умов виробничої діяльності й професійних і творчих навичок персоналу.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Ефективність роботи та прибутковість підприємства в умовах глобалізації та інтернаціоналізації бізнесу безпосередньо залежить від раціонально сформованої та ефективної стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності, яка ґрунтується на процесі розроблення зовнішньоекономічних стратегій різного рівня. Стратегічне управління ЗЕД підприємства передбачає формування основних довгострокових цілей розвитку зовнішнього ринку та закріплення позицій на ньому, пріоритетних завдань щодо активізації ЗЕД та етапів їх реалізації. Особливу роль у системі стратегічного управління відводиться конкретизації шляхів та інструментів досягнення зовнішньоекономічних цілей, що дасть змогу реалізувати вибраний напрям життя підприємства, оцінити ступінь його успішності, зберегти та посилити конкурентні позиції на міжнародному ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дикань В.Л. Розробка стратегії зовнішньоекономічної підприємства. *Економіка, організація та управління підприємством*. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_11_1/Dikan.pdf (дата звернення: 01.12.2019).

2. Длігач А.О. Стратегії конкурентної поведінки в системі стратегічного маркетингу. URL: http://archive.nbu.gov.ua/ejournals/pspe/2011_2/Litvinenko_211.htm (дата звернення: 01.12.2019).
 3. Соколовська В.М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2016. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1092> (дата звернення: 01.12.2019).
 4. Сасенко М.Г. Стратегія підприємства : підручник. Тернопіль : Економічна думка, 2006. 390 с.
 5. Зовнішньоекономічна діяльність. *Статистична інформація офіційного вебсайту Державної служби статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.12.2019).
 6. Карпов А. Фундаментальные проблемы стратегического управления. URL: http://www.rikcompany.ru/strategy_problems.html (дата звернення: 01.12.2019).
 7. Фоміченко І.П., Кондратенко О.О. Формування стратегії розвитку великого промислового підприємства. *Науковий вісник ДДМА*. 2017. № 2. С. 293–297. URL: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/vddma/2009_2/article%5C9FIPLIE.pdf (дата звернення: 01.12.2019).
-
- REFERENCES:**
1. Dykanj V.L. (2011) Rozrobka strateghiji zovnishnjoekonomichnoji pidpryjemstva [Development of foreign economic enterprise strategy]. *Ekonomika, orghanizacija ta upravlinnja pidpryjemstvom* [Economics, organization and management of the enterprise] (electronic journal). Available at: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_11_1/Dikan.pdf (accessed 01.12.2019).
 2. Dlighach A.O. (2011) Strateghiji konkurentnoji povedinky v systemi strateghichnogho marketyngghu [Competitive Behavior Strategies in the Strategic Marketing System]. Available at: http://archive.nbu.gov.ua/ejournals/pspe/2011_2/Litvinenko_211.htm (accessed 01.12.2019).
 3. Sokolovsjka V.M. (2016) Formuvannja eksportnogho potencialu pidpryjemstva v suchasnykh umovakh ghospodarjuvannja [Formation of export potential of the enterprise in modern conditions of management]. *Efektivna ekonomika* [Effective Economics]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1092> (accessed 01.12.2019).
 4. Sajenko M.Gh. (2006) Strateghija pidpryjemstva [The strategy of the enterprise]. Ternopil : *Ekonomichna dumka*. (in Ukrainian)
 5. Zovnishnjoekonomichna dijalnjestj. Statystychna informacija oficijnogho veb-sajtu Derzhavnoji sluzhby statystyky Ukrainy [Foreign economic activity. Statistical information on the official website of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 01.12.2019).
 6. Karpov A. Fundamentalnye problemy strateghicheskogho upravlenija [Fundamental problems of strategic management]. Available at: http://www.rikcompany.ru/strategy_problems.html (accessed 01.12.2019).
 7. Fomichenko I.P. (2017) Formuvannja strateghiji rozvytku velikogho promyslovogho pidpryjemstva [Formation of a strategy for the development of a large industrial enterprise]. Available at: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/vddma/2009_2/article%5C9FIPLIE.pdf (accessed 01.12.2019).

УДК 330.341

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-5>**Чернова О.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
Університету державної фіскальної служби України***Шараєнко О.А.***магістрант Навчально-наукового інституту
економіки, оподаткування та митної справи
Університету державної фіскальної служби України***Chernova Olha***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the
Department of International Economics
University of State Fiscal Service of Ukraine***Sharaienko Olha***Master of Educational and Scientific Institute of
Economics, Taxation and Customs Affairs
University of State Fiscal Service of Ukraine*

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

PROBLEMS OF FUNCTIONING OF INTERNATIONAL INNOVATION CLUSTERS IN WORLD ECONOMY

АНОТАЦІЯ

Розвиток інформаційних технологій та інформаційного простору, конкурентоспроможності країн, світового господарства загалом стимулюється міжнародними інноваційними кластерами. У статті визначено основні проблеми функціонування міжнародних інноваційних кластерів як у регіональних масштабах (на прикладі Європейського Союзу), так і на прикладі окремих країн. Розглянуто основні методи вирішення проблем, які виникають у країн та організацій, що беруть участь у функціонуванні МІК. Проаналізовано основні аспекти діяльності об'єднань, що координують роботу МІК. Досліджено їх минулий досвід, висвітлено перспективи їх подальшого функціонування. Виявлено виклики, що постають перед учасниками кластерів. Означено основні принципи, якими користуються компанії Європейського Союзу під час створення прогнозів діяльності кластерів, підвищення ефективності функціонування та розроблення нових стратегій.

Ключові слова: кластери, інноваційні кластери, міжнародні інноваційні кластери, світова економіка, проблеми кластерів.

АННОТАЦИЯ

Развитие информационных технологий и информационного пространства, конкурентоспособности стран, мирового хозяйства в целом стимулируется международными инновационными кластерами. В статье определены основные проблемы функционирования международных инновационных кластеров как в региональных масштабах (на примере Европейского Союза), так и на примере отдельных стран. Рассмотрены основные методы решения проблем, которые возникают у стран и организаций, участвующих в функционировании МИК. Проанализированы основные аспекты деятельности объединений, координирующих работу МИК. Исследован их прошлый опыт, освещены перспективы их дальнейшего функционирования. Определены вызовы, возникающие перед участниками кластеров. Раскрыты основные принципы, которыми пользуются компании Европейского Союза при создании прогнозов деятельности кластеров, повышении эффективности функционирования и разработке новых стратегий.

Ключевые слова: кластеры, инновационные кластеры, международные инновационные кластеры, мировая экономика, проблемы кластеров.

ANNOTATION

The development of information technologies and information space, the competitiveness of countries, the world economy as a whole is stimulated and promoted through international innovation clusters. The article analyzes the European Union's study of The Cluster Observatory on the direction of cluster activities in the EU as a whole. The paper deals with the main problems that arise in the functioning of international innovation clusters both on a regional scale (on the example of the European Union) and on the example of individual countries (on the example of Ukraine – a developing country and is in a transitional stage of its development in the so change in the political arena since 2019). The mechanism of functioning of the program-target bases for ensuring the implementation of cluster strategies on the example of a developing country and a region where the highly developed countries are located is analyzed. The basic elements of the European Union's strategy for smart specialization are considered. The basic problems of communications that arise in the functioning of MICs, namely in the sphere of business, the state, scientists and actually the participants of clusters are investigated. The problem of financial support for MIC activities was evaluated. The main problems that countries and organizations involved in the functioning of the MICs that have been formed by the European Commission have been examined to avoid such situations in the future, to warn people, companies and to make them more effective. The main activities of associations coordinating MIC activities are analyzed. Their past experience and plans for the future, namely the results of conferences, which bring together representatives of business, government and research institutions for theoretical discussions and practical applications of the lessons learned on theoretical days. The challenges posed by the cluster participants, based on research by the Indian Institute of Management, have been identified. The basic principles used by European Union companies in creating projections, improving functioning and developing new strategies are examined.

Key words: clusters, innovation clusters, international innovation clusters, world economy, clusters' problems.

Постановка проблеми. У сучасних реаліях розвиток інформаційних технологій та інформаційного простору загалом є рушійним фактором прискорення економічного зростання країни та регіону, піднесення громадянського суспільства, підвищення рівня конкурентоспроможності національних економік, суспільно-політичної та економічної інтеграції країн. Усі вищезазначені процеси відбуваються в умовах пріоритетності переходу до формування нової економіки, яка базується на знаннях та цінностях інформаційного суспільства.

Беручи до уваги останні результати досліджень Всесвітнього економічного форуму, визначаємо, що конкурентоспроможними виявляються ті країни, в яких приділяється значна увага формуванню інноваційної моделі розвитку економіки. Досвід країн світу засвідчує, що важливе місце в інноваційній економіці посідають інноваційні кластери.

Отже, створення й функціонування інноваційних кластерів, зокрема міжнародних, є об'єктивною необхідністю сьогодення, оскільки міжнародні інноваційні кластери (далі – МІК) не лише стимулюють інноваційний розвиток, але й допомагають створити та підтримувати корпоративну культуру, яка базується на основі різних національностей та підходів, що дає змогу учасникам розвиватись різносторонньо не лише у сфері бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним дослідженням, аналізу та оцінюванню інноваційних кластерів, зокрема міжнародних, присвячено праці вітчизняних та закордонних учених, таких як С.В. Князь, А.О. Мазур, С.А. Циганов, Н.М. Процун, С.О. Біла, Т.В. Швед, К. Бергіст, К. Фінк, Дж. Раффо, К. Саубленс, Дж. Бонас. Засновником наукових досліджень в цій галузі є видатний економіст М. Портер, роботи якого часто кладуться в основу сучасних досліджень.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. З огляду на невідворотність переходу нашої країни до економіки знань, її інтегрування у світову інноваційну систему подальше вивчення означених питань є необхідністю. Для успішного включення України до міжнародних інноваційних кластерів необхідно дослідити світовий досвід їх функціонування у світовій економіці, виокремити проблеми, які супроводжують їх діяльність, проаналізувати перспективи майбутньої участі країни в МІК.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є комплексний аналіз функціонування міжнародних інноваційних кластерів, виокремлення основних проблем, що перешкоджають їх діяльності, та обґрунтування напрямів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом останніх кількох десятиліть ЄС змістив політичну спрямованість на інновації, економіку знань та стійку конкурентоспроможність. Стратегії на основі кластерів стали цен-

тральним місцем у галузевій та регіональній науковій політиці ЄС.

Дослідження, проведене The Cluster Observatory (у ЄС), показує, що кластерні організації зосереджують свою увагу на формуванні ідентичності, стратегії та бренду для кластеру, а також посиленні інновацій через співпрацю в рамках інноваційних прогалів та спільних проєктів НДДКР. Менша увага приділяється розвитку бізнесу серед фірм-членів (стимулювання експорту, комерційне співробітництво та спільні закупівлі). Таким чином, кластери зайняли позицію важливого механізму в рамках програми інновацій для Європейського Союзу.

Задля кращого розуміння проблем функціонування МІК спочатку варто проаналізувати законодавчу базу, яка регламентує це питання. Так, наприклад, в Україні відсутнє достатнє нормативне забезпечення щодо створення, розвитку та функціонування кластерів. Жодна стаття Господарського кодексу не регламентує такий різновид об'єднання підприємств, як кластери, із зазначенням відповідних критеріїв здійснення ними господарської діяльності [1].

За умови функціонування міжнародних інноваційних кластерів у різних регіонах та країнах недостатньо розроблена програмно-цільова база забезпечення виконання кластерних стратегій. Найвні світові приклади програм здебільшого орієнтовані на окремі галузі національного господарства, а не на виробництво високотехнологічної продукції, тому не можуть бути застосовані. В Україні прикладами таких державних програм є Концепція Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 р. [2], Концепція Державної цільової програми розвитку земельних відносин в Україні на період до 2020 р. [3], Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 р. [4]. За цими програмами працюють не тільки учасники-резиденти, але й нерезиденти. Проте варто зазначити, що ці стратегії не мають свого застосування в інноваційній сфері.

Український досвід у цій сфері не можна назвати тривалим та успішним, оскільки у Європейському Союзі такий механізм роботи почав розроблятися ще у 2012 р., коли було створено Стратегії розумної спеціалізації (Smart Specialisation Strategies (S3)), що належать до регіональних стратегій, які «генерують унікальні активи та можливості, засновані на відмінних промислових структурах та базі знань у регіоні» [5].

Ця концепція є тісно пов'язаною із закликом ЄС до уваги до стратегій «розумного зростання», які ґрунтуються на знаннях та інноваціях і вбудовані в регіони. Комісія визначає стратегії розумної спеціалізації навколо п'яти основних елементів, які розкриті на рис. 1.

Отже, не можна стверджувати, що проблеми МІК є всеохоплюючими для всіх кластерів одразу. Аналіз наявного досвіду діяльності низки таких утворень доводить, що різні кластери потребують різного підходу до функціонування.

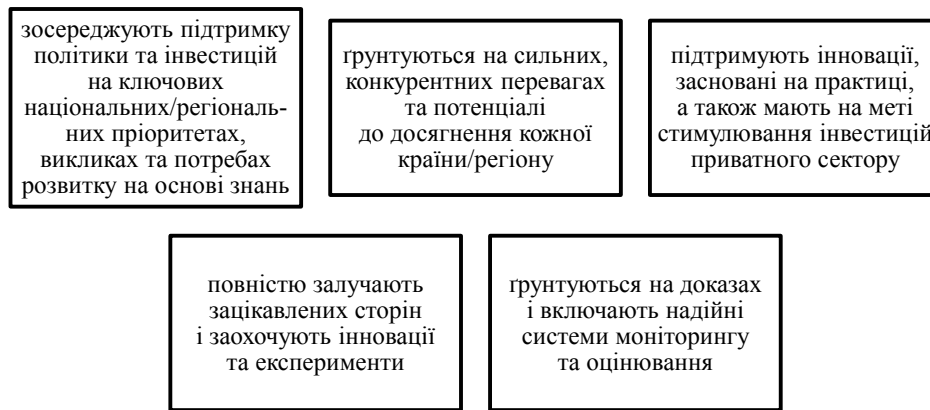


Рис. 1. Основні елементи стратегії розумної спеціалізації Європейського Союзу

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [6]

Важливим аспектом функціонування МІК є комунікації між учасниками кластеру, а також з державним сектором, бізнесом та науковцями. Неналагоджені зв'язки прослідковуються у державно-приватному секторі у галузі розроблення, апробації та впровадження в діяльність суб'єктів господарювання інновацій, що створює перешкоди імплементації нових технологій на вітчизняних та закордонних підприємствах. Сьогодні існує досить широке коло інституцій, діяльність яких спрямована на сприяння здійсненню трансферного обміну інноваціями, зокрема Український центр інновацій та патентно-інформаційних послуг, Європейська мережа інноваційних релейцентрів (IRC-network), Національний інформаційний центр із співробітництва з ЄС у сфері науки і технологій, Українська мережа трансферу технологій (UTTN), Громадська мережа трансферу ідей в технології (Мережа ТІТ, або Web ТІТ) [7].

Ще однією проблемою, що гальмує діяльність кластерів, є корупція, яка особливо притаманна Україні та країнам СНД, які поволи намагаються викоринювати цю проблему зі своїх держав. Найчастіше корупція проявляється у галузях державного кредитування та проведення тендерів, що зумовлює розвиток схем відмивання коштів, як наслідок, неповне або несвоєчасне виконання державних інвестиційно-інноваційних програм.

Також не всі регіони є інвестиційно привабливими, що зумовлено несприятливими економічними, соціальними, політичними, правовими та екологічними чинниками, які впливають на рішення потенційних інвесторів. Так, наприклад, Україна з 2014 р. й частково досі не є найпривабливішим місцем для інвестицій у зв'язку з проведенням військових бойових дій на сході та південному заході країни.

Сьогодні меншого впливу на діяльність МІК має проблема незацікавленості малих та середніх господарюючих суб'єктів в об'єднанні для здійснення інноваційної діяльності, оскільки з розвитком високих технологій та всевітньої

мережі Інтернет навіть фізичні особи проявляють інтерес до співпраці через аутсорсинг.

Проте відкритим питанням є фінансування кластерних об'єднань. Крім того, в умовах нестабільного валютного курсу кредитні кошти є досить дорогими. Так, в Україні курс гривні до долара протягом 2019 р. коливався у межах 27–29 грн./дол., а 24 вересня досяг найнижчої позначки у 24,15 грн./дол. Отже, сміливо можна стверджувати, що прибутки українських учасників різних МІК зменшилися, що було підтверджено валютними показниками [8].

Діяльність міжнародних інноваційних кластерів приносить багато користі суспільству загалом та існує багато переваг від їх функціонування, але є також приклади, коли програми кластерів мали дуже незначний вплив, витрачали державні ресурси та приносили користь лише невеликій групі компаній та науково-дослідних установ. У зв'язку з цим на основі вивчення світового досвіду Європейська Комісія визначила низку найбільш поширених помилок, які були допущені під час формування та функціонування кластерів, аби застерегти потенційних учасників МІК та привести до більш ефективного функціонування МІК.

1) Не варто вибирати слабкі кластери та фінансувати лише платформи для співпраці, адже це має незначний вплив, оскільки у таких форм об'єднань досить мало основних фондів та можливостей для мобілізації. Незважаючи на те, що кошти на проєкт часто скромні, загалом це є значущою витратою державних ресурсів з незначною користю.

2) Ризиковано інвестувати до нових кластерів, що базуються на попиті на світовому ринку/сприйнятих інтересах ЄС/сприйнятих інтересах національних рівнів, а не на основі місцевих активів, адже це витрачає ресурси, інвестуючи їх до інноваційних кластерів, та має низьку ймовірність домогтися успіху у таких часто висококонкурентних галузях. Такі кроки також підривають зростання нових кластерів, працюючи проти консолідації.

3) Відсутність вкладів до систематичного вивчення ринкових можливостей для нових клас-

терів з огляду на конкретний портфель кластерів та умови ділового середовища в регіоні, адже програми кластерів часто або занадто консервативні, тобто фінансують лише наявні сильні кластери, або приймають неправильні ризики, тобто підтримують зусилля щодо створення кластерів, де немає основної конкурентоспроможності чи доказів успіху на ринку. Підприємці, які досліджують реальні ринкові можливості в районах, де є такий потенціал, створюють позитивні зовнішні знання для інших інвесторів. Регіони втрачають багато можливостей та фінансування, якщо вони не надають стимулів для вжиття таких дослідницьких заходів.

4) Не варто продовжувати фінансувати слабкі або нові кластери, незважаючи на відсутність результатів. Коли державне фінансування зберігається навіть тоді, коли показники ефективності, пов'язані з реальним успіхом у галузі, не дотримані, це створює нецілеспрямоване та нерациональне витрачання коштів та спотворює конкуренцію.

5) Не варто зміщувати пріоритети діяльності кластерних організацій шляхом фінансування спільних дій в галузях, вибраних урядом; кластерні організації, зокрема учасники приватного сектору, найкраще орієнтуються в тому, які саме дії є важливими для підвищення конкурентоспроможності кластеру. Якщо уряд у рамках кластерних зусиль вибере конкретні заходи для підтримки, він може легко змістити порядок денний дій кластерних організацій. Потім вони роблять те, за що отримують державні гроші, а не те, на що краще та ефективніше використати ці кошти.

Висвітленням, розглядом та вирішенням проблемних питань, що виникають перед міжнародними інноваційними кластерами, займається TCI Network, що є лідируючою всесвітньою організацією, що займається великою експертизою у таких галузях, як конкурентоспроможність, кластери та інновації, тобто повністю охоплюється діяльність міжнародних інноваційних кластерів. Щороку засновники організують конференції за участю державних секторів, бізнесу та науково-дослідних організацій задля вирішення проблем, що існують у світовій економіці, зокрема тих, що стосуються МІК.

Ще у 2016 р. на щорічній 19-й конференції червоною ниткою пройшли проблеми інноваційних кластерів. Найбільш чітко бачення цих проблем, на нашу думку, продемонстрував М. Гулаті, що є експертом Індійського інституту менеджменту. Він наголосив на тому, що кластери, зокрема для Індії, є центральною концептуальною підтримкою економіки. Серед основних проблем функціонування кластерів він окреслив такі виклики:

– швидка й постійна механізація та роботизація, водночас покращення продукції та скорочення робочих місць, але ця позитивна тенденція тягне за собою негативну, таку як скорочення робочих місць (міжнародні інноваційні кластери

теж відповідають перед світовим суспільством, оскільки безробіття та бідність не будуть показниками інноваційного розвинутого життя);

– діджиталізація, що включає також електронну комерцію, яка свідчить про 40-відсоткове проникнення Інтернету до повсякденного життя людей (так, 40 мільйонів людей є працевлаштованими у цій сфері, а прогноз на 2020 р. становить 100 млрд. валового бізнесу, або 11,8% від загального світового);

– відсутність доступу до відновлювальних (альтернативних) джерел енергії (на думку М. Гулаті, саме прогресивні організації, підприємства, зокрема інноваційні кластери, повинні брати відповідальність на себе за майбутнє нащадків) [9].

Також серед малих та середніх підприємств існує проблема неорганізованості пенсій та життєвого страхування для працівників, але на рівні міжнародних інноваційних кластерів ця проблема неактуальна, оскільки вони разом з міжнародними компаніями та великими підприємствами забезпечують цими благами.

Очевидно, що в діяльності міжнародних інноваційних кластерів існує багато суперечностей і проблем, оскільки це явище відносно нове й перебуває у сфері інновацій, від якої прагнуть найкращих результатів, тому перед тим, як створювати прогнози діяльності, покращувати функціонування, розробляти нові стратегії, необхідно звернути увагу на такі моменти:

– усі кластери різні, не існує уніфікованої кластерної політики для всіх кластерів;

– вплив держав, у яких функціонують або зареєстровані МІК, повинен бути обмежений до рівня спрощення й полегшення діяльності МІК, але в жодному разі не повинен керувати їх діяльністю безпосередньо;

– зі світового досвіду зрозуміло, що державне фінансування є критичним для початкової стадії формування МІК;

– відсутні передбачені та розроблені правила та заходи в разі поразки у формуванні кластеру;

– кластери можуть зазнавати поразок з різних причин, але здебільшого проблема полягає у стратегії управління кластером [10].

Врахування Україною світового досвіду наявних недоліків та переваг, всіх загроз та викликів щодо діяльності МІК дасть змогу як успішно інтегруватися до наявних МІК, так і створювати нові міжнародні інноваційні кластери, які б працювали на національні інтереси нашої країни.

Висновки. Функціонування міжнародних інноваційних кластерів є відносно новою галуззю у кооперуванні людських вмінь, тому існують проблеми. Така ситуація є цілком природною, адже існують такі проблеми, як, наприклад, регулювання законодавчої бази, влаштування відносин між бізнесом, державою та науковцями, корупція. Також існує безліч факторів, що впливають на цей процес, однак частково перебуває поза межами людського контролю, тобто є немінучими, зокрема розширення масштабів

діяльності людей, тобто вихід за національні кордони, діджиталізація, роботизація, механізація та неможливість мати необмежений доступ до відновлювальних джерел енергії, оскільки це пов'язано з масштабними фінансовими витратами. Ключовим завданням людства сьогодні є об'єднання всіх можливих зусиль для покращення життя для наступних поколінь з використанням вже набутого досвіду. Одним із головних засобів досягнення цієї мети може стати створення та поширення нових міжнародних інноваційних комплексів на теренах світу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV зі змінами та доповненнями (3 розділ) // Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/436-15> (дата звернення: 13.08.2019).
2. Про схвалення Концепції Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року : Розпорядження від 17 липня 2013 р. № 603-р // Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/603-2013-%D1%80> (дата звернення: 01.09.2019).
3. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку земельних відносин в Україні на період до 2020 року : Розпорядження від 17 червня 2009 р. № 743-р // Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/743-2009-%D1%80> (дата звернення: 21.08.2019).
4. Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року : Постанова від 19 вересня 2007 р. № 1158 // Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1158-2007-%EF> (дата звернення: 26.08.2019).
5. Князь С.В. Формування і використання трансферного потенціалу інноваційного розвитку підприємства : автореф. дис. ... докт. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Львів, 2013. 54 с.
6. Циганов С.А., Процун Н.М. Інновації як об'єкт впливу міжнародного фінансового капіталу в умовах циклічних змін економіки. *Фінанси України*. 2014. № 10. С. 73–86.
7. Наливайко Н.Я., Коломієць О.Г. Перспективи розвитку ІТ-кластерів в Україні на основі венчурного інвестування. *Науковий вісник НЛТУ України*. URL: https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2018/28_9/16.pdf (дата звернення: 26.09.2019).
8. Аналітики Morgan Stanley дали новий прогноз курсу долара в Україні на кінець 2019 року / ТСН Україна : офіційний сайт. URL: <https://tsn.ua/ru/groshi/analitiki-morgan-stanley-dali-novyy-prognoz-kursa-dollar-v-ukraine-na-konec-2019-goda-1419876.html> (дата звернення: 15.09.2019).
9. Глобальні зміни: виклики інноваційних кластерів : звіт 19-ї Міжнародної конференції / TCI Network : офіційний сайт.

URL: <http://www.tci2016.org/uploads/documents/20161220-TCI-rep-def.pdf> (дата звернення: 06.09.2019).

10. Звіт Європейської кластерної панорами. 2016. 69 с. // Офіційний сайт Європейської кластерної обсерваторії. URL: https://www.clustercollaboration.eu/sites/default/files/news_attachment/2016-12-01-cluster-panorama-2016.pdf (дата звернення: 01.10.2019).

REFERENCES:

1. The official web-site of the Verkhovna Rada of Ukraine. Commercial Code of Ukraine dated 16.01.2003 № 436-IV with amendments and supplements (3 section). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/436-15> (accessed: 08.13.2019).
2. Official web-site of the Cabinet of Ministers of Ukraine. Ordinance "On Approval of the Concept of the National Targeted Economic Program for the Development of Industry for the Period up to 2020" of 17.07.2013 No. 603-p. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/603-2013-%D1%80> (accessed: 09.01.2019).
3. Official web-site of the Cabinet of Ministers of Ukraine. Order "On approval of the Concept of the State Target Program for Development of Land Relations in Ukraine for the Period up to 2020" of 17.06.2009 № 743-p. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/743-2009-%D1%80> (accessed: 08.21.2019).
4. Official web-site of the Cabinet of Ministers of Ukraine. Resolution "On approval of the State Target Program for the Development of the Ukrainian Village for the Period up to 2015" of 19.09.2007 № 1158. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1158-2007-%EF> (accessed: 08.26.2019).
5. Knyaz S.V. Formation and use of transfer potential of innovative development of the enterprise: Author's abstract. *diss. econom. sciences : special. 08.00.04 "Economics and Management of Enterprises (by type of economic activity)"*. Lviv, 2013. 54 p.
6. Tsiganov S.A. Innovations as an object of influence of international financial capital in the conditions of cyclical changes of economy / S.A. Tsiganov, N.M. Protsun // *Finance of Ukraine*. 2014. № 10. P. 73–86.
7. Official web-site of the Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine. Nalyvayko N.Y., Kolomiets O.G. Prospects for development of IT clusters in Ukraine based on venture investment. URL: https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2018/28_9/16.pdf (accessed: 09.26.2019).
8. Official web-site of TSN Ukraine. Morgan Stanley analysts have issued a new forecast for the dollar in Ukraine at the end of 2019. URL: <https://tsn.ua/en/groshi/analitiki-morgan-stanley-dali-novyy-prognoz-kursa-dollar-v-ukraine-na-konec-2019-year-1419876.html> (accessed: 09.15.2019).
9. TCI Network Official web-site. Report of the 19th International Conference on Global Change: Challenges of Innovative Clusters. URL: <http://www.tci2016.org/uploads/documents/20161220-TCI-rep-def.pdf> (accessed: 09.06.2019).
10. European Cluster Panorama 2016. Report. European Cluster Observatory. 2016. 69 p. URL: https://www.clustercollaboration.eu/sites/default/files/news_attachment/2016-12-01-cluster-panorama-2016.pdf (accessed: 10.01.2019).

СЕКЦІЯ 2

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 330.34

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-6>**Білан О.С.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій
Тернопільського національного економічного університету***Bilan Oksana***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Economics and Economic Theory
Ternopil National Economic University*

«ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА ЯК ВЕКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

«GREEN» ECONOMY AS A VECTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF UKRAINE

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено особливості розвитку «зеленої» економіки в контексті забезпечення сталого розвитку. Акцентовано, що модель «зеленої» економіки нормалізує взаємодію людської діяльності і природи. Визначено характерні особливості моделі «зеленої» економіки щодо її пріоритетних напрямів, ціноутворення, податкового законодавства, інвестиційної політики, соціального складника та державної підтримки. Досліджено ключові напрями та передумови застосування досвіду розвинутих країн у галузі розвитку «зеленої» економіки. Окреслено основні заходи, що сприятимуть запровадженню принципів «зеленої» економіки в практику діяльності вітчизняних підприємств. Ураховуючи зарубіжний досвід, визначено цілі та запропоновано перспективні сектори розроблення «зелених» технологій із погляду інвестиційної привабливості.

Ключові слова: «зелена» економіка, зарубіжний досвід, сталий розвиток, відновлювана енергія, рециклінг.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы особенности развития «зеленой» экономики в контексте обеспечения устойчивого развития. Акцентируется, что модель зеленой экономики нормализует взаимодействие человеческой деятельности и природы. Определены характерные особенности модели «зеленой» экономики относительно ее приоритетных направлений, ценообразования, налогового законодательства, инвестиционной политики, социальной составляющей и государственной поддержки. Исследованы ключевые направления и предпосылки применения опыта развитых стран в сфере развития «зеленой» экономики. Предложены мероприятия, которые будут способствовать введению принципов «зеленой» экономики в практику деятельности отечественных предприятий. Учитывая зарубежный опыт, определены цели и предложены перспективные секторы разработки «зеленых» технологий с точки зрения инвестиционной привлекательности.

Ключевые слова: «зеленая» экономика, зарубежный опыт, устойчивое развитие, восстанавливаемая энергия, рециклінг.

ANNOTATION

The article studies the «green» economy's features within the framework of providing sustainable development. It is emphasized, that role of ecologization of the industrial process increases under the current conditions, and global changes in the ecosystem make big business to invest in the environmental protection. The article

underlines that the «green» economy model normalizes the cooperation of human activities and nature. The features of the model according to its prior vectors, price setting, tax legislation, investment policy, social component of state support are identified. The key directions and prerequisites for using the developed countries' experience in the field of development of «green» economy are identified. It is justified, that for now recycling is rational to consider as an important element of socio-economic system, which allows to create basis for sustainable development of modern society. The main measures for promoting the implementation of principles of the «green» economy into the practical activities of domestic enterprises are traces, such as: formation of state investment policy, directed on supporting the development of the «green» technologies, formation of the necessary infrastructure, creation of the conditions for renewal natural capital and increasing its volume; designated state funding of research and development, connected with creating the «green» technologies; reforming the «eco-taxation» system, which considers change of labor tax to pollution tax; implementation of the practice of public procurements to create favourable conditions, to stimulate manufacturing of ecologically safe products. The article highlights whole developments of the «green» technologies: decreasing pollution and waste by changing the production and consumption structures; meeting the social needs by methods which do not provide exhaustion of natural resources; developing the alternative technologies, safe for the environment; creating re-usable and recyclable products. Taking into account the foreign experience the advanced sectors for development «green» technologies from the point of investment attractiveness are proposed. It is concluded that the model of «green» economy is equal to not only improve the ecologic situation and increase social welfare in a country, but to ensure the economic and social sustainability of a country.

Key words: green economy, foreign experience, sustainable development, renewable energy, recycling.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах сталий розвиток стає «двигуном» суспільного та політичного прогресу, адже може забезпечити гідне життя людей сьогодні та водночас зберегти природний спадок для нащадків як на локальному, так і на глобальному рівнях. Як по-

казують дослідження, уряди розвинутих країн успішно реалізують основні положення сталого розвитку. Для України є важливим такий позитивний досвід, адже в сучасних умовах шлях сталого розвитку є запорукою успішного та збалансованого майбутнього кожної країни.

Варто зазначити, що з кожним роком зростає роль екологізації виробничого процесу. Глобальні зміни екосистеми змушують великий бізнес інвестувати в охорону навколишнього середовища, причому в останні роки все більше компаній – лідерів корпоративної соціальної відповідальності переходять від політики коефективності до політики екоінновацій, що має на меті скорочення обсягів споживаних ресурсів, в першу чергу енергії, і внесення кардинальних змін у сам технологічний процес. У сучасних умовах «зелена» економіка – це двигун сталого розвитку, головним інструментом якої є інноваційні «зелені» технології.

Таким чином, ураховуючи глобальні виклики, що стоять перед сучасною цивілізацією, у процесі пошуку адекватних моделей сучасного соціально-економічного розвитку концепцію інклюзивного «зеленого» розвитку можна розглядати як єдину прийнятну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Вагомий внесок у дослідження проблематики сталого розвитку економіки зробили такі вітчизняні вчені, як Т.В. Горянська, Н.П. Захаркевич, А.І. Крисоватий, О.М. Сохацька, О.С. Чмир та ін. Проте в умовах глобальних викликів, що стоять перед сучасною цивілізацією, питання пошуку адекватних моделей сучасного соціально-економічного розвитку залишаються недостатньо розробленими, що зумовлює необхідність детальніших досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є обґрунтування необхідності розвитку «зеленої» економіки як засобу забезпечення сталого розвитку України.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Зважаючи на негативні тенденції у сфері екології, світова спільнота усвідомлює тягар відповідальності, що лежить на сучасних поколіннях перед нащадками. Найважливішим документом, в якому задекларовано основні напрями вирішення цієї проблеми, є документ Конференції ООН із навколишнього середовища і розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.), в якому резюмовано, що основою формування нового типу еколого-економічного росту є сталий розвиток (sustainable development).

Сталий розвиток – це такий розвиток, за якого не лише забезпечується задоволення потреб сучасних поколінь, а й не ставиться під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби. Безліч досліджень звернули увагу на проблеми, спричинені забрудненням навколишнього середовища і неконтрольова-

ним використанням невідновлюваних ресурсів. Іншими словами, за збільшення споживання ресурсів сьогодні, з огляду на їх обмеженість, людство отримає зниження кількості ресурсів, доступних для задоволення своїх потреб завтра.

У зв'язку із цим особливої уваги заслуговують пропозиції членів Римського клубу щодо зняття з порядку денного як мети людства поняття «економічне зростання». Вони вважають, що ключовою метою має стати «економічний розвиток», який не передбачає безупинного нарощування виробництва та споживання, акцентуючи увагу на підвищенні тривалості та якості життя людей. Саме такий підхід допоможе сповільнити загострення і в перспективі підійти ближче до вирішення вищезазначених глобальних проблем, зокрема збереження прийняттого стану навколишнього середовища [3].

Ініціатива ООН у галузі досягнення цілей сталого розвитку посприяла встановленню жорстких законодавчих норм по відношенню до виробників продукції та послуг щодо поводження з відходами виробництва та споживання; дала змогу не тільки сформулювати, а й розвинути нові напрями в економіці, а саме: розроблення екологічних зелених технологій, виробництво продукції з переробленої сировини, створення приватних підприємств у сфері переробки відходів, що сприяє досягненню балансу між економічним розвитком країни та збереженням її природного потенціалу.

За таких умов обов'язковим є врахування екологічної компоненти під час проектування та реалізації нових видів бізнесу та кардинальної модернізації існуючих видів у контексті запобігання негативному впливу на оточуюче середовище. Уряди європейських держав, США, Канади встановили жорсткі вимоги до видачі дозволів на нові види бізнесу, контролюючи ці аспекти [3].

Позитивним є той факт, що більшість українських компаній усвідомлює проблему забруднення навколишнього середовища та робить кроки в напрямі її подолання.

Результати дослідження Центру розвитку КСВ, у рамках якого було опитано 400 респондентів, зафіксували збільшення частки компаній, які впроваджують програми з охорони довкілля (до 65% у 2018 р.). Найпоширенішими практиками екологічної відповідальності є: впровадження енергозберігаючих технологій (38%), реалізація програми сортування й утилізації відходів (27%), зменшення викидів у навколишнє середовище (19,5%), упровадження програм «зеленого офісу» (17%), заходи щодо захисту природних ресурсів (14%). Проте третина респондентів відповіла, що ними взагалі не здійснювалися екологічні заходи (35%). Загалом спостерігається позитивна динаміка збільшення частки компаній, які впроваджують енергозберігаючі технології та зменшують викиди в навколишнє середовище (для порівняння: у 2010 р. – тільки 8,5% компаній).

У першу чергу це пов'язано з поширенням ідей і практик енергозбереження [2].

У сучасних умовах «зелена» економіка – це двигун сталого розвитку, головним інструментом якої є інноваційні «зелені» технології. «Зелені» технології ґрунтуються на енерго- та ресурсозбереженні, скороченні вуглецевих викидів, чистому транспорті, альтернативних джерелах енергії, органічному сільському господарстві, екодевелопменті (будівництві з мінімальним впливом на навколишнє середовище), передовій логістиці.

Використання вищенаведених інструментів дає змогу економіці розвиватися без збитків для природи і підтримувати екологічний добробут населення; підвищує ефективність виробництва за рахунок збереження та примноження природного капіталу, скорочення токсичних і вуглецевих викидів, розширення біорізноманіття, а також росту доходів і зайнятості населення.

Для «зеленої» економіки однаково важливим є дбайливе і раціональне використання як первинних, так і вторинних ресурсів, при цьому традиційне суспільство еволюціонуватиме в суспільство відповідального споживання. Модель «зеленої» економіки нормалізує взаємодію людської діяльності і природи.

Виділимо характерні особливості моделі «зеленої» економіки:

1. Пріоритетні напрями. Економіка ґрунтується на раціональних моделях виробництва та споживання, «озелененні» підприємств і ринків, стійкій інфраструктурі, «зеленій» податковій і бюджетній реформах, показниках екологічної ефективності, інвестуванні в природний капітал.

2. Ціноутворення. Відмова від неефективних субсидій, оцінка природних ресурсів у грошовому еквіваленті і запровадження податку на всі види діяльності, що завдають збитків навколишньому середовищу.

3. Податкове законодавство. Реформування систем «екологічного» оподаткування, що передбачає зміщення акценту з податку на робочу силу на податок на забруднення.

4. Інвестиційна політика. Вкладення державних інвестицій в інфраструктуру, яка відповідає принципам сталого розвитку (включаючи громадський транспорт, відновлювані джерела енергії, будівництво енергоефективних споруд) та природний капітал.

5. Соціальний складник. Розроблення соціальних стратегій, що мають на меті погодження цілей у соціальній сфері з економічними стратегіями та вибраними напрямками екологізації.

6. Державна підтримка. Цільова державна підтримка наукових досліджень і розробок, пов'язаних зі створенням екологічно чистих технологій, підтримка виробництва екологічно чистої продукції.

Варто зазначити, що за декілька останніх століть відбулося часткове знищення екосистем. На відновлення балансу і потенціалу екосистем по-

трібне не одне століття, тому для сучасної цивілізації найголовнішою проблемою є екологічна.

Ураховуючи вищевикладене, закономірно, що ідею сталого розвитку, доповнену концепцією «зеленої» економіки, можна розглядати як сучасну стратегічну парадигму, що потребує реалізації на всіх рівнях економіки. Сталий та екологічно відповідальний розвиток економіки можливий лише в тому разі, якщо відбудеться зміна сучасних стратегій ведення бізнесу.

Варто зазначити, що останнім часом у світі спостерігається стрімке зростання попиту на органічні продукти харчування, що може стати катализатором для застосування натуральних засобів підживлення рослин і в Україні. Ураховуючи переважно аграрний характер вітчизняної економіки, корисним для нашої держави буде досвід Китаю. Уряд Китаю у 2017 р. затвердив державну програму стимулювання переходу на органічні добрива в усіх галузях сільськогосподарського виробництва, що до 2020 р. дасть змогу скоротити споживання хімічних добрив на 20%. Такі заходи сприяють поліпшенню якості продукції з погляду корисності для організму та зменшенню забруднення надлишковою хімією навколишнього середовища.

Ще однією ознакою «зеленої» економіки є зростання уваги державних органів влади до питань ефективного використання енергетичних ресурсів.

Реформа енергетичної галузі в Україні, привабилі «зелені» тарифні та податкові стимули призвели до зростання іноземних інвестицій у чисту енергію. Згідно з дослідженням Bloomberg New Energy Finance, Україна входить у 10 найкращих країн, що розвиваються, щодо фінансування чистих енергетичних активів за 2018 р. Перш за все це було пов'язано з раптовим припливом капіталу в реалізацію сонячних проєктів після запровадження «зеленого» тарифу. Україна зайняла восьме місце і піднялася відразу на 55 позицій у рейтингу привабливості країн, що розвиваються, з погляду інвестицій у відновлювану енергетику (у минулорічному звіті Climatescope Україна займала лише 63-тє місце). Верхні рядки рейтингу традиційно поділили найбільші економіки країн, що розвиваються: Китай, Індія, Чилі, Бразилія, Аргентина, Йорданія та Кенія. За даними аналітичного центру, причиною зростання стали реформи енергетичного сектору, привабливі «зелені» тарифи і податкові ставки [5].

Варто зазначити, що в 2018 р. європейські країни, що не входять до Євросоюзу, встановили рекорд щодо залучених інвестицій у чисту енергію в розмірі 2,2 млрд доларів. Сума за 2018 р. становила понад чверть від загальної обсягу інвестицій у регіон за останнє десятиліття. Зростання відбулося переважно через стрімке збільшення інвестиційних потоків у розвиток відновлювальної енергетики України (у 2018 р. – 801 млн доларів порівняно з 46 млн доларів у 2017 р.) [5].

Варто зазначити, що останньою світовою тенденцією в розвитку системи державного регулювання відновлювальних джерел енергії є перехід від переважно бюджетного субсидування інвестицій до ринкових інструментів стимулювання їх розвитку.

У напрямі розвитку «зеленої» економіки для України буде корисним досвід Великобританії, Данії та США. Так, Великобританія започаткувала створення «Банку зелених інвестицій» (Green Investment Bank). Його було створено з метою фінансування екологічних низьковуглецевих проєктів, які мають підвищений ступінь ризику та довгострокову окупність, що не приваблює комерційних інвесторів. Данія в «Угоді про зелений ріст» затвердила своє першочергове завдання – ріст «зеленого» сільського господарства і харчової промисловості, а також підвищення рівня охорони навколишнього середовища, природи й клімату. США, переслідуючи мету створення і збереження робочих місць, активізації економіки та закладаючи підвалини довгострокового економічного зростання, застосовує Закон «Про відновлення та реінвестування американської економіки», відповідно до якого Федеральний уряд повинен інвестувати 90 млрд доларів у стимулювання інновацій і росту «зеленого» бізнесу.

Сьогодні перед людством як ніколи гостро стоїть проблема обмеженості ресурсів і пошуку способів максимально відповідального задоволення своїх потреб. За таких умов виникає необхідність використання переваг рециклінгу у забезпеченні сталого розвитку суспільства.

У зарубіжній практиці рециклінг визначається як процес перетворення відходів на матеріали, які можна повторно використовувати, що дає змогу зменшити втрати корисних матеріалів, знизити витрати сировини та енергії, рівень забруднення повітря, води і ґрунту в результаті скорочення обсягу утилізації відходів звичайними способами (спалювання). У такому розумінні рециклінг зустрічається в міжнародній ініціативі 3R: Reduce (скорочення обсягів утворення відходів), Reuse (повторне використання відходів), Recycle (використання відходів як вторинної сировини).

Різниця між процесами повторного використання (Reuse) і рециклінгу (Recycle) полягає у тому, що повторне використання передбачає, що якийсь об'єкт, який є відходом для одного агента, для іншого – повна готовність до використання – благо, яке не потребує додаткової переробки або обробки. Відповідно, рециклінг передбачає, що відходи є ресурсом (проте не кінцевим продуктом), який можна повторно залучити у виробничий процес за умови його обробки і (або) переробки. Процес рециклінгу в ідеальному варіанті характеризується безвідходністю, проходженням циклу включення у виробничий процес необмежену кількість разів.

Варто зазначити, що одним із чинників, який позитивно впливає на запровадження ре-

циклінгу в Україні, є організація роздільного збору сміття з метою його подальшої переробки. Такий підхід до збору твердих побутових відходів (ТПВ) забезпечить екологічну стабільність і знизить екологічні ризики вітчизняної економіки.

На нашу думку, саме невирішеність проблеми з переробкою промислових і побутових відходів є одним із найнегативніших чинників впливу людини на навколишнє середовище. У зв'язку із цим у найкоротші терміни необхідно сформувати ефективну систему управління відходами виробництва і споживання, що в умовах екологічної кризи є першочерговим завданням сталого розвитку України.

Отже, під час формування природоохоронної державної політики слід виходити з принципів сталого розвитку, повністю виключивши перекладання екологічних проблем, викликаних поточним споживанням, на майбутні покоління. Сталий розвиток у цій сфері передбачає певні вимоги до системи поводження з відходами. Стійкість комплексної системи поводження з відходами забезпечується, в першу чергу, завдяки розвитку ринку вторинної сировини з утилізованих відходів, припиненню нелегального захоронення відходів. При цьому варто наголосити, що головний ефект у разі вирішення проблеми відходів пов'язаний з їх повторним використанням.

За таких умов рециклінг має стати ключовим інструментом у вирішенні важливих екологічних проблем, гострота яких росте сьогодні випереджаючими темпами. Таким чином, сьогодні рециклінг доцільно розглядати як важливий елемент соціально-економічної системи, що дає змогу сформувати основу для стійкого розвитку сучасного суспільства.

Сьогодні багато підприємств орієнтуються на переробку вторинної сировини або на повністю безвідходні цикли виробництва (так звана циркулярна економіка). Одним із найяскравіших прикладів циркулярної економіки є Nespresso – глобальна компанія, яка використовує програму повернення. Споживачі можуть залишити свої використані кавові капсули в мішках для переробки. Алюмінієві капсули відокремлюються від кавової гущі перед розплавленням металу для використання в нових продуктах. Відпрацьована кавова гуща продається як високоякісне добриво для озеленення. Група Carlsberg розпочала співпрацю з датською компанією есоХрас, Innovation Fund Denmark і Технічним університетом Данії, щоб розробити повністю біорозчинну пляшку для пива з деревного волокна. Ще одна датська компанія по переробці картоплі КМС переробляє залишки картопляних волокон в багату білками добавку для харчової промисловості. Іншим прикладом є фінський виробник добрив Ecolan, дочірня компанія Honkajoki Oy. Ecolan виробляє органічне добриво Agra, використовуючи м'ясо і кісткову муку. Сировину переробляють у порошок, який

потім змішують з іншими інгредієнтами для виробництва добрив. Кінцева мета цих проєктів – повна ліквідація відходів шляхом створення екологічних продуктів і збільшення частки циркулярної економіки.

Системний перехід до «зеленої» економіки передбачає, що відповідні цільові показники екологічної стійкості мають бути закладені в стратегічну нормативну базу. «Зелена» модель економіки передбачає кардинальну зміну усієї структури економічної діяльності і забезпечує баланс трьох видів капіталу: фінансового, людського і природного. У зв'язку із цим її розроблення повинне входити у повноваження органу державного управління, що відповідає за національне стратегічне планування.

На нашу думку, запровадженню принципів «зеленої» економіки в практику діяльності вітчизняних підприємств сприятиме реалізація таких заходів:

1) формування державної інвестиційної політики, яка буде спрямована на підтримку розвитку «зелених» технологій, формування необхідної інфраструктури, створення умов для відновлення природного капіталу та збільшення його обсягів;

2) цільове державне фінансування науково-дослідних робіт, пов'язаних зі створенням «зелених» (екологічно чистих) технологій;

3) реформування системи «екологічного» оподаткування, що передбачає заміну податку на роботу силу податком на забруднення;

4) запровадження практики державних закупівель, що створить сприятливі умови, заохотить виробництво екологічно чистої продукції.

Відповідно, кожне сучасне підприємство в процесі реалізації програм соціально-економічного розвитку повинне враховувати екологічні наслідки, впроваджувати сучасні механізми й інструменти екологізації з метою забезпечення екологічної стійкості економічної діяльності.

На нашу думку, вітчизняним підприємствам необхідно орієнтуватися на реалізацію двох основних напрямів: екологічність виробництва й екологічність продукції. Компаніям для залучення покупців та інвесторів необхідно переконливо демонструвати екологічність своїх товарів і виробництва. У сучасних умовах перенасичення ринків споживач стає вимогливішим і все частіше під час вибору продукції враховує екологічний складник соціальної відповідальності виробника. Варто зазначити, що зарубіжні інвестори здебільшого є соціально відповідальними і під час прийняття рішень установлюють жорсткі вимоги до екологічності бізнесу.

Цілями розроблення «зелених» технологій є:

- скорочення забруднення та відходів шляхом зміни структури виробництва та споживання;

- задоволення суспільних потреб методами, що не передбачають виснаження природних ресурсів;

- розроблення альтернативних видів технологій, які є безпечними для навколишнього середовища;

- створення продуктів, які можна повторно використовувати або переробляти.

Найважливішим чинником, що зумовлює зміцнення позицій «зеленої» економіки в усьому світі, полягає у високій наукоємності розробки і високому рівні технологічності «зелених виробництв» [1].

Сьогодні найперспективнішими секторами «зелених» технологій із погляду інвестиційної привабливості є:

1) енергетика: враховуючи те, що енергетика часто вважається найгострішою проблемою у секторі «зелених» технологій, енергетичний сектор повинен зосередитися на розвитку альтернативних видів енергії;

2) «зелені» нанотехнології: передбачають розроблення нових матеріалів на нанометричному рівні, які могли б замінити спосіб виготовлення продукції на більш екологічний;

3) «зелена» хімія: даний напрям охоплює винахід, розроблення і застосування хімічних процесів і продуктів, призначених для усунення або зменшення виробництва і використання небезпечних речовин [6].

Основними проблемами у процесі запровадження принципів «зеленої» економіки є: відокремлення економічного зростання від використання та споживання природних ресурсів та енергії; створення більшої доданої вартості з меншим впливом на довкілля. Кінцевими цілями «зеленої» економіки є зростання добробуту людей (дохід, здоров'я, якість та тривалість життя за суттєвого зменшення відходів, шкідливих викидів, забруднення води, ґрунтів тощо) [3, с. 26].

Перехід до «зеленої» економіки об'єктивно стимулює інноваційну активність, яка має підтримуватися сприятливим конкурентним середовищем та дієвими інструментами регулювання [4, с. 60].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, сучасна модель «зеленої» економіки повинна сприяти виходу України на нові продуктові, сервісні та технологічні ринки. Своєчасно реагуючи на останні глобальні виклики, модель «зеленої» економіки здатна не лише поліпшити екологічну ситуацію та підвищити соціальний добробут населення країни, а й забезпечити економічну і політичну стійкість держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Горянська Т.В. «Зелена економіка» як чинник розвитку зовнішньоторговельних відносин. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2014_11_13 (дата звернення: 10.12.2019).
2. «Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018». URL: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/library/%d0%b4%d0%be%d1%81%d0%bb%d1%96%d0%b4%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d1%80%d0%be%d0%b7%d0%b2%d0%b8%d1%82%d0%be%d0%ba-%d0%ba%d1%81%d0%b2-%d0%b2-%d1%83%d0%ba%d1%80%d0%b0%d1%97%d0%bd%d1%96-201/> (дата звернення: 19.12.2019).

3. Четверта промислова революція: зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків : монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. А.І. Крисоватого та д.е.н., проф. О.М. Сохацької. Тернопіль : Осадца Ю.В., 2018. 478 с.
4. Чмир О.С., Захаркевич Н.П. «Зелена» економіка: сутність, цілі та базові принципи. *Економічний вісник Донбасу*. 2013. № 3(33). С. 54–62.
5. Emerging Markets Outlook 2019. URL: <http://global-climatescope.org/assets/data/reports/climatescope-2019-report-en.pdf> (дата звернення: 22.12.2019).
6. Investing in Green Technology. URL: <https://www.investopedia.com/articles/investing/040915/investing-green-technologythe-future-now.asp> (дата звернення: 22.12.2019).
2. Rozvytok KSV v Ukraini: 2010–2018. [Development CSR in Ukraine: 2010-2018] Available at: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/library/%d0%b4%d0%be%d1%81%d0%bb%d1%96%d0%b4%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d1%80%d0%be%d0%b7%d0%b2%d0%b8%d1%82%d0%be%d0%ba-%d0%ba%d1%81%d0%b2-%d0%b2-%d1%83%d0%ba%d1%80%d0%b0%d1%97%d0%bd%d1%96-201/> (accessed 19.12.2019).
3. Chetverta promyslova revoliutsiia: zmina napriamiv mizhnarodnyh investytsiynih potokiv (2018). Monogr. za nauk. red. A.I. Krysovatogo ta O.M. Sohatskoi, pp. 478.
4. Chmyr O.S., Zacharkevych N.P. (2013). «Zelena» ekonomika: sutnist, tsili ta bazovi pryntsyipy. *Ekonomichhyi visnyk Donbasu*. № 3(33), pp. 54–62.
5. Emerging Markets Outlook 2019. Available at: <http://global-climatescope.org/assets/data/reports/climatescope-2019-report-en.pdf> (accessed 22.12.2019).
6. Investing in Green Technology. Available at: <https://www.investopedia.com/articles/investing/040915/investing-green-technologythe-future-now.asp> (accessed 22.12.2019).

REFERENCES:

1. Horianska T.V. (2014) «Zelena» ekonomika aik chynnyk rozvytku zovnishnotorhivelnih vidnosyn [«Green» economy – factor of development of the foreign trade relations]. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2014_11_13 (accessed 10.12.2019).

УДК 332.851

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-7>**Бурлака Л.Ф.**
*аспірантка**Одеського національного економічного університету***Burlaka Luidmyla**
*graduate student**Odessa National University of Economics*

АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ

ANALYSIS OF THE FUNCTIONING AND TRENDS OF THE REAL ESTATE MARKET IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено дослідженню становлення та особливостей розвитку вітчизняного ринку нерухомості. Ринок житла віддзеркалює сучасний стан економічного розвитку країни загалом та виступає його індикатором. Ринок нерухомості глибоко інтегрований в національне господарство та займає вагомe місце у показнику ВВП країни, його тісний зв'язок із промисловим та фінансовим секторами робить його рушійною силою для розвитку економіки. Саме тому коректний аналіз ринку житла дасть змогу оцінити його сучасний стан, наявні проблеми та перспективи розвитку. Консолідувати емпіричні дані з різних джерел, ми визначили чітку тенденцію на ринку нерухомості до збільшення пропозиції за рахунок активного впровадження з боку вітчизняних девелоперів інструментів фінансового стимулювання попиту. Визначили характерні риси затребуваного житла з боку споживачів.

Ключові слова: нерухомість, ринок житла, іпотека, житлова політика, будівництво.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию становления и особенностей развития отечественного рынка недвижимости. Рынок жилья отражает современное состояние экономического развития страны в целом и выступает его индикатором. Рынок недвижимости глибоко интегрирован в национальное хозяйство и занимает важное место в показателе ВВП страны, его тесная связь с промышленным и финансовым секторами делает его движущей силой для развития экономики. Именно поэтому корректный анализ рынка жилья позволит оценить его современное состояние, существующие проблемы и перспективы развития. Консолидируя эмпирические данные из разных источников, мы определили четкую тенденцию на рынке недвижимости к увеличению предложения за счет активного внедрения со стороны отечественных девелоперов инструментов финансового стимулирования спроса. Определили характерные черты востребованного жилья со стороны потребителей.

Ключевые слова: недвижимость, рынок жилья, ипотека, жилищная политика, строительство.

ANNOTATION

The article is devoted to the study of the formation and features of the development of the domestic real estate market. The housing market reflects the current state of economic development of the country as a whole and acts as an indicator. The real estate market is deeply integrated into the national economy and holds a significant place in the GDP of the country, its close relationship with the industrial and financial sectors makes it a driving force for economic development. That is why the correct analysis of the housing market will allow to evaluate its current state, existing problems and prospects. We can see such an important segment of the national economy as the real estate market balancing without any support

and initiative from the state. Although meeting the housing needs of citizens is an extremely important socio-economic function of the state, housing policy is almost non-existent in Ukraine. The long-term factors for housing demand analyzed are at their lowest level in many years. The role of banks is assumed by developers, trying to offer potential investors the most favorable conditions for the acquisition of primary housing. In particular, it is a purchase of housing with installments. Domestic developers are working on the edge of their profitability, trying to meet the housing needs of the population. Builders are redefining habitual apartment planning for less affordable but most efficient use of each square meter to improve housing affordability. Therefore, in the article we have considered this type of housing as a smart apartment, which involves the abandonment of unoccupied space and thoughtful planning; optimization of such planning, as a consequence and reduction of the cost of the apartment. The prominent features of the Ukrainian real estate market include the existing mechanism of investor participation in construction; low level of mortgage lending, and instead investment in real estate with installment payments directly from the developer. Consolidating empirical data from various sources, we have identified a clear tendency in the real estate market to increase supply through the active implementation of domestic financial instruments to stimulate demand. Identified the characteristics of the housing demanded from the side of consumers.

Key words: real estate, housing market, mortgage, housing policy, construction.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Ринок житла займає центральне місце в економіці будь-якої країни, оскільки безпосередньо впливає на відтворення робочої сили, підвищення якості життя громадян та виступає індикатором загального стану економіки. Висока активність на ринку житла свідчить про економічне зростання та підвищення добробуту суспільства.

Продукт ринку нерухомості є особливим товаром із підвищеною економічною цінністю, який задовольняє базові потреби суспільства у житлі та безпеці, а також може виступати капіталом у речовій формі, який здатен приносити дохід. Ринок нерухомості формує розвиток відносин власності та становлення середнього класу, сприяє задоволенню потреб підприємців у постійних активах, значною мірою визначає рівень споживання, нагромадження та інвестування. Таким чином, без розвинутого ринку

житла неможливе ефективне функціонування ринкових відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор. Нині в Україні ринок житла перебуває на стадії формування, що потребує з боку науковців постійного дослідження бізнес-процесів, які динамічно змінюють один одного. Серед дослідників, які вивчають окремі аспекти стосовно розвитку нерухомості, слід відзначити Дж. Фішера, Дж. Фрідмана, М. Шнайдермана, С. Рулак та ін. Саме ці науковці дали вихідний поштовх для економічного аналізу нерухомості як об'єкта економічних відносин, вони акцентували увагу на формуванні інвестиційного портфеля нерухомості, визначенні її вартості. Серед українських економістів слід виділити П. Бубенко, Н. Внукова, С. Воробйова, В. Галасюка, В. Геєця, І. Геллера, А. Даниленко, О. Драпиковського та ін. Їхні роботи не відрізняються глибиною аналізу сфери нерухомості, проте створюють підґрунтя для подальших досліджень житла як складної економічної категорії.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). У цій статті ми спробуємо визначити місце ринку житлової нерухомості в національному господарстві, його сучасний стан та перспективи розвитку. Задля широкого аналізу ми користуємося аналітичними даними Національного банку України, Міністерства фінансів, служби статистики, авторитетного сайту нерухомості "Лун Україна" та публічними даними найбільших забудовників України.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. За обсягами введеного в експлуатацію житла за 2018 рік класично ліди-

рують три регіони: Київський, Львівський та Одеський. Так, з 8,7 млн м² введеного житла 1,2 млн м² припадає лише на Київ, на Львівську область – майже 900 тис м², а трійку лідерів замикає Одеська область із показником у 567 тис м² [3]. Але якщо порівнювати аналогічні результати діяльності забудовників із 2017 роком, то тенденція йде на пониження, як загалом у країні, так і в окремих регіонах. Київський житловий ринок є найчутливішим індикатором будь-яких змін на ринку житла загалом, тому зниження показника введеного в експлуатацію житла в 2018 році порівняно з попереднім майже на 25% свідчить про стагнацію ринку житла в країні. В Україні у 2018 році житла введено на 5% менше, ніж у минулому, у Львові – на 1%, в Одесі – на 17%. Таке різке падіння пов'язане насамперед із невизначеною політичною ситуацією в країні, оголошенням у грудні воєнного стану в Одеському регіоні, президентськими та парламентськими виборами. Саме на період проведення виборів менше всього інвестується в будівництво нових житлових об'єктів.

Також починаючи з 2017 року ми спостерігаємо подорожчання вартості одного квадратного метра в новобудовах як у національній валюті, так і в доларовому еквіваленті на 10%. Головним фактором ціноутворення виступає постійно зростаюча вартість будматеріалів і будівельно-монтажних робіт.

Наприклад, у 2018 році, за деякими оцінками, подорожчання будівництва становило в середньому 20–35%, що додало мінімум 10–15% вартості в ціні для покупця [5]. Найбільш ходовий товар у будівництві бетон марки 350 подорожчав у ціні за останні два роки на 37% у доларовому еквіваленті, у гривні на 33%. При тому що тре-



Рис. 1. Динаміка середніх цін в новобудовах Києва та Одеси в ум. од за м²

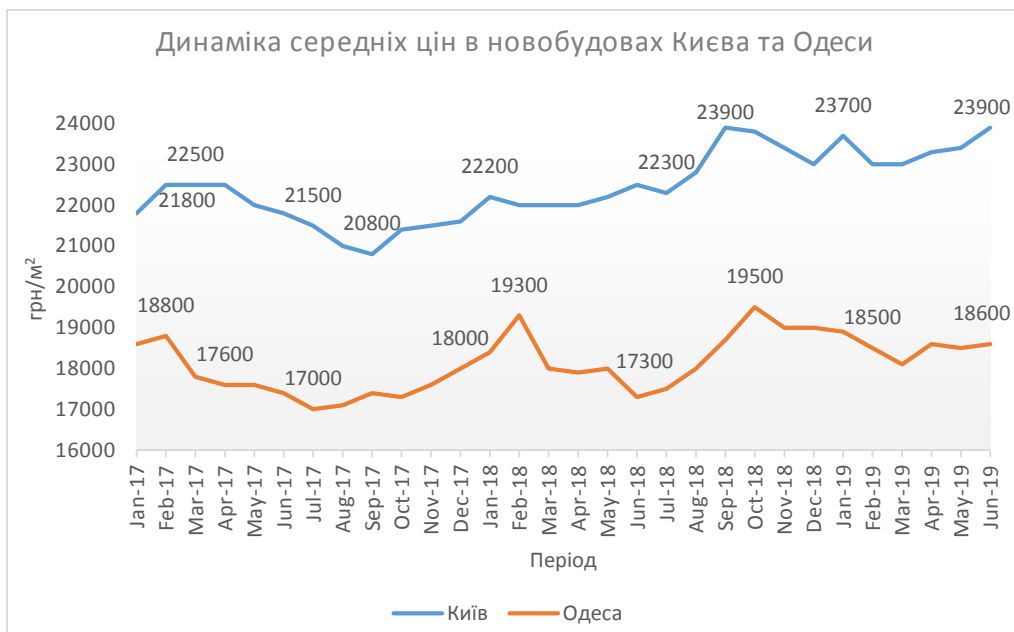


Рис. 2. Динаміка середніх цін в новобудовах Києва та Одеси в грн за м²



Рис. 3. Динаміка цін на бетон М350

тина вартості будівництва припадає на зведення бетонної коробки майбутньої будови.

Так у Конфедерації будівельників України припустили, що ціни на нерухомість в 2019 році будуть поступово рости. У минулому році вартість будівельно-монтажних робіт для житлових споруд підвищилися майже на 20%, тому зростання собівартості обмежує можливості для цінової конкуренції. До причин зростання цін також слід віднести необхідність підвищувати платню будівельникам, аби ті не виїхали в Європу.

Прибутковість будівництва наразі знаходиться на позначці свого можливого мінімуму: для об'єктів економ-і комфорт-класу вона не перевищує 20–25%, для об'єктів бізнес-класу – 35%. Мінімальна ціна квадратного метра в новобудовах Києва, визначена за інформацією з сайту ЛУН, лише на 15.5% перевищує усеред-

нену собівартість спорудження житла, обчислену Мінрегіонбудом [4]. Тож забудовники, які працюють в сегменті економ-класу, знаходяться на межі рентабельності. Тому на ринку досягнуто певний баланс: подальше зростання цін на нерухомість буде обумовлено виключно зростанням виробничої собівартості будівництва.

Через відсутність офіційної статистики продаж на первинному ринку вся аналітика побудована на судженнях та експертних оцінках.

Цікава оцінка є у звіті компанії City Development Solutions. Так, автори звіту компанії City Development Solutions за 2018 рік зазначають, що при збереженні поточних тенденцій більша частина квартир, що вже надійшли до продажу, буде розпродана трохи більше ніж за три роки. При цьому в міжнародній практиці попит та пропозиція вважаються збалансованими, якщо

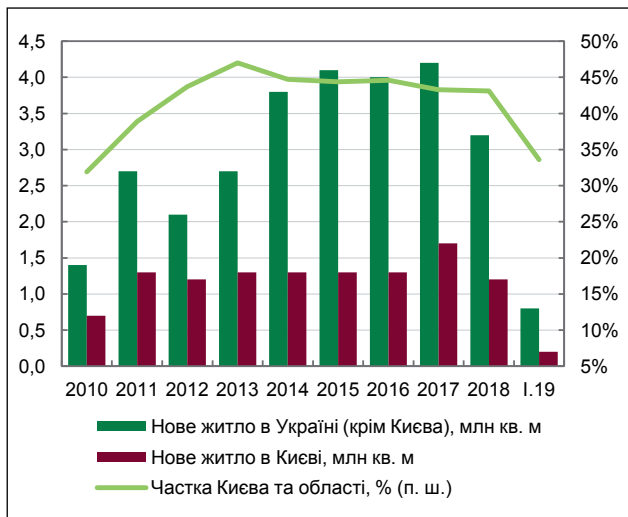


Рис. 4. Пропозиція нового житла в багатоквартирних будинках



Рис. 5. Нове будівництво (отримані дозволи)

оціночний час продажу квартир становить рік-півтора. Автори дійшли висновку, що на ринку зберігається незбалансованість: житла будується більше, ніж покупці здатні купити [1]. Ми в свою чергу не можемо погодитись з висновком автора Економічної правди, так як вітчизняний ринок житла функціонує лише завдяки пайовому будівництву, в той час коли в розвинених ринках така практика відсутня. Старт продажів квартир в Україні співпадає з початком будівельних робіт котловану майбутньої будови, а заявлені строки введення в експлуатацію об'єкту складають два-три роки. В європейських країнах неможливо «придбати» житло, яке знаходиться на стадії котловану, наприклад. Житло поступає на продаж лише після введення в експлуатацію. Ось і виходить, що вітчизняні девелопери реалізують квартири приблизно за три роки, а іноземні – за півтори. Оцінювати стан попиту і пропозиції українського ринку житла по статистичним даним ринків розвинених економік досить некоректно.

За даними Звіту про фінансову стабільність за червень 2019 Національного банку України ринок нерухомості наразі близький до рівноваги: відсутні ризики стрімкого зростання цін та загрози фінансової стабільності [2].

Обсяг введеного в експлуатацію житла в багатоквартирних будинках в Україні торік знизився на 25%. Як завжди, найпомітніший спад відбувся на столичному ринку нерухомості та склав 28%. Поступове зменшення пропозиції нових помешкань досить прогнозоване та свідчить, що ринок повертається до норми відповідно до макроекономічної ситуації в країні.

У 2018 році обсяг житла отримано дозволів на 13% більше, ніж в минулому: збільшення з 11,4 млн. кв.м до майже 13 млн. кв.м. Доречі у Києві цей показник майже не змінився. Разом з цим зростає середня поверховість будинків у виданих дозволах, що може додатково підтримувати пропозицію на ринку на високому рівні на найближчі три роки.

За даними сайту ЛУН, станом на кінець півріччя в Києві на стадії проектування перебувало близько 56 житлових комплексів, у фазі будівництва – 180 жк. На цей рік у столиці заявлено ввести в експлуатацію 136 новобудов. Це свідчить про те, що столичний ринок житла зберігає високі темпи, тому пропозиція житлової нерухомості залишиться сталою.

Поступове зростання попиту на житловому ринку зумовлене зростанням доходів населення.

За даними нотаріусів, торік кількість угод купівлі-продажу житла збільшилася на 8,3% р/р, а в I кварталі 2019 року – на 5,0% р/р. [2]. Банки фінансують лише 7–8% угод первинного продажу житла, на вторинному ринку ця частка ще нижча. Це говорить про неспроможність української банківської системи повноцінно виконувати свої функції забезпечення економічного росту. Довготривалі чинники попиту на житло перебувають на найнижчому за багато років рівні. Функцію банків на себе беруть девелопери, намагаючись пропонувати потенційним інвесторам якомога вигідніші умови придбання первинного житла. Зокрема йдеться про купівлю житла з розстрочкою платежу. Нині звичною є практика розстрочки з мінімальним внеском у 20–30% та безвідсотковими платежами до кінця будівництва. Проте великі девелопери на ринку житла пропонують інвесторам ще привабливіші умови купівлі. Наприклад, столична компанія KAN Development заявляє про початковий внесок усього 10%. Такої ж політики дотримуються і в Svitlo Park. Максимальний термін розстрочок забудовники подовжили до 7 років. До того ж, розстрочки від забудовника вирізняються своєю доступністю, на відміну від банківських іпотек із нечуваними відсотковими ставками в 30% і вище. Кредитору немає потреби підтверджувати свій дохід чи відсутність зіпсованої кредитної історії. Також простота в оформленні розстрочки від забудовника є додатковою перевагою, оскільки процес

Таблиця 1

Загальна характеристика новобудов Києва та Одеси за класами житла станом на 01.07.2019рLINK Excel. Sheet.12 E:\\Учеба\\Аспирант\\сравнение.xlsx Цены!R19C2:R25C10 \a \f 5 \h * MERGEFORMATXКлас житла	Київ				Одеса			
	Кількість жк		середня ціна за м ²		Кількість жк		середня ціна за м ²	
	Кількість жк	Доля від загальної кількості	долл	грн	Кількість жк	Доля від загальної кількості	долл	грн
економ	55	17%	640	17000	27	16%	510	13600
комфорт	136	42%	780	20800	68	41%	600	15900
бізнес	96	30%	1360	35900	47	28%	860	22700
еліт	34	11%	2200	58100	24	14%	1430	38200

отримання іпотечного кредиту може тривати до двох тижнів.

Також останнім часом забудовники намагаються співпрацювати з банками за спільною іпотечною програмою, яка відрізняється від звичайних більш вигідними умовами кредитування їхніх житлових комплексів. Наприклад, столичні забудовники, такі як корпорація “Укрбуд” та Kan Development, співпрацюють з “Ощадбанком” та “Укргазбанком”, одеський будівельний альянс Кона розвиває спільну іпотечну програму з банком ОТП. І хоча в програмі заявлено про 0,01% річних, ефективна ставка процента за кредитом становить 20%. До того ж, для отримання такого кредиту необхідне підтвердження місячного доходу, який відповідає доходам моряків чи працівників ІТ-сфери, тож загалом такі програми не знаходять широкого розповсюдження та не працюють належною мірою.

За даними сайту “ЛУН”, на ринку первинної нерухомості переважають житлові комплекси економ- та комфорт-класів, їхня частка становить 60% від усіх пропонуванних. Причому такий розподіл за класами сформувався не лише на столичному ринку, а й у регіонах-лідерах із забудови. Якщо порівнювати київський ринок нерухомості з, наприклад, Одеським, то пропозиція на столичному ринку більша в два рази щодо кожного класу житла. А ось ціни різняться непропорційно. Так, квартири в житлових комплексах економ- та комфорт-сегментів у Києві дорожчі від Одеських на 25% і 30% відповідно, а житло бізнес-класу та еліт- на 58–50%. Загалом на ринках склалася тенденція все більшої відмови забудовниками від проектів економ-класу на користь житла класу комфорт. За даними NAI Ukraine, на початку 2018 року частка житла економ-класу становила 26%, а станом на 1 липня 2019 р. цей показник становив близько 17%. Ці зміни у структурі нової пропозиції спричинені підвищенням попиту з боку інвесторів на квартири в так званих житлових комплексах типу «місто в місті». Такі будови відрізняються від житла економ-сегменту комплексною забудовою території з розвинутою інфраструктурою, яка задовольняє сучасний work/life баланс. Тому конкуренція між забудовниками цього сегменту стає дедалі гострішою.

Ще однією характерною рисою сучасного ринку нерухомості є широка популяризація smart-квартир серед споживачів. Неважко здогадатися, що така тенденція з’явилася з причини низької платоспроможності потенційних покупців. Забудовники задля підвищення доступності житла переглядають звичні планування квартир на користь житла з меншою площею (як правило, це 30 м²), але найбільш раціональним використанням кожного квадратного метра. Smart-квартира передбачає відмову від незадіяної площі та до дрібниць продумане планування; оптимізація такого планування, а як наслідок, і зменшення вартості квартири, відбувається за рахунок відмови від балконів чи коридорів.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Отже, нині ми можемо спостерігати, як такий важливий сегмент національної економіки, як ринок нерухомості, балансує без будь-якої підтримки та ініціативи з боку держави. Незважаючи на те, що задоволення потреб у житлі громадян є надзвичайно важливою соціально-економічною функцією держави, в Україні житлова політика відсутня зовсім. Вітчизняні забудовники працюють на межі своєї рентабельності, намагаючись задовольнити потреби у житлі населення. До визначних рис українського ринку нерухомості можна віднести:

- принцип пайової участі у будівництві;
- відсутність іпотеки;
- інвестування в нерухомість із розстрочкою платежу від забудовника;
- підвищений попит на житло комфорт-класу та smart-житло.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Наталія Задерей. Ціни поступово зростають, але житла багато. Що відбувається на ринку житлової нерухомості? URL: https://expla.bank.gov.ua/expla/news_0082.html (дата звернення: 15.07.2019).
2. Звіт про фінансову стабільність. Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=32236491 (дата звернення: 15.07.2019).
3. Прийняття в експлуатацію житла (нове будівництво) по регіонах. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/bud/kzp/prek_zhtl_2018_u.htm (дата звернення: 15.07.2019).

-
4. Статистика ринку нерухомості. Лун місто, дослідження міського простору URL: <https://misto.lun.ua/price> (дата звернення: 15.07.2019).
 5. Курси валют. URL: <https://finance.ua/ru/currency> (дата звернення: 15.07.2019).
 2. Financial Stability Report. National Bank of Ukraine. URL: https://bank.gov.ua/control/en/publish/category?cat_id=32236491 (accessed: 07.15.2019).
 3. Housing commissioning (new construction) by region. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/bud/kzp/prek_zhtl_2018_u.htm (accessed: 07.15.2019).
 4. Real estate market statistics. Moon City, Urban Space Research URL: <https://misto.lun.ua/price> (accessed: 07.15.2019).
 5. Exchange rates. URL: <https://finance.ua/en/currency> (accessed: 07.15.2019).

REFERENCES:

1. Natalia Zaderey. Prices are gradually rising, but housing is high. What is happening in the residential real estate market? URL: https://expla.bank.gov.ua/expla/news_0082.html (accessed: 07.15.2019).

УДК 338.43.02(477):551.582

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-8>**Киризиук С.В.**

*кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник відділу економіки
і політики аграрних перетворень
Інституту економіки та прогнозування
Національної академії наук України*

Kyryziuk Sergii

*Candidate of Sciences (Economics), senior researcher
of the Department of Economics and Agrarian Transformations
SO "Institute of Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine"*

ПІДТРИМКА РОЗРОБЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ АДАПТАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ДО ЗМІНИ КЛІМАТУ

SUPPORTING THE DEVELOPMENT OF THE STATE POLICY ON THE AGRICULTURE ADAPTATION TO CLIMATE CHANGE

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена проблемі розроблення державної політики у сфері адаптації сільського господарства до глобальної зміни клімату. У дослідженні узагальнено набори технологій для адаптації сільського господарства до зміни клімату. Це дозволило скласти рейтинг адаптаційних технологій та виділити найбільш пріоритетні, до числа яких віднесено технології удосконалення іригації, селекцію нових сортів рослин, ресурсозберігаючі практики землекористування та агролісозахисні практики. Отримані результати можуть бути використані для розроблення національної стратегії адаптації сільського господарства до зміни клімату та плану заходів для імплементації виділених технологій. Ранжування адаптаційних технологій може сприяти ефективній координації національних пріоритетів і фінансування у часі під час розроблення плану державних заходів для адаптації сільського господарства до зміни клімату.

Ключові слова: адаптація, зміна клімату, сільське господарство, заходи, технології.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблеме разработки государственной политики в сфере адаптации сельского хозяйства к глобальным изменениям климата. В исследовании обобщены наборы технологий для адаптации сельского хозяйства к изменениям климата. Это позволило составить рейтинг адаптационных технологий и выделить наиболее приоритетные из них, в число которых отнесены технологии усовершенствования ирригации, селекции новых сортов растений, ресурсосберегающие практики землепользования и агролесозащитные практики. Полученные результаты могут быть использованы для разработки национальной стратегии адаптации сельского хозяйства к изменениям климата и плана мероприятий имплементации выделенных технологий. Ранжирование адаптационных технологий может способствовать эффективной координации национальных приоритетов и финансирования во времени при разработке плана государственных мероприятий для адаптации сельского хозяйства к изменениям климата.

Ключевые слова: адаптация, изменения климата, сельское хозяйство, мероприятия, технологии.

ANNOTATION

Agriculture is one of the most vulnerable to global climate change. Ukrainian agriculture generates a large share of GDP and provides a huge volume of employment, which makes its priority in the state climate policy. The process of developing the Ukrainian climate change adaptation strategy should be completed by the end of 2020. During the last three years the draft of the strategy

has been actively discussed, involving a large number of interested beneficiaries, which have the different visions of priority directions and measures for adapting the agriculture to climate change. This study seeks to summarize the key collective studies that have a high impact on the development of the national climate policy in the field of agriculture. It was established that the second stage of development of institutional and organizational environment in the sphere of climate policy development has started in 2016. Along with water sector, agriculture and land use are among the top priority sectors and areas for adaptation to global climate change in the developing countries. This study generalized sets of technologies for adapting agriculture to climate change. This made it possible to rate the adaptation technologies and to identify the top-priority ones, which include the following: irrigation and crop breeding. Conservation land-use practices and agroforestry technologies are the next in the ranking of priority adaptation technologies. The dominance of priority adaptation technologies aimed at improving existing land use practices and crop production is due to the sectoral structure of Ukraine's agriculture. The state has to develop such policy measures for adaptation action plan to provide equal access for all agricultural producers. The investigation results can be used to develop the national strategy for adapting agriculture to climate change and the plan of actions to implement the identified technologies. Ranking adaptation technologies can help effectively coordinate national priorities and funding over time when developing a plan of actions for adapting the agriculture to climate change.

Key words: adaptation, climate change, agriculture, measures, technologies.

Актуальність дослідження. Підписання Паризької угоди майже двомастами країн підтверджує усвідомлення загроз глобальної зміни клімату для планети загалом та окремих держав зокрема. Колективна згода щодо втримання глобального потепління на рівні нижче 2°C вимагає активних дій для зниження антропогенних викидів парникових газів. Паралельно актуалізується проблема пристосування/адаптації до проявів зміни клімату, які мають місце в світі й Україні, зокрема: збільшення частоти та масштабів посушливих та несприятливих гідрометеорологічних явищ (гроз, злив та ін.); відсутність стійкого снігового покриву і зменшення частоти опадів; посилення ентомологічної небезпеки; посилення процесів ерозії

ґрунтів тощо. Змінювані природно-кліматичні умови мають вирішальне значення у сільсько-господарському виробництві: зокрема, у рослинництві урожайність сільськогосподарських культур на 52% зумовлена погодними умовами [1, с. 12]. Проте завдяки НТП вдається знизити ризики й використати переваги сільським господарством для забезпечення продовольчої безпеки. Упродовж останніх двох десятиліть у світі накопичено значні обсяги знань та практичних результатів щодо інноваційних рішень для адаптації сільського господарства до змін клімату. Незважаючи на те, що в Україні науково-аналітична та організаційно-інституційна діяльність, спрямована на обґрунтування та розроблення адаптаційної політики у сфері зміни клімату, має порівняно коротку історію (менше десятиліття), нині накопичено чималий багаж знань та розробок, які дозволяють обґрунтувати вибір тих чи інших адаптаційних заходів у сільському господарстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Галузева структура сільського господарства України з домінуванням рослинництва зумовлює спрямованість наукових досліджень у сфері адаптації до зміни клімату, пропонуючи широкий спектр інноваційних рішень для пристосування технологій землекористування. У галузі тваринництва спектр пропонованих адаптаційних заходів більш обмежений і зводиться переважно до селекції нових кліматично стійких порід і покращення умов утримання тварин. Упродовж останніх п'яти років кількість публікацій у сфері адаптації сільського господарства до зміни клімату поповнилася низкою комплексних досліджень, виконаних за підтримки різних донорських організацій із залученням як вітчизняних, так і зарубіжних вчених й експертів, метою яких в більшості випадків є підтримка державної політики з розроблення стратегії адаптації сільського господарства до зміни клімату [2–6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Відповідно до плану заходів щодо виконання Концепції реалізації державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 р. до кінця 2020 р. має бути розроблено стратегію адаптації сільського господарства до змін клімату й план першочергових кроків із зазначенням конкретних заходів та інструментів її реалізації [7]. У зв'язку з цим метою даної статті є узагальнення результатів наявних досліджень для ідентифікації найбільш пріоритетних адаптаційних технологій, які мають бути покладені в основу плану заходів для підтримки прийняття дієвої кліматичної політики у сфері сільського господарства.

Виклад основного матеріалу. Україна в числі перших держав долучилася до процесу глобальної протидії змінам клімату, підтримавши й ратифікувавши Паризьку угоду (14.04.2016 р.). Наприкінці 2016 р. Уряд України своїм розпорядженням схвалив Концепцію реалізації

державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 року, якою визначено потребу «формування цілісної і послідовної державної політики у сфері зміни клімату», що враховуватиме міжнародний досвід й вимоги, адаптовані до національних умов. Основними напрямками реалізації Концепції визначено:

- зміцнення інституційної спроможності щодо формування і забезпечення реалізації державної політики у сфері зміни клімату;
- запобігання зміні клімату через скорочення антропогенних викидів і збільшення абсорбції парникових газів та забезпечення поступового переходу до низьковуглецевого розвитку держави;
- адаптація до зміни клімату, підвищення опірності та зниження ризиків, пов'язаних із зміною клімату [8].

При цьому сільському і лісовому господарству як основному землекористувачу відводиться суттєва роль у запобіганні негативного впливу через скорочення викидів і збільшення поглинання парникових газів та підвищення адаптації до зміни клімату.

З 2017 р. ведуться роботи щодо підготовки та розроблення проекту Стратегії з адаптації до зміни клімату сільського, лісового та рибного господарств України на період до 2030 року, що передбачено Планом [7]. Зокрема, у квітні 2017 р. Міністерством аграрної політики та продовольства України (нині – Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України) було презентовано проект «Стратегії адаптації українського сільського господарства до кліматичних змін», розроблений спільно з Міністерством екології та природних ресурсів України (нині – Міністерство екології та захисту довкілля) та проектом «Clima East» [5]. Упродовж 2018–2019 рр. проводилися робочі наради з обговорення структури та змісту проекту Стратегії. Влітку 2019 р. було презентовано ключові положення розробленого Мінагрополітики спільно з ФАО проекту Стратегії, яким передбачено п'ять ключових цілей:

1. Посилення інституційної спроможності та зміцнення законодавчого та нормативно-правового забезпечення адаптації до зміни клімату для сільського, лісового та рибного господарств.
2. Запобігання зміні клімату через скорочення викидів та збільшення поглинання парникових газів.
3. Посилення наукового забезпечення у сфері адаптації до зміни клімату сільського, лісового та рибного господарств.
4. Підвищення обізнаності, рівня освіти, підготовка кадрів та посилення наукового забезпечення у сфері адаптації до зміни клімату.
5. Розробка і реалізація заходів з адаптації до зміни клімату на рівні ОТГ і для домогосподарств у сільській місцевості [9].

За кожною з цілей визначено ряд завдань, що мають бути вирішені для досягнення загальної мети та конкретних цілей Стратегії. На вико-

нання поставлених завдань відповідно має бути розроблено конкретний план дій із зазначенням заходів та інструментів реалізації Стратегії.

З-поміж усього різноманіття доступних технологій та заходів адаптації до зміни клімату важливо визначити найбільш пріоритетні в кожному конкретному випадку. Серед країн, які розвиваються, залучених упродовж 2015–2018 рр. до проекту оцінки технологічних потреб (Technology Needs Assessment – TNA), найбільш пріоритетними адаптаційними технологіями є: диверсифікація рослинництва й використання посухостійких сортів, новітні іригаційні технології та методи крапельного зрошення й інноваційні технології збору й використання дощової води [10]. У ЄС станом на 2019 рік всі країни-члени відносять сільське господарство до пріоритетних галузей у сфері адаптації до зміни клімату, а 13 з них – застосовують конкретні адаптаційні технології й заходи [11, с. 28].

В Україні діяльність у сфері розробки кліматичної політики та адаптації сільського господарства й землекористування до зміни клімату наразі (2016–2019 рр.) отримала новий виток розвитку. Перша хвиля активності на державному рівні була відмічена у період 2012–2013 рр., упродовж якого було досягнуто певних результатів завдяки реалізації «Плану першочергових заходів з адаптації до зміни клімату», зокрема, у сфері наукових досліджень, підвищення поінформованості суспільства та центральних й регіональних органів влади стосовно впливу змін клімату на економіку та суспільство, в тому числі у сільському господарстві, а саме щодо просторової оцінки ступеня сприятливості майбутніх кліматичних умов для продуктивності основних зернових культур і лісових насаджень [12]. Основні підсумки цього етапу робіт представлені у Шостому національному повідомленні з питань зміни клімату, де серед іншого виділено пріоритетні адаптаційні заходи у сфері сільського господарства та землекористування: селекція в рослинництві та тваринництві; зонування з урахуванням зміни клімату; адаптація термінів агрономічних робіт у рослинництві; страхування ризиків; удосконалення прогнозів зміни клімату; боротьба з опустелюванням та деградацією ґрунтів [13].

Формування ефективної державної політики у сфері зміни клімату та адаптації сільського господарства активно підтримується іноземними донорами (ФАО, ЄВРР та ін.), враховуючи провідну роль вітчизняного аграрного сектора у забезпеченні глобальної продовольчої безпеки та наявний нереалізований потенціал [14]. Експерти ФАО до пріоритетних технологій й заходів адаптації галузі рослинництва до глобальних змін клімату відносять:

– диверсифікацію рослинництва з урахуванням сучасного агрокліматичного районування території;

– селекцію посухостійких із високою продуктивністю сортів і гібридів сільськогосподарських культур;

– розширення посівних площ для видів і сортів сільськогосподарських культур із коротким періодом вегетації;

– підвищення різноманіття культур для зміцнення резистентності агроєкосистеми до зовнішніх стресів;

– впровадження та відновлення ефективних систем зрошення;

– відновлення та створення нових полезахисних лісових смуг;

– зміщення термінів сівби ярих зернових культур на більш ранні, озимих – на більш пізні дати, що забезпечить ефективне використання посівами запасів вологи у ґрунті;

– удосконалення системи моніторингу за хворобами та шкідниками;

– удосконалення системи страхування в рослинництві [3].

Колектив авторів, що здійснювали дослідження для проекту Clima East, запропонували цілу низку адаптаційних технологій й заходів для сектору сільського господарства, серед яких варто виділити такі:

– впровадження біологічних методів обробітку ґрунту (сидерати, мікробіологічні препарати);

– впровадження (волого-, ґрунто-) ресурсощадних методів обробітку й захисту ґрунту;

– відновлення та закладка нових лісових смуг;

– адаптація термінів проведення польових робіт;

– селекція нових сортів;

– відновлення систем зрошення, розвиток ринку техніки та послуг;

– проведення моніторингу стану ґрунтів та розробка інтерактивних карт й баз даних [5, с. 75–83].

Південна частина України особливо вразлива до зміни клімату, що обумовлює врахування специфічних умов ведення аграрного землекористування при визначенні адаптаційних заходів. Так, наприклад, у дослідженні колективу Regional Environmental Center до пріоритетних адаптаційних технологій й заходів, серед іншого, віднесено такі:

– впровадження та відновлення ефективних систем зрошення;

– підвищення генетичного потенціалу сільськогосподарських культур вітчизняних сортів й селекція посухостійких сортів і гібридів;

– використання видів і сортів культур із коротким періодом вегетації;

– застосування комплексу агротехнічних волого-затримуючих прийомів (сівозміни, пари, снігозатримання, куліси, полезахисні лісові смуги, добрива, боротьба з бур'янами, крапельне зрошення);

– зміщення термінів сівби ярих та озимих культур для кращого використання наявної вологи;

– передпосівне й сольове загартування проти посухи;

– переоснащення парку машин і техніки на високопродуктивні;

– удосконалення системи страхування в сільському господарстві;

– удосконалення систем прогнозування, моделювання та оповіщення про несприятливі явища погоди [4].

У середині 2019 р. було представлено результати дослідження в рамках згаданого TNA проекту. Згідно з висновками авторів перелік адаптаційних технологій у сфері сільського господарства для України виглядає наступним чином (у порядку зниження рейтингу):

1. Крапельне зрошення у поєднанні з ґрунтозберігаючими технологіями (climate-smart agriculture).

2. Агрорісомеліоративні практики.

3. Біологізація технологій вирощування сільськогосподарських культур.

4. Розроблення систем раннього оповіщення.

5. Розроблення інтегрованих карт управління природними ресурсами.

6. Сільськогосподарські кредитні спілки.

7. Формування та підтримка банку насіння.

8. Підвищення стабільності сільськогосподарського виробництва на складних ландшафтах.

9. Впровадження у сівозміни кліматично обумовлених видів сільськогосподарських культур.

10. Покращення утримання тварин на основі впровадження розумних кліматичних систем у будівництві тваринницьких комплексів.

11. Підвищення ефективності виробництва кормів із сільськогосподарських культур та рослинних залишків.

12. Підземні та напівпідземні теплиці [2].

Результати проекту TNA викликають високий ступінь довіри з огляду на залучення великої кількості національних експертів та практиків із галузі сільського господарства (представників діючих господарств). Адже, як підтверджують дослідження, в окремих випадках так званий метод наукових досліджень із залученням практиків (citizen science) дозволяє більш якісно оцінити результативність пропонуваніх адаптаційних заходів [15].

Українські фермери відмічають високу ефективність окремих із вище зазначених адаптаційних технологій й заходів, зокрема: зміна термінів сівби; перенесення агротехнічних робіт на нічний час; використання вологозберігаючих технологій (mini-, no-till); використання посухостійких сортів сільськогосподарських культур. При цьому, вибір ефективного сорту в умовах зміни клімату виноситься у ранг найбільш важливих адаптаційних заходів після агротехнологічних практик. Зокрема, як зазначається, «...при виборі насіннєвого матеріалу українські аграрії зважають на його стійкість до кліматичних факторів» [16].

Частина із адаптаційних технологій і заходів, пропонованих різними дослідженнями та практиками, мають високий рівень повторюваності, що свідчить про їх високу пріоритетність (таблиця 1).

З-поміж виділених пріоритетних адаптаційних технологій і заходів найвищий рівень рейтингу отримали технології удосконалення іригацій й селекції у рослинництві. За ними у рейтингу розташувалися ще дві технології – ресурсозберігаючі практики землекористування (mini-, strip-, no-till) та агролісозахисні практики (лісосмуги тощо). Як видно, усі названі високо пріоритетні адаптаційні технології стосуються рослинництва, що обумовлено галузевою структурою сільського господарства України. Економічно сильні агровиробники у більшості випадків здатні самостійно ефективно адаптуватися до нових умов клімату. Так, великі агрохолдинги уже активно використовують вологозберігаючі агротехнології, якісне сортове насіння, районуване для конкретних локальних ґрунтових і кліматичних умов, системи моніторингу поширення хвороб й шкідників, системи захисту від них. Натомість менші фермери змушені або копіювати їхні рішення (часто на платній основі) або ризикувати. Саме у наданні тих

Таблиця 1

Пріоритетні заходи адаптації у сфері сільського господарства

Захід	Джерело*						Рейтинг
	1	2	3	4	5	6	
1. Удосконалення зрошення	+	+	+	+	+	+	6
2. Ресурсозберігаючі практики землекористування		+	+	+	+	+	5
3. Селекція та збереження сортів	+	+	+	+	+	+	6
4. Агрорісозахисні практики	+	+	+	+		+	5
5. Біологізація землекористування	+	+	+				3
6. Диверсифікація у рослинництві	+		+	+		+	4
7. Страхування			+	+		+	3
8. Моніторинг поширення хвороб та шкідників			+			+	2
9. Районування використання земель			+			+	2
10. Моніторинг стану ґрунтів		+				+	2
11. Системи раннього оповіщення	+			+		+	3
12. Покращення систем утримання тварин	+					+	2
13. Селекція у тваринництві						+	1

Джерело: узагальнено на основі [2–5; 7; 8; 13; 16]

* 1 – TNA; 2 – Clima East; 3 – експертні висновки ФАО; 4 – Regional Environmental Center; 5 – фермерські практики; 6 – національні стратегічні документи.

послуг, які недоступні усім суб'єктам ринку, й полягає функція держави. У 2018–2019 рр. діє програма компенсації частини вартості придбаного сортового насіння малими господарствами, що є саме прикладом такої функції. Представлений перелік пріоритетних технологій / заходів може бути покладено в план заходів адаптації сільського господарства на період до 2030 р., плануючи поступову їх реалізацію у відповідності до рейтингу.

Висновки. Висока чутливість сільського господарства до зміни клімату вимагає швидких і активних дій з боку ключових зацікавлених суб'єктів. Хоч на мікрорівні вдається значно швидше адаптувати новітні технології, проте ряд адаптаційних заходів лежать у площині державної відповідальності. Упродовж 2020 р. має завершитися процес розробки Стратегії адаптації сільського господарства до зміни клімату, тому наразі дуже важливо визначитися з пріоритетними технологіями та заходами. Домінування рослинництва у галузевій структурі сільського господарства України згідно з прогнозами збережеться упродовж наступного десятиліття, що зумовлює вибір пріоритетних напрямів адаптації аграрного виробництва до зміни клімату. Таким чином, ключовим напрямом адаптаційної політики у сфері сільського господарства визначено комплекс технологій і заходів для удосконалення практик землекористування, що починається з вибору сорту насіння, агротехнології й закінчується природним захистом рослин.

Впровадження та поширення ідентифікованих нами пріоритетних технологій та заходів в Україні обмежене низкою бар'єрів, на подолання яких має спрямовуватись державна адаптаційна політика через різного роду заходи. Ці питання можуть стати предметом подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Нечипоренко О. Стан та перспективи адаптації аграрного сектору економіки України до глобальних змін клімату. *Економіст*. 2018. № 11. С. 10–14.
2. Technology Needs Assessment report. Adaptation // TNA. URL: <https://tech-action.unepdtu.org/country/ukraine/> (accessed: 11.11.2019)
3. Фахівці FAO розповіли, як адаптувати сільське господарство до глобальних змін клімату. URL: <https://superagronom.com/news/5987-fahivtsi-fao-rozpovili-yak-adaptuvati-silске-gospodarstvo-do-globalnih-zmin-klimatu> (дата звернення: 15.11.2019)
4. Підвищення стійкості до зміни клімату сільськогосподарського сектору Півдня України. Regional Environmental Center. 2015. URL: <http://documents.rec.org/publications/ClimateResilienceUkraine.pdf> (дата звернення: 15.11.2019)
5. Розробка концепції національної політики адаптації сільського господарства України до зміни клімату: Заключний звіт завдання Служби експертної підтримки. Clima East CEEF2016-083-UA. 2017. 102 с.
6. Прогнози викидів парникових газів в Україні: шляхи до 2050 року. Thomson Reuters Point Carbon, 32 с. URL: https://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/UKR_UNDP%20CO2%20Forecast%20vFinal.pdf (дата звернення: 13.11.2019)

7. Про затвердження плану заходів щодо виконання Концепції реалізації державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 року: Розпорядження КМУ від 6 грудня 2017 р. № 878-р // База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2017-%D1%80> (дата звернення: 12.11.2019)
8. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 року: Розпорядження КМУ від 07.12.2016 р. № 932-6 // Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249573705> (дата звернення: 11.11.2019).
9. Сеперович Н. Цілі та задачі Стратегії з адаптації до зміни клімату сільського, лісового та рибного господарств України на період до 2030 року. Презентація від 25.04.2019. Київ. URL: https://apd-ukraine.de/images/2019/Kontent_Klima_Komponente/WG_Meeting_PPP/Targets_and_measures_of_the_Strategy_on_adaptation_to_climate_change_in_agriculture_MAPF_UA.pdf (дата звернення: 13.11.2019)
10. Technology Needs Assessments: summary country priorities 2015-2018 / TT: CLEAR. URL: https://unfccc.int/tclear/misc/StaticFiles/gnwoerk_static/TNA_key_doc/137ce42be33c4341a9b9e6679f7f8539/4a057ad243164ac6bbaa62bcb96bc39a.pdf (accessed: 13.11.2019)
11. Climate change adaptation in the agriculture sector in Europe. EEA Report. 2019. No 04. 112 p.
12. Результати виконання Плану першочергових заходів з адаптації до зміни клімату. URL: <http://www.seia.gov.ua/seia/control/main/uk/publish/article/636737> (дата звернення: 13.11.2019).
13. VI национальное сообщение Украины по вопросам изменения климата. Министерство экологии и природных ресурсов Украины. Киев, 2013. 342 с.
14. Alexandratos. N. and J. Bruinsma. World agriculture towards 2030/2050: the 2012 revision. ESA Working paper. FAO. Rome. 2012. № 12–03. URL: http://www.fao.org/fileadmin/templates/esa/Global_perspectives/world_ag_2030_50_2012_rev.pdf (accessed: 13.11.2019).
15. Jacob van Etten et al. Crop variety management for climate adaptation supported by citizen science. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. URL: <https://www.pnas.org/content/116/10/4194> (accessed: 14.11.2019).
16. Адаптація до змін клімату в сільському господарстві України. / Українська кліматична мережа. URL: <http://climategroup.org.ua/?p=3360> (дата звернення: 14.11.2019).

REFERENCES:

1. Nechyporenko, O. (2018). Stan ta perspektyvy adaptaciji aghrarnogho sektoru ekonomiky Ukrajiny do ghlodalnykh zmin klimatu [State and prospects of adaptation of the agrarian sector of the Ukrainian economy to global climate change]. *Ekonomist*, no. 11, pp. 10–14.
2. Technology Needs Assessment report. Adaptation // TNA. Available at: <https://tech-action.unepdtu.org/country/ukraine/> (accessed 11 November 2019).
3. Fakhivci FAO rozpovily, jak adaptuvaty silskje ghospodarstvo do ghlodalnykh zmin klimatu [FAO experts outlined how to adapt agriculture to global climate change]. Available at: <https://superagronom.com/news/5987-fahivtsi-fao-rozpovili-yak-adaptuvati-silске-gospodarstvo-do-globalnih-zmin-klimatu> (accessed 15 November 2019).

4. Regional Environmental Center (2015). Pidvyshhennja stijkosti do zminy klimatu siljsjkoghospodarsjkogho sektoru Pivdnja Ukrainy [Increasing the climate resilience of the agricultural sector of the South of Ukraine]. Available at: <http://documents.rec.org/publications/ClimateResilienceUkraine.pdf> (accessed 15 November 2019).
5. Clima East. (2017). Rozrobka koncepciji nacionalnoji polityky adaptaciji siljsjkogho ghospodarstva Ukrainy do zminy klimatu: Zakljuchnyj zvit zavdannja Sluzhby ekspertnoji pidtrymky [Development of the concept of national policy of adaptation of agriculture of Ukraine to climate change: Final report of the task of the Expert Support Service]. CEEF2016-083-UA, 102 p.
6. Thomson Reuters Point Carbon. Proghnozy vykydiv parnykovykh ghaziv v Ukraini: shljakhy do 2050 roku [GHG projections in Ukraine: paths to 2050]. Available at: https://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/UKR_UNDP%20CO2%20Forecast%20vFinal.pdf (accessed 13 November 2019).
7. Verhovna Rada Ukrainy (2016). Pro zatverzhennja planu zakhodiv shhodo vykonannja Koncepciji realizaciji derzhavnoji polityky u sferi zminy klimatu na period do 2030 roku [Approving the Action Plan for Implementing the Concept of Implementing Climate Change Policy for the Period until 2030]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2017-%D1%80> (accessed 12 November 2019).
8. Kabinet ministriv Ukrainy (2016). Pro skhvalennja Koncepciji realizaciji derzhavnoji polityky u sferi zminy klimatu na period do 2030 roku [On the approval of the Concept for the implementation of public policy in the field of climate change for the period up to 2030]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249573705> (accessed 11 November 2019).
9. Seperovych N. (2019). Cili ta zadachi Strateghiji z adaptaciji do zminy klimatu siljsjkogho, lisovogho ta rybnogho ghospodarstv Ukrainy na period do 2030 roku [Aims and objectives of the Strategy for Adaptation to Climate Change of Agriculture, Forestry and Fisheries of Ukraine until 2030]. Available at: https://apd-ukraine.de/images/2019/Kontent_Klima_Komponente/WG_Meeting_PPP/Targets_and_measures_of_the_Strategy_on_adaptation_to_climate_change_in_agriculture_MAPF_UA.pdf (accessed 13 November 2019)
10. Technology Needs Assessments: summary country priorities 2015–2018 / TT: CLEAR. Available at: https://unfccc.int/ttclear/misc/_StaticFiles/gnwoerk_static/TNA_key_doc/137ce42be33c4341a9b9e6679f7f8539/4a057ad243164ac6bbaa62bcb96bc39a.pdf (accessed 13 November 2019)
11. EEA (2019). Climate change adaptation in the agriculture sector in Europe. EEA Report, no 04, 112 p.
12. Rezultaty vykonannja Planu pershocherghovykh zakhodiv z adaptaciji do zminy klimatu [Results of the implementation of the Priority Action Plan on Climate Change]. Available at: <http://www.seia.gov.ua/seia/control/main/uk/publish/article/636737> (accessed 13 November 2019).
13. Ministerstvo ekologhiji i pryrodnykh resursiv Ukrainy (2013). VI natsionalnoe soobschenie Ukrainy po voprosam izmeneniya klimata [VI National Communication of Ukraine on Climate Change]. Kiev, 342 p.
14. Alexandratos N. and J. Bruinsma (2012). World agriculture towards 2030/2050: the 2012 revision. ESA Working paper, FAO, Rome, no 12–03. Available at: http://www.fao.org/fileadmin/templates/esa/Global_persepctives/world_ag_2030_50_2012_rev.pdf (accessed 13 November 2019).
15. Jacob van Etten et al. (2019). Crop variety management for climate adaptation supported by citizen science. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. Available at: <https://www.pnas.org/content/116/10/4194> (accessed 14 November 2019).
16. Adaptacija do zmin klimatu v siljsjkomu ghospodarstvi Ukrainy [Adaptation to climate change in Ukraine's agriculture] / Ukrainjsjka klimatychna merezha. Available at: <http://climategroup.org.ua/?p=3360> (accessed 14 November 2019).

УДК 330

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-9>**Косач І.А.***доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри публічного управління
та менеджменту організацій**Чернігівського національного технологічного університету***Kosach Iryna***Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor at the Department of Public Administration
and Management of Organizations
Chernihiv National University of Technology*

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE AGRICULTURAL COMPLEX OF UKRAINE: CURRENT ISSUES AND PROSPECTS

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена можливостям та перспективам використання інструментів державно-приватного партнерства в агропромисловому комплексі України в умовах стійкого існування монополістичного виробництва. Проаналізовано теоретичні аспекти відносин державно-приватного партнерства. Розглянуто основні аспекти світового досвіду імплементації відносин державно-приватного партнерства в АПК та доведено його актуальність у вирішенні проблеми функціонування малих і середніх суб'єктів сільськогосподарського виробництва. Обґрунтовано, що державно-приватне партнерство є особливим видом економічних відносин між підприємницькими структурами за участю держави, а можливість кооперації для дрібного і середнього бізнесу шляхом створення інтегрованої підприємницької структури на засадах ДПП в зв'язку з цим виглядає реальною і необхідною. Визначено політичний, правовий, фінансовий, адміністративний та освітньо-технологічний аспекти формування інституційного середовища для підприємницької інтеграції малих та середніх виробників на засадах державно-приватного партнерства.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, інтеграція, інтеграційні процеси, агропромисловий комплекс, сільське господарство.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена возможностям и перспективам использования инструментов государственно-частного партнерства в агропромышленном комплексе Украины в условиях устойчивого существования монополистического производства. Проанализированы теоретические аспекты отношений государственно-частного партнерства. Рассмотрены основные аспекты мирового опыта имплементации отношений государственно-частного партнерства в АПК и доказана его актуальность в решении проблемы функционирования малых и средних субъектов сельскохозяйственного производства. Обосновано, что государственно-частное партнерство является видом экономических отношений между предпринимательскими структурами с участием государства, а возможность кооперации для мелкого и среднего бизнеса путем создания интегрированной предпринимательской структуры на основе ГЧП в связи с этим выглядит реальной и необходимой. Определены политический, правовой, финансовый, административный и образовательно-технологический аспекты формирования институциональной среды для предпринимательской интеграции малых и средних производителей на основе государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, интеграция, интеграционные процессы, агропромышленный комплекс, сельское хозяйство.

ANNOTATION

The article is devoted to the opportunities and prospects of using public-private partnership instruments in the agro-industrial complex of Ukraine in conditions of stable existence of monopolistic production. In a crisis of Ukrainian economy, which is a major obstacle to the sustainable development of economy and society, the development of agricultural enterprises is one of the most important national priorities. So, the current conditions of formation and integration of businesses require the new approaches to management. It is determined that the issue of economic relations between producers and state based on the institute of Public Private Partnership is not studied enough in modern science. Nowadays the problem of small and medium agricultural producers revitalization is important, and it is possible to be solved with active government support and the emphasis on partnership between the government and business structures. The purpose of the proposed research is to provide a scientific and theoretical substantiation of the «public-private partnership» (PPP) content, to determine its importance for the development of agriculture and possible ways of implementing PPP relations to the current state of agriculture. The theoretical aspects of public-private partnership are analyzed. The main aspects of the world experience of public-private partnerships implementation to agroindustrial complex are considered and its relevance in the problem solving of functioning of small and medium of agricultural enterprises are proved. It is substantiated that public-private partnership is a special type of economic relations between state-owned business structures, and it would be real and necessary the possibility of cooperation for small and medium-sized businesses by creating an integrated business structure on the basis of PPP. It is the association of companies and organizations that would be created by means of initiative and the supervision and with the participation of the state. The purpose of the structure is to address public policy and social issues with the focus to the implementation of priority projects and programs for state support. The political, legal, financial, administrative, educational and technological aspects of the formation of the institutional environment for entrepreneurial integration of small and medium-sized producers on the basis of public-private partnership are defined.

Key words: public-private partnership, integration, integration processes, agro-industrial complex, agriculture.

Постановка проблеми. З метою мінімізації негативного впливу глобалізаційних процесів на національну економіку завдання гарантування продовольчої безпеки, розроблення ефективних організаційно-економічних механізмів підтрим-

ки малого бізнесу є пріоритетними для вітчизняного агропромислового комплексу. Водночас розвиток АПК часто залежить від правильного структурування цілей та завдань, послідовності запланованих заходів та ефективного використання всіх видів ресурсів. У зазначених умовах особливе місце у формуванні економічних умов для траєкторії економічного зростання займають інструменти державно-приватного партнерства, що обумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню проблематики впровадження і розвитку відносин ДПП присвячені праці як закордонних, так і вітчизняних учених, серед яких необхідно відзначити: Б. Данилишина, Х. Ван Хема, В. Варнавського, О. Вінник, М. Дерябіну, І. Запатрину, Ю. Копен'яна, Е. Кляйна, В. Максимова, І. Нейкову, Ф. Оладеінде, В. Павлюка, Е. Сава, Д. Тейсмана та багатьох інших.

Незважаючи на значну кількість наукових досліджень щодо розвитку відносин ДПП та віддаючи належне зазначеним науковим напрацюванням, слід зазначити, що теоретико-методологічні проблеми розвитку АПК на основі впровадження ДПП поки що залишаються не вирішеними остаточно та потребують поглибленого вивчення.

Формулювання цілей статті. В умовах сьогодення в Україні тільки починають набувати розвитку партнерські відносини між державою і бізнес-структурами. З огляду на перспективність упровадження відносин ДПП в агропромисловому виробництві виникає необхідність розроблення теоретико-методологічного базису зазначеного процесу. Отже, метою запропонованого дослідження є науково-теоретичне обґрунтування змісту поняття «державно-приватне партнерство», визначення його значення у розвитку АПК та можливих шляхів реалізації відносин ДПП в умовах сучасного стану АПК. Досягнення мети вимагає виконання таких завдань:

- здійснити системний аналіз наукової літератури та законодавчої бази, що стосуються відносин ДПП з урахуванням вітчизняного та зарубіжного досвіду;
- виявити специфіку щодо розкриття змісту поняття «ДПП»;
- визначити роль та можливості впровадження державно-приватного партнерства в АПК України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Слід заважити, що однією з основних функцій АПК є забезпечення продовольчої безпеки країни за умови злагодженої діяльності таких системоутворюючих сфер: агросфери, що забезпечує виробництво необхідної кількості сільськогосподарської сировини, та переробних галузей, які відповідають за своєчасну заготівлю, зберігання та переробку продукції, виробленої у сільському господарстві. Система продовольчої безпеки, стрижнем якої є збалансований розвиток АПК і насамперед сільськогосподарського виробництва має забезпечувати фізич-

ний та економічний доступ до достатніх обсягів безпечної та поживної продовольчої продукції шляхом цільової підтримки найуразливіших верств населення.

Відповідно до нових тенденцій у промислово розвинених країнах акцент у сучасному управлінні робиться не на конкуренцію, а на співпрацю як основу розвитку бізнесу. У цих реаліях варто оцінити специфіку розвитку агропромислового виробництва з урахуванням використання можливостей інституту державно-приватного партнерства. Саме моделі державно-приватного партнерства дають змогу об'єднати інвестиційну активність держави і приватного капіталу.

Як серед практиків, так і у наукових колах є діаметрально протилежні погляди на природу і цілі функціонування ДПП навіть у зарубіжних фахівців, які набули протягом останніх десятиліть значного досвіду в питаннях реалізації масштабних проектів у різних галузях економіки на основі ДПП. Погляд провідних зарубіжних та вітчизняних дослідників на розгляд цього питання наведено в таблиці 1.

За результатами проведених нами досліджень причиною відмінностей у поняттях ДПП є не тільки термінологічні проблеми, але і незбіг уявлення про місце і значення партнерства в сучасній ринковій економіці. Більшість вітчизняних дослідників поділяють думки західних учених, наприклад, І. Нейкова, яка вважає, що «концепція ДПП може бути реалізована в найважливіших сферах, що зачіпають загальнонаціональні інтереси (соціальна сфера, транспорт, енергетика та ін.), зокрема в інноваційному секторі економіки, і належить до сфери здійснення активної державної промислової політики та реалізації «узгоджувальних» (що стосуються договірного партнерства держави і корпорацій) принципів взаємодії та макропланування» [5, с. 156].

На широкому спектрі застосування ДПП наголошують К. Павлюк і С. Павлюк, при цьому визначаючи економічну, політичну, соціальну, гуманітарну та інші сфери суспільної діяльності [2]. Загалом погоджуючись із вищезазначеними підходами як можливими варіантами формування та розвитку ефективної державно-приватної взаємодії, не можна обійти увагою їхні недоліки. За умови участі держави в інтегрованих формуваннях можливий ризик обмеження ринкової свободи суб'єктів господарювання. З іншого боку, передача частини регулюючих функцій у розпорядження об'єднань, сформованих на засадах ДПП, пов'язана з ризиком дерегулювання економіки, посилення монополістичних та опортуністичних тенденцій.

Таким чином, ми висловлюємо думку, що одним із шляхів розвитку АПК України та вирішення економічних та соціальних проблем є ефективна взаємодія господарств населення та суб'єктів малого і середнього бізнесу за допомогою формування інтеграційних підприємницьких структур, побудованих на засадах

Таблиця 1

Основні підходи до визначення змісту та сутності ДПП українських та зарубіжних учених

Автори	Визначення	Характеристика визначення
1	2	3
Б. Данилишин	Розглядає ДПП як систему співробітництва, в якій розподіляються ризики між партнерами за принципом кращої спроможності їх нейтралізації, а також існує узгоджений підхід до поділу винагород [1]	Спільною рисою вищевказаних визначень є те, що всі вони розглядають ДПП як співробітництво держави та приватного сектору, наголошуючи як на особливій формі кооперації між приватним сектором та державою, так і інституціональності відносин, заснованих на формальних та неформальних правилах, пропорційному розподілі коштів держави та приватного сектору для задоволення соціально-економічних інтересів. Розуміння ДПП як інституту, спрямованого на координацію діяльності держави, на нашу думку, є хибним, оскільки це система відносин, в якій держава безпосередньо бере участь
К. Павлюк, С. Павлюк	Під ДПП розуміють конструктивну взаємодію держави та приватного сектору, громадянських інститутів в економічній, політичній, соціальній, гуманітарній та інших сферах суспільної діяльності [2]	
С. Грищенко	Визначає партнерство державного і приватного секторів як таку форму співпраці між державними органами влади та світом бізнесу, що має на меті забезпечити фінансування, будівництво, відновлення, управління або утримання інфраструктури чи надання суспільних послуг [3]	
І. Запатріна	ДПП являє собою інституціональний і організаційний альянс державної влади й приватного бізнесу з метою реалізації суспільно значущих проектів у широкому спектрі сфер діяльності – від розвитку стратегічно важливих галузей економіки до надання суспільних послуг у масштабах усієї країни або окремих територій [4]	
І. Нейкова	Пропонує розглядати ДПП з позиції раціонального використання суспільних ресурсів, що лежать в основі підвищення якості факторів виробництва, які застосовуються з метою переходу до довгострокового і якісного економічного зростання [5]	При цьому можна погодитися з тим, що в основі відносин ДПП лежить взаємозумовленість підприємництва та державного регулювання .
О.Вінник	Державно-приватне партнерство – це не будь-яка співпраця держави і приватного бізнесу, а таке, що обумовлено суспільними потребами через неспроможність держави (АРК, територіальної громади) реалізувати самостійно складні та/або довгострокові проекти через відсутність необхідних коштів та інших ресурсів (досвіду, кваліфікованого персоналу, новітніх технологій тощо) [6, с. 117].	Автор звужує специфіку використання проектів ДПП, наголошує на реалізації лише тих проектів, які не можуть бути фінансовані державою самостійно. Це суперечить світовій практиці застосування проектів ДПП.
Е. Сава	1) ДПП – будь-яка угода, в якій державний і приватний сектори економіки об'єднуються для виробництва товарів і надання послуг; 2) ДПП – складні, багатопартнерські інфраструктурні проекти; 3) ДПП визначає формальне співробітництво між бізнесом, суспільством та місцевими органами влади з метою розвитку території і поліпшення умов життя населення, в межах якого традиційні ролі держави і приватного сектору перерозподіляються [7]	Автор не уточнює умов, за яких взаємодія державного та приватного секторів буде визначена як ДПП. Таким чином, у такому трактуванні під ДПП розуміються будь-які відносини державного і приватного секторів, що не дає змоги охарактеризувати відмінні риси ДПП як окремої економічної категорії
Е. Кляйн і Д.Тейсман	Державно-приватне партнерство розглядається як стійка взаємодія державного і приватного секторів, під час якої розробляється спільний продукт і / або послуги, а ризики, витрати і прибутки розподіляються між партнерами [8]	У такому визначенні вже з'являється єдина для партнерів мета створення ДПП у вигляді виробництва спільного продукту, в процесі якого обов'язковим є розподіл ризиків, витрат та майбутніх прибутків. При цьому відмінність ДПП від інших форм співробітництва між державою і приватним сектором не уточнюється
Х. Ван Хем і Ю. Копен'ян	ДПП являє собою довгострокове співробітництво державного і приватного секторів, у межах якого вони спільно розробляють продукт або послуги, поділяють ризики, витрати і ресурси, пов'язані з цими продуктами або послугами. [9]	Автори наголошують на тривалості відносин партнерства з метою досягнення спільної мети, вказують на специфіку інституційної взаємодії держави і приватного сектору на основі державно-приватного партнерства

Закінчення таблиці 1

1	2	3
В. Варнавський	Державно-приватне партнерство – це інституціональний та організаційний альянс між державою і бізнесом з метою реалізації національних та міжнародних, масштабних і локальних, але завжди суспільно значущих проектів у широкому спектрі сфер діяльності [10]	Розширюється географічний простір партнерства та проектів ДПП. Партнерство розглядається як альянс, тобто припускається наявність як формальних, так і неформальних договірних зобов'язань
В.В. Максимов	Форма спільної економічної діяльності держави і приватного бізнесу з метою реалізації суспільно значущих проектів і програм і задоволення таким чином громадського інтересу [11]	Результатом взаємодії на засадах ДПП вважається задоволення суспільного інтересу, але критерієм обрання проектів визначається їхня суспільна значущість
М. Дерябина	Державно-приватне партнерство є об'єднанням матеріальних і нематеріальних ресурсів суспільства і приватного сектору на довготривалій і взаємовигідній основі для створення суспільних благ або надання громадських послуг [12]	Автор обмежує сферу використання ДПП суспільно значущими проектами або проектами розвитку інфраструктури, натомість виходить за межі використання виключно інвестиційних ресурсів, наголошуючи на використанні і нематеріальних ресурсів суспільства

Джерело: систематизовано автором

державно-приватного партнерства. Держава в системі ДПП уособлює загальносуспільний інтерес, оскільки саме її функція полягає в організаційному та інституціональному забезпеченні задоволення потреб населення у продуктах харчування, подолання депресивності регіонів сільськогосподарської спеціалізації, вирішення проблеми зайнятості сільського населення. Нехтування задоволенням загальносуспільних інтересів посилює процеси трудової міграції громадян та приводить до перетворення країни на сировинний придаток держав із більш розвиненою економікою. Мотивація приватного партнера, особливо представників малого та середнього бізнесу, формується на основі отримання соціальних гарантій, соціальних трансфертів, максимізації прибутку та зростання доданої вартості. Враховуючи різновекторність соціально-економічних інтересів суб'єктів партнерства, позитивний синергетичний ефект їхньої співпраці може бути досягнутий в умовах інтеграційного формування на основі ДПП. Суб'єкти підприємницької діяльності здатні задовольнити інтереси шляхом залучення господарств населення до спільної діяльності, які отримують гарантії щодо соціального захисту, працевлаштування, ефективного розподілу прибутків, забезпечення основними засобами, кормами, насінням, технологічної підтримки.

Отже, державно-приватне партнерство засноване на використанні нової моделі державного регулювання, де держава створює умови і мотиваційні засади для розвитку бізнесу на засадах партнерства й одночасно виконує свої традиційні обов'язки у процесі суспільного відтворення.

Розгляд досвіду зарубіжних країн з упровадження відносин ДПП з метою активізації розвитку агропромислового комплексу дає змогу виявити перспективні напрями форм і механізмів їх реалізації з урахуванням інтересів держави та приватного сектору. Так, в Японії та США

стан продовольчого забезпечення визнається найважливішим показником національної безпеки, і продовольча безпека нації усвідомлюється урядами цих країн як найважливіша умова суверенітету держави, квінтесенція внутрішньої політики, як серйозний індикатор її незалежності в міжнародних відносинах. Завдяки зазначеній політиці, за даними [13], рівень продовольчої самозабезпеченості у США та Франції становить понад 100%, у Німеччині – 93%, в Італії – 78%, і навіть відносно бідна на родючі ґрунти Японія забезпечує себе продовольством майже на 50%.

Загальними рисами зарубіжної практики реалізації ДПП в агропромисловому секторі є розвинена і впорядкована нормативна база, що регулює контрактні відносини в різних галузях і дозволяє найбільш повно враховувати різноманітність умов функціонування різних сфер. Не менш важливим із погляду перспектив фпровадження інструментів ДПП в АПК є зростання соціального капіталу системи загалом. Згідно з проведеними дослідженнями соціальний капітал включає здатність індивідуумів у групі формувати відносини довіри, кооперації і спільної мети. Отже, він тісно пов'язаний із кооперативними та інтерактивними відносинами, які є фундаментальними для ефективного функціонування інтеграційних підприємницьких структур на засадах ДПП. Соціальний капітал як фактор партнерської взаємодії сприяє формуванню нових угруповань, посиленню мереж довіри та інформаційних потоків, зміні організаційної культури. Найбільший розвиток кооперативні відносини отримали у Данії, Норвегії, Швеції та Фінляндії. Система, заснована на спільній діяльності кооперативів та корпорацій, знайшла відображення у функціонуванні АПК Франції та Японії.

Отже, необхідність застосування державно-приватного партнерства в АПК продиктована тими можливостями, які закладені в механізм

ДПП, що використовує переваги приватного сектору як партнера держави, і дає змогу отримати суттєві вигоди для кожного учасника такого партнерства. Проте в контексті цього висновку вважаємо, що перенесення досвіду інших країн без урахування специфіки національної економіки може спричинити її дестабілізацію, накопичення суперечностей та поглиблення конфліктів між суб'єктами ДПП.

Виняткова значущість державно-приватного партнерства як ефективного інструменту реалізації політики щодо розвитку АПК визначається, по-перше, розвитком агропромислового виробництва та інфраструктури з урахуванням інтересів і за активної участі бізнесу; по-друге, підвищенням ефективності використання державної власності та бюджетних коштів, що спрямовуються на підтримку АПК; по-третє, стимулюванням приватного сектору до розвитку підприємницької активності в областях, які мають найбільший потенціал якісного економічного зростання. Зазначені напрями знаходять своє конкретне відображення у витратах державного бюджету країни, законодавчих ініціативах та розробленні стратегічних програм розвитку державно-приватного партнерства.

Для ефективного застосування закордонного досвіду в сучасних умовах розвитку національної економіки Україні необхідно:

1) домогтися забезпечення прозорості діяльності аграрних підприємств із метою підвищення рівня довіри до них ділових партнерів;

2) розвинути правове регулювання відносин ДПП і реалізації проектів ДПП;

3) визначити ступінь участі держави у створенні і розвитку інтеграційних підприємницьких агропромислових структур на засадах ДПП.

Формування сприятливого інституційного середовища для підприємницької інтеграції малих та середніх виробників на засадах ДПП нами пропонується розглядати в контексті таких аспектів:

1) політичний аспект:

– визнання та застосування механізму ДПП як базису інтеграційних процесів, як пріоритетного фактора розвитку малого та середнього бізнесу в АПК із відображенням у відповідних документах;

– розроблення державної політики у сфері сприяння впровадження ДПП, що має супроводжуватись обґрунтуванням пріоритетів у сфері ДПП, документальним закріпленням вибраних напрямів у відповідних документах стратегічного та програмно-цільового характеру;

2) правовий аспект:

– законодавче закріплення підтримки розвитку АПК на основі партнерських відносин;

– удосконалення наявних та прийняття нових нормативно-правових документів в сфері відносин ДПП та підтримки суб'єктів підприємницької діяльності в АПК, що здатні усунути наявні недоліки;

– законодавче закріплення правових основ захисту партнерів у контексті реалізації інтеграційних відносин.

3) адміністративний аспект (дослідження та усунення адміністративних бар'єрів);

4) фінансовий аспект:

– активізація концесійних та лізингових відносин, системи кредитної кооперації, державні пільги та субсидії, кредитування проектів ДПП;

5) освітньо-технологічний аспект:

– залучення науково-дослідних організацій до наукових розробок у сфері рослинництва і тваринництва (селекція нових сортів культур та нових порід тварин, розробки в напрямі захисту рослин тощо);

– підготовка відповідних кадрів, насамперед управлінських, відповідної кваліфікації.

Інституціональний аналіз основних стратегічних та програмних документів у сфері підтримки суб'єктів підприємництва, розвитку АПК та становлення відносин державно-приватного партнерства дозволяє визначити їхній внутрішньорівневий та міжрівневий взаємозв'язок як інституціональний базис. Так, впровадженню та активізації відносин ДПП в галузях АПК мають сприяти заходи, визначені стратегічними документами, зокрема, «Стратегією сталого розвитку «Україна 2020», Стратегією інтеграції України до ЄС, Стратегією національної безпеки України, Державною програмою сталого розвитку сільських територій до 2020 р., Державною програмою сталого сільського розвитку України на період до 2025 р. З іншого боку, заходи із впровадження ДПП мають корелюватись із обласними довгостроковими програмами розвитку АПК, Стратегіями соціально-економічного розвитку областей, обласними програмами розвитку державно-приватного партнерства, обласними програмами розвитку сільськогосподарської дорадчої діяльності та програмам підтримки розвитку кооперативів. З іншого боку, як доводить проведене дослідження, діючі інституціональні регулятори не здатні повною мірою забезпечити результативну реалізацію відносин ДПП, що потребує удосконалення наявного нормативно-правового та програмного забезпечення та імплементації нових документів стратегічного характеру.

Висновки. Рівень державного регулювання АПК України сьогодні не відповідає новим умовам і потребує формування якісно нової системи управління. Головним засобом підвищення ефективного функціонування агропромислового виробництва є розвиток партнерських відносин держави та бізнесу, що дасть змогу залучити у державний сектор економіки додаткові ресурси, насамперед інвестиції. Нині є певні проблеми, що є перешкодою активізації застосування механізму державно-приватного партнерства в АПК України. До них доцільно віднести:

– недосконалу регуляторну політику (оподаткування, тарифи, дозвільна система, непрозорість тощо);

– відсутність відповідної інституційної інфраструктури (підготовка, відбір, моніторинг реалізації проектів ДПП);

– недосконалу систему державної підтримки, нерозвиненість механізмів ДПП;

– недосконале нормативно-правове та методичне забезпечення відбору та реалізації проектів ДПП.

Подібна взаємодія відносин дасть змогу об'єднати ресурси і потенціали держави і бізнесу, що сприятиме підвищенню ефективності використання наявних ресурсів, розподілу ризиків між державним і приватним сектором та їх мінімізації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Данилишин Б.М. Аналіз регуляторного впливу при впровадженні Закону України «Про загальні засади розвитку державно-приватного партнерства в Україні». URL: <http://www.me.gov.ua/control/uk/> (дата звернення: 10.06.2019).
2. Павлюк К.В., С.М. Павлюк. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально економічному розвитку держави. *Наукові праці КНТУ. Економічні теорії*. 2010. № 17. С. 10–20.
3. Грищенко С. Підготовка та реалізація проектів публічно-приватного партнерства : практичний посібник для органів місцевої влади та бізнесу. Київ : ФОП Москаленко, 2011. 140 с.
4. Запатріна І.В. Публічно-приватне партнерство в Україні: перспективи застосування для реалізації інфраструктурних проектів і надання публічних послуг. *Економіка і прогнозування*. 2010. № 4. С. 62–86.
5. Нейкова І.С. Державно-приватне партнерство як складова інвестиційного механізму інноваційного розвитку. *Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право)*. 2010. № 1(48). С. 152–160.
6. Вінник О.М. Управління державно-приватним партнерством при використанні його акціонерної форми. *Вісник Академії правових наук України*. 2010. № 2. С. 112–120.
7. Savas E. Privatization and Public Private Partnerships. N.Y. : Chatham House Publishers, 2000. Pp. 105–106.
8. Klijn E.H., Teisman G.R. Governing Public-Private Partnerships: Analyzing and Managing the Processes and Institutional Characteristics of Public-Private Partnerships. *Public-Private Partnerships: Theory and Practice in International Perspective*. London : Routledge, 2000. P. 85.
9. Ham H., van, Koppenjan J. Building Public-Private Partnerships: Assessing and Managing Risks in Port Development. *Public Management Review*. 2001. Vol. 3, № 4. P. 598.
10. Варнавский В. Государственно-частное партнерство: некоторые вопросы теории и практики. *Мировая экономика и международные отношения*. 2011. № 9. С. 41–50.
11. Максимов В.В. Государственно-частное партнерство в транспортной инфраструктуре: критерии оценки концессионных конкурсов. Москва : Альпина Паблишерз, 2010. 178 с.
12. Market Update Review of the European PPP Market in 2018/European PPP Exp. Centre. 10p. URL: <http://www.eib.org/epec/resources/publications/> (дата звернення: 18.11.2019)
13. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика. *Вопросы экономики*. 2008. № 8. С. 74.

REFERENCES:

1. Danilishin B.M. (2010) Analiz Rehuliatornoho Vplyvu Pry Vprovadzhenni Zakonu Ukrainy «Pro Zahalni Zasady Rozvytku Derzhavno-Pryvatnoho Partnerstva V Ukraini» [Analysis of regulatory inflow under the Law of Ukraine “On the ignition of the development of sovereign-private partnership in Ukraine”]. Available at: <http://www.me.gov.ua/control/uk/> (accessed 10 June 2019)
2. Pavluk K.V., Pavluk S.M. (2010) Sutnist i rol derzhavno-pryvatnoho partnerstva v sotsialno ekonomichnomu rozvytku derzhavy [The essence and role of public-private partnership in the socio-economic development of the state]. *Scientific works of KNTU. Economic theories*. № 17. pp. 10–20.
3. Hryshchenko, S. (2011) Pidhotovka ta realizatsiia proektiv publichno-pryvatnoho partnerstva: Praktychni posibnyk dlia orhaniv mistsevoi vlady ta biznesu [Preparation and implementation of the project for public-private partnership: A practical guide for local authorities and business]. Kyiv : FOP Moskalenko O.M. (in Ukrainian)
4. Zapatrina I.V. (2010) Publichno-privatne partnerstvo v Ukraini: perspektivi zastosuvannya dlya realizaciyi infrastruktturnih proektiv i nadannya publichnyh poslug [Public-private partnership in Ukraine: prospects for implementation of infrastructure projects and public services]. *Economics and forecasting*, № 4, pp. 62–86.
5. Neikova I.S. (2010) Derzhavno-privatne partnerstvo yak skladova investycijnogo mehanizmu innovacijnogo rozvytku [Public-private partnership as a component of investment mechanism of innovative development]. *Scientific Bulletin of the National University of the State Tax Service of Ukraine (Economics, Law)*, № 1(48), pp. 152–160.
6. Vinnik O.M. (2010) Upravlinnya derzhavno-privatnim partnerstvom pri vikoristanni jogo akcioneranoi formi [Management of public-private partnership when using its shareholder form]. *Bulletin of the Academy of Law Sciences of Ukraine*, № 2, pp. 112–120.
7. Savas E. (2000) Privatization and Public Private Partnerships. N.Y. : Chatham House Publishers, 2000. Pp. 105–106.
8. Klijn E.H., Teisman G.R. (2000) Governing Public-Private Partnerships: Analyzing and Managing the Processes and Institutional Characteristics of Public-Private Partnerships. *Public-Private Partnerships: Theory and Practice in International Perspective*. London: Routledge, 2000. P. 85.
9. Ham H., van, Koppenjan J. (2001) Building Public-Private Partnerships: Assessing and Managing Risks in Port Development. *Public Management Review*. 2001. Vol. 3, № 4. P. 598.
10. Varnavskij V. (2011) Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo: nekotorye voprosy teorii i praktiki [Public-private partnership: some issues of theory and practice]. *World Economy and International Relations*, № 9, pp. 41–50.
11. Maksimov V.V. (2010) Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo v transportnoj infrastrukture: kriterii ocenki koncessionnyh konkursov [Public-Private Partnership in transport infrastructure: evaluation criteria for concession tenders]. Moscow: Alpina Publishers, p. 178. (in Russian)
12. Market Update Review of the European PPP Market in 2018 / European PPP Exp. Centre. 10 p. Available at: <http://www.eib.org/epec/resources/publications/> (accessed 18 November 2019).
13. Deryabina M. (2008) Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo: teoriya i praktika [Public-Private Partnership: Theory and Practice]. *Economics issues*, 2008, № 8, p. 74.

УДК 330.31

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-10>**Радченко О.П.***кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова***Radchenko Oleksander***Candidate of Economics Sciences
Associate Professor of management and innovations,
Odesa I.I. Mechnikov National University*

ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В АПК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

PROBLEMS AND TRENDS OF USE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN AGRICULTURAL COMPLEX IN THE GLOBALIZATION CONDITIONS

АНОТАЦІЯ

В умовах трансформації економічних відносин, викликаних глобальними чинниками зовнішнього середовища, розвиток агропромислового комплексу України нерозривно пов'язаний із використанням ефективних механізмів та інструментів, здатних забезпечити комплексне та повноцінне використання наявних ресурсів. Одним із таких механізмів є державно-приватне партнерство (ДПП), широко розповсюджене у більшості країн світу, метою якого є сумісна діяльність держави та приватного бізнесу на добровільних засадах із метою отримання обопільної вигоди. Розроблено та обґрунтовано першочергові кроки вдосконалення політики щодо ДПП в аграрному секторі та визначено основні властивості, притаманні цій економічній категорії. У статті досліджено сучасний стан та перспективи розвитку державно-приватного партнерства в агропромисловому комплексі в умовах глобалізації та інтеграції країни в світовий економічний простір. Визначено найбільш оптимальні та дієві механізми й інструменти ДПП в аграрному секторі національної економіки в умовах її реформування. Розглянуто зарубіжний досвід ефективного застосування ДПП у країнах із найбільш розвинутим аграрним сектором.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, інновації, інтеграція, інвестиції, державне майно, приватний сектор.

АННОТАЦИЯ

В условиях трансформации экономических отношений, вызванных глобальными факторами внешней среды, развитие агропромышленного комплекса Украины неразрывно связано с использованием эффективных механизмов и инструментов, способных обеспечить комплексное и полноценное использование имеющихся ресурсов. Одним из таких механизмов является государственно-частное партнерство (ГЧП), широко распространенное в большинстве стран мира, целью которого является совместная деятельность государства и частного бизнеса на добровольных началах с целью получения обоюдной выгоды. Разработаны и обоснованы первоочередные шаги по совершенствованию политики относительно ГЧП в аграрном секторе и определены основные свойства, присущие этой экономической категории. В статье исследованы современное состояние и перспективы развития государственно-частного партнерства в агропромышленном комплексе в условиях глобализации и интеграции страны в мировое экономическое пространство. Определены наиболее оптимальные и действенные механизмы и инструменты ГЧП в аграрном секторе национальной экономики в условиях ее реформирования. Рассмотрен зарубежный опыт эффективного применения ГЧП в странах с наиболее развитым аграрным сектором.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, инновации, интеграция, инвестиции, государственное имущество, частный сектор.

ANNOTATION

In of recent years, the issue of developing public – private partnerships (or, according to the law, public – private partnerships) and its role in improving the efficiency of implementation of infrastructure projects both at national and local levels has become more relevant in of Ukraine. In of modern of Ukraine, when new economic relations are gradually formed, and her economy becomes more integrated in world community, there is a sharp necessity for structural changes and more close co – operation of the state and private sector. Perfection of mechanism of state-private partnership and forming of new structures in the economic system of Ukraine of in the conditions of her modernisation provide bringing in the economy of private investments, upgrading of the commodities and services, given to the consumers, will assist the height of competitiveness of of Ukrainian of business. All of it, in final analysis, will render favourable influence on the process of forming of innovative economy. In of the context of transformation of economic relations caused by global environmental factors, the development of the agro – industrial complex of Ukraine of is inextricably linked with the use of effective mechanisms and tools capable of ensuring the comprehensive and full use of available resources. One of such mechanism is public – private partnership (PPP), which is widespread in most countries of the world, which aims to combine the activities of government and private business on a voluntary basis for mutual benefit. Priority of steps for improving public – private partnership policy in the agricultural sector have been developed and substantiated, and the key features specific to this economic category have been identified. The of article investigates the current state and prospects of development of public – private partnership in the agro – industrial complex in the conditions of globalization and integration of the country into the world economic space. The of most optimal and effective mechanisms and instruments of public – private partnership in the agricultural sector of the national economy in terms of its reform are determined. At of the same time, the foreign experience of effective use of public – private partnership in countries with the most developed agar sector is considered.

Key words: public-private partnership, innovation, integration, investment, state property, private sector.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Посилення конкурентоспроможності та розвиток інфраструктурних проектів у більшості країн світу відбувається саме за участі поєднання приватних та державних активів, розглядаючи цей процес як ефективний механізм поповнення дефіциту коштів із боку держави.

Разом із тим серед науковців та фахівців досі точиться дискусія щодо ролі та найбільш перспективних напрямів запровадження проєктів ДПП, у тому числі в агропромисловому комплексі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Дослідження питання розвитку державно-приватного партнерства носить тривалий історичний характер, на протязі якого відомі науковці-теоретики надавали різних форм тлумачення цього процесу. Найбільший внесок у визначення ролі державно-приватного партнерства у розвиток економіки зробили такі видатні постаті економічної теорії, як Дж.М. Кейнс, А. Маршалл, Дж.С. Мілль, Д. Норт, В. Ойкен, П. Самуельсон, А. Сміт, Г. Ходжи, а також сучасні науковці, які приділили значну увагу динамічному розвитку цього питання: М. Авксентьев, С. Афанасьев, Н. Безбах, В. Варнавський, В. Клепиков, В. Кузьмін, Х. Хему, Т. Єфименко, В. Жук, О. Огій, С. Грев, М. Хохлов, К. Шапошников та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Державно-приватне партнерство зарекомендувало себе як ефективний механізм залучення інвестицій у інфраструктурні проєкти національного значення у більшості країн світової спільноти. Разом із тим застосування державно-приватного партнерства в агропромисловому комплексі України й досі залишається на вкрай низькому рівні, незважаючи на його привабливість та перспективність.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення на основі досвіду розвинутих країн найбільш привабливих та ефективних форм та моделей державно-приватного партнерства та їх адаптація до вітчизняних умов.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Основна мета державно-приватного партнерства – модернізація економіки країни у цілому й аграрного сектору зокрема в умовах існуючого дефіциту інвестиційних ресурсів, що, власне, і зумовило пошук нових, ефективних та дієвих інструментів і механізмів, інноваційних форм та засобів реалізації інвестиційної діяльності в агропромисловому комплексі в умовах глобалізації й інтеграції.

Державно-приватне партнерство притаманно як розвинутих країнам із метою підвищення ефективності використання державного майна, так і країнам, що розвиваються, у силу обмеження ресурсів для залучення приватного капіталу у розбудову національної економіки.

Окрім того, необхідно відзначити значну роль державно-приватного партнерства в активізації інноваційних процесів та створенні умов розвитку науково-технічного прогресу, підвищенні конкурентоспроможності галузей національної економіки та створенні підґрунтя розвитку соціальної сфери країни для задоволення суспільних потреб.

У рамках здійснення державно-приватного партнерства можуть укладатися договори про концесію, спільну діяльність, управління майном, змішаний договір та ін.

Згідно з класифікацією Світового банку, всі без винятку проєкти державно-приватного партнерства можна умовно розділити на:

- Співробітництво, в основу якого покладено управління й орендні договори між суб'єктами приватного та державного секторів;
- концесії, тобто передача права на будівництво та/або експлуатацію майна на платній основі суб'єкту підприємницької діяльності (зацікавленій юридичній або фізичній особі) з передачею відповідальності за можливі ризики;
- будівництво нових об'єктів.

В основу державно-приватного партнерства має бути закладено принцип взаємної вигоди та взаємної зацікавленості, де приватний інвестор гарантовано буде отримувати свій прибуток, а держава отримує дивіденди у вигляді більш ефективного використання державного майна.

Аналіз розвитку сільських територій дає підстави стверджувати, що держава сьогодні не в змозі в односторонньому порядку сприяти вирішенню проблем, які склалися в аграрному секторі. Така ситуація вимагає налагодженої співпраці між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, сільськогосподарськими товаровиробниками та жителями села в аграрній сфері на засадах публічно-приватного партнерства.

Основними сферами використання державно-приватного партнерства, згідно із Законом України, є [1]:

- різноманітне виробництво, транспортні послуги, постачання тепла та розподіл і постачання природного газу;
- будівництво та/або експлуатація автострад, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури;
- машинобудування;
- збір, очищення та розподілення води;
- охорона здоров'я;
- забезпечення функціонування зрошувальних і осушувальних систем;
- надання соціальних послуг, управління соціальною установою, закладом;
- виробництво та впровадження енергозберігаючих технологій, будівництво та капітальний ремонт житлових будинків;
- надання освітніх послуг та послуг у сфері охорони здоров'я;
- управління пам'ятками архітектури та культурної спадщини [2].

Тим не менше, з огляду на те, що державно-приватне партнерство є історично доведеним фактом ефективного та перспективного вектору економічного і соціального розвитку на всіх рівнях та є оптимальним засобом залучення коштів у необхідні соціальні та економічні проєкти, розвиток цього процесу у нашій країні залишається

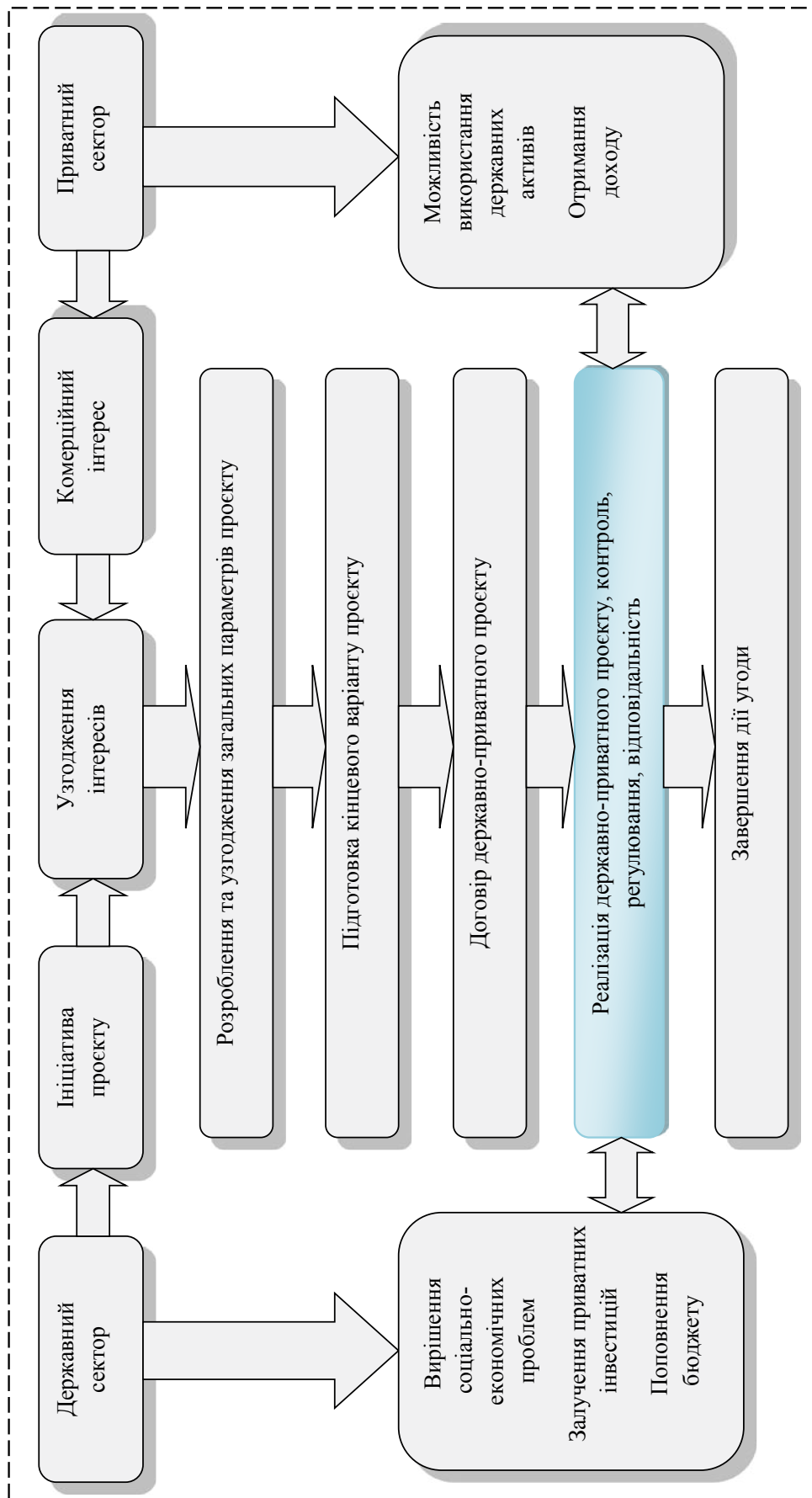


Рис. 1. Загальна схема механізму реалізації державно-приватного партнерства в АПК

вкрай обмеженим та й досі не отримав належного поширення, особливо в аграрному секторі.

Так, за даними центральних та місцевих органів виконавчої влади, в Україні станом на 01.07.2019 на засадах ДПП укладено 186 договорів, з яких реалізується 52 (35 – договорів концесії, 15 – договорів про спільну діяльність, 2 – інші договори), 134 договори не реалізуються (4 договори – закінчено термін дії, 17 – розірвано, 113 – не виконується) [3]. Використовуючи модель державно-приватного партнерства в аграрному секторі економіки, стає можливим вирішення питання відбудови та модернізації виробничої та соціальної інфраструктури, що позитивно позначиться як на розвитку окремих галузей агропромислового комплексу і соціальної сфери, так і на розвитку національної економіки у цілому в умовах турбулентності.

В агропромисловому комплексі найбільш поширеними проектами державно-приватного партнерства, які вже зарекомендували себе як ефективні важелі аграрного сектору, є:

- партнерство з розвитку виробничо-збутових операцій, тобто створення ланцюжків доданої вартості за активної співпраці державного та приватного секторів;

- партнерство з утілення інноваційного складника, тобто співпраця в галузі аграрних досліджень, інновацій та впровадження інноваційних продуктів із метою підвищення ефективності та продуктивності аграрного виробництва і доступу до ринку інноваційних технологій;

- партнерство з розбудови та модернізації об'єктів виробничої та соціальної інфраструктури аграрної сфери, до яких можна віднести вкрай необхідні проекти логістичних систем, об'єкти переробки та зберігання аграрної продукції, об'єкти соціального забезпечення розвитку села (школи, лікарні, дороги тощо), використання меліоративних систем;

- партнерство з розвитку малого та середнього бізнесу, тобто розвиток інформаційних систем, навчання та ін.

Реформування агропромислового комплексу, враховуючи його значимість для національної економіки, де основними складниками є формування продовольчої безпеки та експортні надходження, є чи не найпріоритетнішим вектором стратегічного розвитку країни на найближчу перспективу (рис. 1).

Варто зазначити, що в агропромисловому комплексі під час укладання угоди щодо державно-приватного партнерства одним із ключових елементів є розподіл та чітке визначення функціональних обов'язків кожної зі сторін, а також умов та контролю над їх виконанням.

Обґрунтована та продумана оцінка всіх можливостей і визначення потенціалу кожного із суб'єктів проекту державно-приватного партнерства дасть можливість правильного вибору моделі з метою її ефективної реалізації в умовах реальної економіки.

Цільовим орієнтиром реалізації будь-якого державно-приватного партнерства в агропро-

мисловому комплексі як елементі національної економіки є вдосконалення соціально-економічної системи або суспільного блага з метою задоволення власних та суспільних інтересів.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. В Україні є досить значний потенціал державно-приватного партнерства у сфері дрібного і середнього бізнесу, який, на жаль, сьогодні недостатньо використовується. Накопичена світовим досвідом різноманітність концептуальних підходів, форм, методів і конкретних механізмів державно-приватного партнерства цілком може бути використана під час вирішення низки важливих завдань сучасної агропромислової політики.

Процес консолідації інтересів держави та бізнес-структур у вигляді реалізації проєктів державно-приватного партнерства розпочинається на вищому політичному рівні держави з формуванням національної політики в галузях господарської діяльності, у сфері науки, соціальної сфери, в інноваційній політиці тощо, адже в механізмах державно-приватного партнерства розкривається сутність взаємодії державного регулювання економіки з ринковим саморегулюванням.

Формування ефективної та дієвої ринкової економічної політики в агропромисловому комплексі неможливе без тісної взаємодії приватного бізнесу та держави, результатом якої має стати розвиток та відбудова виробничої та соціальної інфраструктури, активізація інноваційних процесів в аграрному секторі та підвищення ефективності використання державного майна.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Александров І.О. Формування ринкових складових управління якістю навколишнього середовища. *Економіка: реалії часу*. 2012. № 2(3). С. 169–173.
2. Форми взаємодії держави та бізнесу в аграрній сфері України: інституційний аспект : аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1479/> (дата звернення: 05.07.2019).
3. Потеев А.Т., Потеева М.А. Государственно-частное партнерство в практике морских портов Азово-Черноморского бассейна. *Культура народов Причерноморья*. 2012. № 219. С. 76–81.

REFERENCES:

1. Aleksandrov I.O. (2012). Formuvannia rynkovykh skladovykh upravlinnia yakistiu navkolyshnoho seredovyshcha [Formation of market components of environmental quality management]. *Ekonomika: realii chasu*, no. 2(3), pp. 169–173. (in Ukrainian)]
2. The National Institute for Strategic Studies (2019). Forny vzaiemodii derzhavy ta biznesu v ahrarnii sferi Ukrainy : instytutsiinyi aspekt. Analitichna zapyska [Forms of interaction between the state and business in the agrarian sphere of Ukraine: institutional aspect. Analytical note]. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1479> (accessed 05.07.2019). (in Ukrainian)
3. Poteev A.T., Poteeva M.A. (2012). Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo v praktike morskikh portov AzovoChernomorskogo basseina. [Public-private partnership in the practice of seaports of the Azov-Black Sea basin. Culture of the peoples of the Black Sea]. *Kultura narodov Prichernomoria*, no. 219, pp. 76–81. (in Russian)

УДК 330.3:338.5

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-11>

Робул Ю.В.

кандидат фізико-математичних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Robul Yuriy

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Marketing and Business Administration
Odessa I.I. Mechnikov National University

МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА, ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СИСТЕМ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУБ'ЄКТИВНОГО ДОБРОБУТУ

MARKETING POLICY, MARKETING SYSTEMS AND SUBJECTIVE WELL-BEING

АНОТАЦІЯ

У статті досліджується зв'язок маркетингової політики на макро- та мікрорівні і суб'єктивного добробуту (subjective well-being) – категорії, яка є важливою як для зростання ефективності та результативності інноваційного процесу, так і для забезпечення сталого розвитку економічних систем. У межах соціологічної та поведінкової концепцій маркетингу помічається відхід від парадигми «економічної людини» і включення до критеріїв ухвалення купівельних рішень чинників, пов'язаних із системами цінностей. Як в основі цінностей, так і в основі суб'єктивного добробуту лежать потреби людини. Задоволення чи незадоволення потреб впливає як на формування цінностей, так і на відчуття щастя. З іншого боку, колективне прагнення до поліпшення умов життя визначає орієнтацію не тільки на кількісне зростання, а й на зростання якісне. Таким чином, маркетингова політика стає дотичною до зростання якості пропозицій цінності, причому саме у маркетинговому, а не в технічному сенсі, якості споживання, а через неї – якості життя і зростання людського капіталу. У статті проаналізовано модель зв'язку маркетингової політики та суб'єктивного добробуту і зроблено висновки щодо необхідності якісної видозміни маркетингової політики в бік розширення сфери відповідальності маркетингу відповідно до парадигми маркетингу відносин.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова система, суб'єктивний добробут, економіка щастя, соціоекономічна система, цінності.

АННОТАЦИЯ

В статье исследуется связь маркетинговой политики на макро- и микроуровне и субъективного благополучия (subjective well-being) – категории, которая является важной как для роста эффективности и результативности инновационного процесса, так и для обеспечения устойчивого развития экономических систем. В рамках социологической и поведенческой концепций маркетинга замечается отход от парадигмы «экономического человека» и включение критерия принятия покупательских решений факторов, связанных с системами ценностей. Как в основе ценностей, так и в основе субъективного благополучия лежат потребности человека. Удовлетворение или неудовлетворение потребностей влияет как на формирование ценностей, так и на ощущение счастья. С другой стороны, коллективное стремление к улучшению условий жизни определяет ориентацию не только на количественный рост, но также и на рост качественный. Таким образом, маркетинговая политика начинает иметь отношение к росту качества предложенной ценности, причем именно в маркетинговом, а не в техническом смысле, качества потребления, а через нее – качества жизни и увеличение человеческого капитала. В статье проанализирована модель связи маркетинговой политики и субъективного благополучия и сделаны выводы о необходимости качественного видоизменения маркетинговой политики

в сторону расширения сферы ответственности маркетинга в соответствии с парадигмой маркетинга отношений.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая система, субъективное благополучие, экономика счастья, социоекономическая система, ценности.

ANNOTATION

The article addresses the relationship of marketing policies at the macro and micro levels and subjective well-being – a category that is important both for increasing the efficiency and effectiveness of the innovation process, and for ensuring the sustainable development of economic systems. In the framework of sociological and behavioral concepts of marketing, a departure from the paradigm of the “economic person” is observed and inclusion of factors related to value systems in the criteria for making purchasing decisions takes place. Marketing and subjective well-being are supposed to be related due to the common basis of human needs, which are the foundation for values as well as for subjective well-being. Satisfying or dissatisfying needs affects both the formation of values and the feeling of happiness. On the other hand, the collective desire to improve living conditions determines the orientation not only on quantitative development of marketing system, but also on qualitative growth. Thus, the marketing policy becomes tangent to the growth of the quality of value propositions, bearing marketing sense, going much further technical compliance, meaning a necessity for a considerable leap in customer experience and, therefore in collective customer experience, and essentially in the quality of consumption. However, the relations of marketing and subjective well-being are neither simple, nor linear. They are supposed to have many faceted links at different level of socio-economic system and can be traced among other through the notion of human capital. The quality of consumption, determines growth in quality of life and the growth of human capital. The article analyzes the model of the relationship of marketing policy and subjective well-being, which combines marketing strategies, empirical experience, objective to maximize utility, this time including tangible and intangible assets and criteria, and draws conclusions about a place for marketing in promoting well-being through responsible consumption and education, and a need for a dramatic shift in marketing policy in the direction of expanding of its scope in accordance with the relationship marketing paradigm.

Key words: marketing, marketing system, subjective well-being, economy of happiness, socio-economic system, values.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Дослідження економіки щастя є одним із цікавих напрямів економічних досліджень, інтерес до яких поживався в останні десятиліття, що призвело, зокрема, до

появи терміна «економіка щастя». Прагнення добробуту і щастя є важливим чинником, що визначає поведінку людини, у тому числі й економічну, пов'язану з розвитком особистих креативних здібностей, виробництвом інновацій, результативністю та ефективністю праці [1–3].

Економіка щастя оцінює суб'єктивний, індивідуальний добробут через комбінацію економічних та психологічних категорій, широко спираючись на поняття корисності. Дослідження з економіки щастя переважно зосереджені на вивченні чинників, відмінних від доходу, що впливають на добробут [4]. Вони добре підходять для визначення тих складників, де існує або може існувати чітка кореляція добробуту з кількісними індикаторами, такими як рівень інфляції, безробіття та нерівність. Проте фокусування лише на доході ризикує пропустити важливі елементи добробуту через те, наприклад, що різні люди по-різному визначають баланс переваг, створюваних матеріальними та нематеріальними цінностями. Наприклад, вони можуть вибрати менш оплачувану, але більш цікаву для себе роботу, або менш зручний, але більш екологічний продукт, тим не менше прагнучи до максимізації корисності у класичному сенсі Вальраса. Дослідження економіки щастя та визначення суб'єктивного добробуту є також важливими для забезпечення сталого розвитку, яке ґрунтується, серед іншого, на свідомому та відповідальному споживанні, яке неможливе без самостійно визначеної цільової поведінкової установки на суб'єктивний добробут і щастя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Суб'єктивне відчуття добробуту формується під впливом наявності можливості до споживання, якості пропозиції цінності, наявності вибору та постійної доступності бажаного [5]. Цілком імовірно також, що це відчуття знаходиться під впливом обсягу, якості та змісту інформації, яка циркулює у соціоекономічній системі, яка значною мірою формується під впливом маркетингових комунікацій [6; 7]. Слід відзначити, що класичний маркетинг, реалізовуваний через комплекс 4P маркетинг-менеджменту не дає змоги належною мірою врахувати нематеріальний компонент корисності, пов'язуваний із відчуттям суб'єктивного добробуту та щастя, зокрема через обмеженість пропонованих інструментів донесення цінності та недостатню увагу до процесу взаємодії зі споживачами та більш широкою аудиторією [8–11].

Таки чином, у зв'язку з дослідженнями суб'єктивного добробуту в межах економіки щастя відкривається ціле поле дослідницьких питань, які досі не знайшли свого вирішення, зокрема визначення механізму та ступеню впливу маркетингової політики на суб'єктивне благополуччя особи і переформатування маркетингової політики для кращого прилаштування до потреби створення й зміцнення відчуття

суб'єктивного добробуту і щастя. На сучасному етапі розвитку цивілізації відчуття добробуту, щастя та задоволення життям зазнає змін. Соціологи та психологи наголошують на тому, що важливу роль у цьому відіграють соціокультурні процеси, що відбуваються в усьому світі й у кожній країні зокрема. Це знайшло своє відображення у соціологічній та психологічній теоріях маркетингу, наприклад [12–14]. Збільшення кількості населення, високий рівень урбанізації, загострення екологічних проблем, глобальні процеси, безумовно, здійснюють чималий вплив на задоволення життям [15; 16].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає у тому, щоб визначити основні маркетингові інструменти, які мають вплив на суб'єктивне благополуччя особи, й те, у який спосіб маркетингова політика здійснює вплив на добробут через розвиток соціоекономічної системи у цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Більшість сучасних теорій цінностей так чи інакше вказує на зв'язок цінностей та відчуття щастя і задоволеності життям. Можна виділити декілька ключових ідей, які пов'язують ціннісні пріоритети та суб'єктивне благополуччя.

Як в основі цінностей, так і в основі суб'єктивного добробуту лежать потреби людини. Задоволення чи незадоволення потреб впливає як на формування цінностей, так і на відчуття щастя.

У нинішніх умовах велике значення мають принципи управління суспільством, які забезпечують пошук шляхів якісного поліпшення життєвих умов людини. Таким чином, прагнення до поліпшення умов життя спонукає суспільство орієнтуватися не стільки на кількісне економічне зростання, скільки на зростання якісне. Головною рисою економіки під впливом глобалізації стане конкуренція між країнами за якість життя, яка забезпечує формування та розвиток людського капіталу та визначає позиції країни на міжнародній арені.

За структурними складниками людського капіталу можна характеризувати і окремого індивіда, і соціальну групу, і соціоекономічну систему в цілому. Показники, які стосуються матеріального та духовного боків розвитку індивіда або суспільства, утворюють непорушну єдність. Досвід засвідчує, що було б невірно на шкоду одній недооцінювати або переоцінювати значення іншої, що має дуже велике значення для визначення місця держави у світовому просторі, її ролі у розподілі праці та конкурентоспроможності.

Суб'єктивний добробут споживачів не є тожним задоволенню споживчих потреб, хоча ці два поняття схожі та близькі. Суб'єктивний добробут відображає загальне відчуття задоволення в житті, тоді як споживче задоволення стосується тільки споживання. Задоволеність

споживачів оцінює фактичні результати порівняно з очікуваннями, які, як правило, орієнтовані на певну частину досвіду протягом кількох проміжків часу. Розчарування – це також порівняння, але воно протиставляє вибраний варіант із минулими варіантами. Споживче щастя – це резюме змінних, де важливим є досвід у сфері споживання і де, таким чином, інтегрується задоволеність та розчарування у зв'язку з позитивним і негативним афективним досвідом.

Модель зв'язку маркетингової політики та суб'єктивного добробуту повинна містити, з одного боку, маркетингові стратегії, які під впливом емпіричного досвіду та прагнення максимізувати корисність призводять до збільшення або зменшення суб'єктивного добробуту. Схематично таку модель наведено на рис. 1.

Взаємовідносини 1 та 2 є основними відносинами, які стосуються створення відчуття суб'єктивного добробуту. Маркетингові стратегії визначають те, як створюються пропозиції цінності й як відбувається оцінка споживачами їхніх купівельних можливостей.

Наприклад, стратегії розподілу впливають на безпосередню доступність товарів і створення нових каналів, таких як Інтернет–торгівля, що підвищує зручність, доступність і загалом поліпшує досвід покупки. Маркетингові стратегії будуть впливати на суб'єктивний добробут тих, хто бачить споживчий досвід важливою частиною життя.

Зв'язок 3 відбиває придбання товарів та послуг під впливом емпіричного досвіду. Цей досвід формується попереднім досвідом індивіда, інформацією про досвід, одержаний іншими людьми з кола (мережі) спілкування даного індивіда, а також, що важливо у нашому контексті, під впливом колективного знання, яке набуває форму чуток. Це придбання товарів та послуг знаходиться під сильним впливом домінуючих соціальних цінностей, таких, наприклад, як у моделі культурних цінностей Хофстеде [18]. Стереотипні очікування корисності залежать від специфічної взаємодії культурних

цінностей та сукупності маркетингових зусиль, яким споживачі та широка публіка надали свою оцінку. Цей зв'язок віддзеркалює також узвичаєні паттерни поведінки, оцінки та ухвалення рішень як щодо покупок, так і щодо створення пропозиції цінності. Зв'язок 4 показує споживання, здійснюване під впливом прагнення отримати максимальну корисність і відбиває прагнення «економічної людини». Зв'язок 7 показує товари, які купляються не на основі емпіричного досвіду, а у сподіванні отримати такий позитивний емпіричний досвід. Наприклад, придбання подорожей може мати помітний безпосередній вплив на суб'єктивне відчуття добробуту ще до того, як споживчий досвід, власне, склався, оскільки сам факт придбання такого товару визнається ознакою добробуту.

Зв'язок 4 також показує, що тенденції максимізації можуть мати вплив на відчуття добробуту, причому цей вплив не є однозначним. З одного боку, високий рівень споживання може сприйматися як ознака добробуту, проте люди, що прагнуть максимуму, можуть бути менш задоволені своїм покупками. Зв'язок 6 відбиває очікування людей по відношенню до покупок і спрямовують їх до стратегії максимізації, коли їх очікування посилюються. Наявність зв'язку 6 може бути емпірично підтверджена роздрібною онлайн-торгівлею (зниження витрат на пошуки призводять до максимізації) чи надання вибору або за допомогою інших засобів, які знижують витрати на пошуки та впливу очікування [17].

Маркетингова діяльність може мати істотний вплив на суб'єктивний добробут. Наприклад, інвестиції в поліпшення мереж дистрибуції створюють значний потенціал для створення корисності місця і часу й, отже, можуть створити додану цінність та підвищити якість життя. Високий рівень життя не може бути забезпечений без розвитку маркетингових обмінів і, відповідно, без системи розподілу [19; 20]. Реклама може мати позитивний ефект за рахунок збільшення інформації на ринку, також може спостерігатися і негативний ефект через дратівли-

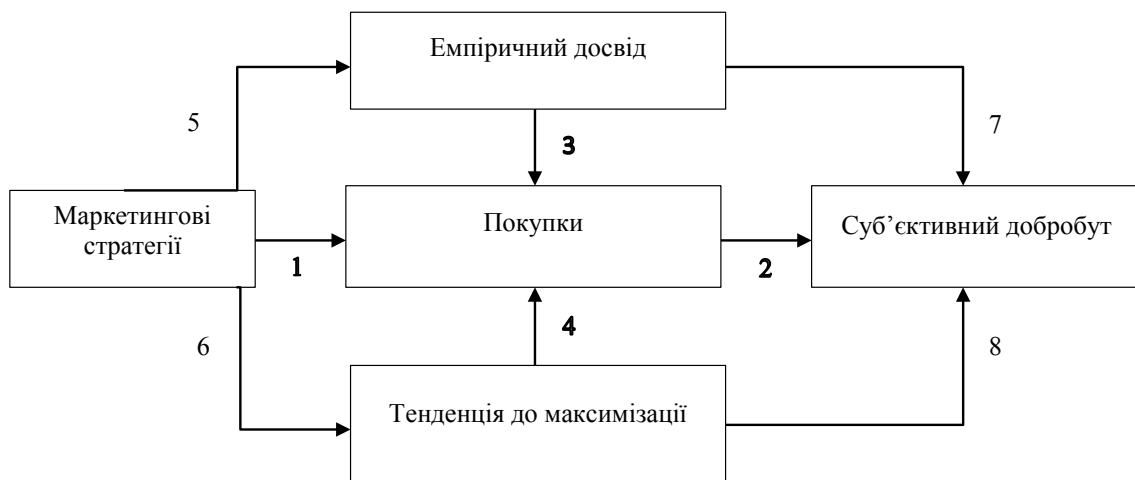


Рис. 1. Модель зв'язку маркетингової політики та суб'єктивного добробуту [17]

вий або повторюваний характер реклами. Окрім того, якщо в організаціях використовують недоброчесну практику для стимулювання попиту, то маркетингові комунікації можуть посилити певні негативні стереотипи і створити дисфункціональні культурні цінності, маркетингові комунікації можуть вступати в конфлікт із досягненням очікуваного високого рівня добробуту.

Багатомірний аналіз зв'язку маркетингу та суб'єктивного добробуту показує відсутність щільного зв'язку між маркетинговою політикою та добробутом [5]. Активне застосування маркетингової політики значною кількістю акторів ринку не призводить, звичайно, до автоматичного підвищення суб'єктивного відчуття добробуту на національному рівні через декілька причин. По-перше, ефект маркетингової діяльності сприймається набагато менш очевидним порівняно з іншими, наприклад вплив здоров'я чи безпеки довкілля на якість життя. По-друге, існують значні групи споживачів, яким не подобається розвиток бізнесу в цілому; ці споживачі набагато частіше зауважують на негативні соціальні наслідки чи недоброчесність, які асоціюються з маркетинговою діяльністю. Таке ставлення може нівелювати позитивні результати, що маркетингова практика доводить до суспільства.

Підвищення значимості маркетингової політики для зростання суб'єктивного добробуту потребує переоцінки маркетингової політики та розширення сфери її відповідальності.

Роль маркетингу у розвитку соціоекономічних систем можна розглядати як роль агента соціальних змін. Таким чином, суб'єктивний добробут може бути підвищений за рахунок збільшення взаємозалежності та координації маркетингу з іншими соціальними інституціями. Наприклад, маркетинг може відігравати ключову роль у розробленні, просуванні та доставці маркетингових програм для досягнення високих стандартів добробуту. У цьому разі маркетингова політика буде підтримувати підприємницьку діяльність, яка підвищить якість життя.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. На підставі проведеного аналізу можна зробити такі висновки.

Вплив маркетингової політики на суб'єктивний добробут є складним і здійснюється на двох рівнях: на рівні взаємодії окремої організації з її публікою і через створення стереотипних паттернів маркетингової політики, які продукують, своєю чергою, стереотипні моделі поведінки й ставлення споживачів. Використання у великій кількості одних і тих самих маркетингових інструментів, наприклад розширення мереж дистрибуції, або активне використання онлайн-торгівлі сприяє розвитку всієї соціоекономічної системи через розширення інфраструктури та набуття споживачами корисних звичок, які дають змогу поліпшити ефективність функціонування усієї маркетингової системи.

Позитивний досвід споживання, який прищеплює маркетингова політика, може бути нівельований через негативне ставлення до зловживання окремими маркетинговими інструментами, наприклад із маркетингових комунікацій чи ціноутворення, орієнтованого на психологію. Через це внесок маркетингу у розвиток соціоекономічної системи і підвищення добробуту споживачів вимагає переосмислення його призначення, розширення сфери відповідальності, як, наприклад, це пропонується у холістичній концепції маркетингу та обережного, а разом із тим і всебічного використання інструментів взаємодії, як це передбачається у маркетингу взаємовідносин.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Frey B.S., Stutzer A. Happiness, economy and institutions. *The Economic Journal*. 1999. № 110(466). P. 918–938.
2. Frey B.S., Stutzer A. Maximising happiness? *German Economic Review*. 2000. № 1(2). P. 145–167.
3. Kotler P., Zaltman G. Social marketing: an approach to planned social change. *Journal of Marketing*. 1971. № 35(7). P. 3–12.
4. Aronczyk M. Confidence game: Marketing well-being in economical surveys. *European Journal Of Cultural Studies*. 2014. № 17(3). P. 244–257.
5. Pan Y., Zinkhan G.M., Sheng S. The Subjective Well-Being of Nations: A Role for Marketing. *Journal of Macromarketing*. 2007. № 27(4). P. 360–369.
6. Ambler T., Roberts J. Beware the silver metric: marketing performance measurement has to be multidimensional. London : London Business School, 2005. P. 113.
7. Mota G.L. and Pereira P.T. Happiness, Economic Well-being, Social Capital and the Quality of Institutions. *Technical University of Lisbon Working Papers*. 2008. P. 1–27.
8. Barile S., Polese F. Service Dominant Logic and Service Science: a contribute deriving from network theories. The 2009 Naples Forum on Service: Service-Dominant Logic, Service Science, and Network Theory. 2009. P. 1–18.
9. Gummesson E. Extending the service-dominant logic: from customer centricity to balanced centricity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2007. № 36(1). P. 15–17.
10. Gummesson E. Exit services marketing-enter service marketing. *Journal of Customer Behaviour*. 2007. № 6(2). P. 113–141.
11. Gummesson E., Lusch R.F., Vargo S.L. Transitioning from service management to service-dominant logic: Observations and recommendations. *International Journal of Quality and Service Sciences*. 2010. № 2(1). P. 8–22.
12. Rossiter J.R., Foxhall G.R. Hull-Spence Behavior Theory as a paradigm for consumer behavior. *Marketing Theory*. 2008. № 8(2). P. 123.
13. Baker M.J. Marketing: Theory and practice. 1995: Macmillan International Higher Education. 447 p.
14. Baker W.E., Sinkula J.M. Market Orientation and the New Product Paradox. *Journal of Product Innovation Management*. 2005. № 22(6). P. 483–502.
15. Dolan P. The Sustainability of «Sustainable Consumption». *Journal of Macromarketing*. 2002. № 22(2). P. 170.
16. Frame B., Newton B. Promoting Sustainability Through Social Marketing: Examples From New Zealand. *International Journal of Consumer Studies*. 2007. № 31(6). P. 571–581.

17. Ahuvia, A.C., Friedman, D.C. Income, consumption, and subjective well-being: Toward a composite macromarketing model. *Journal of macromarketing*, 1998. 18(2). p. 153–168.
18. Hofstede G.H., Hofstede G.J., Minkov M. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. Third edition ed. 2010: McGraw-Hill Professional. 576 p.
19. Layton R.A. On Economic Growth, Marketing Systems, and the Quality of Life. *Journal of Macromarketing*. 2009. № 29(4). P. 349–362.
20. Layton R.A. Marketing Systems – A Core Macromarketing Concept. *Journal of Macromarketing*. 2007. № 27(3). P. 227–242.

REFERENCES:

1. Frey, B.S. and A. Stutzer, *Happiness, economy and institutions*. The Economic Journal, 1999. 110(466): p. 918–938.
2. Frey, B.S. and A. Stutzer, *Maximising happiness?* German Economic Review, 2000. 1(2): p. 145–167.
3. Kotler, P. and G. Zaltman, *Social marketing: an approach to planned social change*. Journal of Marketing, 1971. 35(7): p. 3–12.
4. Aronczyk, M., *Confidence game: Marketing well-being in economical surveys*. European Journal Of Cultural Studies, 2014. 17(3): p. 244–257.
5. Pan, Y., G.M. Zinkhan, and S. Sheng, *The Subjective Well-Being of Nations: A Role for Marketing* Journal of Macromarketing, 2007. 27(4): p. 360–369.
6. Ambler, T. and J. Roberts, *Beware the silver metric: marketing performance measurement has to be multidimensional*. 2005, London Business School. London, p. 113.
7. Mota, G.L. and P.T. Pereira. *Happiness, Economic Well-being, Social Capital and the Quality of Institutions*. Technical University of Lisbon Working Papers, 2008: p. 1–27.
8. Barile, S. and F. Polese, *Service Dominant Logic and Service Science: a contribute deriving from network theories*, in *The 2009 Naples Forum on Service: Service-Dominant Logic, Service Science, and Network Theory*. 2009. p. 1–18.
9. Gummesson, E., *Extending the service-dominant logic: from customer centricity to balanced centricity*. Journal of the Academy of Marketing Science, 2007. 36(1): p. 15–17.
10. Gummesson, E., *Exit services marketing-enter service marketing*. Journal of Customer Behaviour, 2007. 6(2): p. 113–141.
11. Gummesson, E., R.F. Lusch, and S.L. Vargo, *Transitioning from service management to service-dominant logic: Observations and recommendations*. International Journal of Quality and Service Sciences, 2010. 2(1): p. 8–22.
12. Rossiter, J.R. and G.R. Foxhall, *Hull-Spence Behavior Theory as a paradigm for consumer behavior*. Marketing Theory, 2008. 8(2): p. 123.
13. Baker, M.J., *Marketing: Theory and practice*. 1995: Macmillan International Higher Education. 447.
14. Baker, W.E. and J.M. Sinkula, *Market Orientation and the New Product Paradox*. Journal of Product Innovation Management, 2005. 22(6): p. 483–502.
15. Dolan, P., *The Sustainability of “Sustainable Consumption”*. Journal of Macromarketing, 2002. 22(2): p. 170.
16. Frame, B. and B. Newton, *Promoting Sustainability Through Social Marketing: Examples From New Zealand*. International Journal of Consumer Studies, 2007. 31(6): p. 571–581.
17. Ahuvia, A.C. and D.C. Friedman, *Income, consumption, and subjective well-being: Toward a composite macromarketing model*. Journal of macromarketing, 1998. 18(2): p. 153–168.
18. Hofstede, G.H., G.J. Hofstede, and M. Minkov, *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. Third edition ed. 2010: McGraw-Hill Professional. 1–576.
19. Layton, R.A., *On Economic Growth, Marketing Systems, and the Quality of Life*. Journal of Macromarketing, 2009. 29(4): p. 349–362.
20. Layton, R.A., *Marketing Systems - A Core Macromarketing Concept*. Journal of Macromarketing, 2007. 27(3): p. 227–242.

УДК 342.9:339.543.027.2

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-12>**Руда Т.В.***кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник
відділу дослідження митних зобов'язань
НДЦ МС НДІФП УДФСУ***Артеменко А.В.***начальник Управління організації митного контролю
та оформлення Одеської митниці ДФС***Ruda Tatiana***Candidate of Science (Economics), Senior Researcher,
Department of Research of Customs Obligations, NDC MS NDIFP UDFSU***Artemenko Andriy***Head of the Management of organization custom control
and registration Odesa custom of DFS*

РОЗРОБЛЕННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ З ПИТАНЬ ЗДІЙСНЕННЯ КОНТРОЛЮ НАД ПЕРЕМІЩЕННЯМ МОРСЬКИХ КОНТЕЙНЕРІВ ТА ДОДАТКОВОГО ОБЛАДНАННЯ ДО НИХ ЧЕРЕЗ МИТНИЙ КОРДОН УКРАЇНИ

DEVELOPMENT OF SOFTWARE ON CONTROLS ON THE MOVEMENT OF MARITIME CONTAINERS AND ACCESSORIES TO THEM THROUGH CUSTOMS

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено дослідженню основних аспектів розроблення програмного забезпечення з питань здійснення контролю над переміщенням морських контейнерів та додаткового обладнання до них. Оскільки сьогодні у Програмно-інформаційному комплексі «Інспектор» відсутній модуль, який давав би змогу здійснювати автоматизований контроль над переміщенням морських контейнерів, надзвичайно актуальним є напрацювання пропозицій щодо його розроблення й імплементації у практичну діяльність митниць. Особливу увагу акцентовано на структурному наповненні спеціалізованого модуля та параметрах здійснення митного контролю над переміщенням морських контейнерів. Основні положення даного дослідження можуть бути використані для напрацювання технічної супровідної документації з метою імплементації програмного модуля у практичну діяльність митниць.

Ключові слова: контейнер, морський контейнер, режим тимчасового ввезення, контейнерні перевезення, програмне забезпечення з питань здійснення контролю над переміщенням морських контейнерів та додаткового обладнання до них через митний кордон України.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию основных аспектов разработки программного обеспечения по вопросам осуществления контроля над перемещением морских контейнеров и дополнительного оборудования к ним. Поскольку на сегодняшний день в ПИК «Инспектор» отсутствует модуль, который давал бы возможность осуществлять автоматизированный контроль над перемещением морских контейнеров, чрезвычайно актуальной является разработка предложений по его разработке и имплементации в практическую деятельность таможен. Особое внимание акцентируется на структурном наполнении специализированного модуля и параметрах осуществления таможенного контроля над перемещением морских контейнеров. Основные положения данного исследования могут быть использованы для разработки технической сопроводительной документации с целью

имплементации программного модуля в практическую деятельность таможен.

Ключевые слова: контейнер, морской контейнер, режим временного ввоза, контейнерные перевозки, программное обеспечение по вопросам осуществления контроля над перемещением морских контейнеров и дополнительного оборудования к ним через таможенную границу Украины.

ANNOTATION

The article is devoted to the study of the main aspects of software development for the control of the movement of offshore containers and accessories. Considering the above, in order to automate the procedures of customs control and customs clearance of goods at border crossing points for maritime communication, the most effective implementation of the full module «Maritime Checkpoint» of the Automated Customs Clearance System «Inspector» is the most effective today. Part of the aforementioned issue is solved with the help of the port community information system implemented in ports, which is characterized by significant imperfection. However, it should be noted that at present, customs control and customs clearance processes at ports are not effective enough, including because customs officials are forced to simultaneously work with several software complexes, which often involve duplication of the same data. Therefore, the possibility of effective control of the temporary importation of containers and additional equipment to them in such conditions is not discussed at all. Because of this, a large number of containers and their equipment, which were temporarily imported and had to be removed after the completion of transport operations, remain in the territory of Ukraine without payment of customs duties and are used for various economic purposes. Considering the above, in order to automate the procedures of customs control and customs clearance of goods at the border crossing points for maritime traffic, the most effective implementation of the fully completed module «Maritime Checkpoint» of the Automated Customs Clearance System «Inspector» is the most effective today. As of today, there is no module in the Inspectorate SIC that would allow for automated control over the movement of offshore containers, it is extremely

important to develop proposals for its development and implementation in customs. Special attention is paid to the structural filling of the specialized module and the parameters of customs control over the movement of offshore containers. The main points of this study can be used to develop technical supporting documentation in order to implement the software module into the practical activities of customs.

Key words: container, sea container, temporary importation mode, container transportation, software for control of movement of sea containers and additional equipment to them across the customs border of Ukraine.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Активні інтеграційні процеси України у світову економічну систему, що супроводжуються посиленням глобалізації, актуалізують питання підвищення рівня безпеки держави шляхом сприяння ефективізації здійснення державної митної справи. Захист економічних інтересів України набуває спрямованості на застосування сучасних інструментів здійснення митного контролю та митного оформлення, котрі зорієнтовані не лише на посилення безпеки держави, а й на створення сприятливих умов для збільшення товарообігу шляхом спрощення та прискорення митних процедур завдяки їх автоматизації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Досліджувана тематика носить досить вузьке прикладне спрямування, а тому в літературних джерелах репрезентована не повною мірою. Серед наукових досліджень, присвячених здійсненню контролю над переміщенням морських контейнерів через митний кордон, доцільно виділити праці таких науковців та фахівців-практиків, як А.В. Артеменко [1–3], Ю.О. Коновалов [4], В.В. Слободян [5], Т.В. Руда [6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Сьогодні залишається ще багато невирішених питань, що стосуються особливостей переміщення морських контейнерів та додаткового обладнання до них, автоматизації контролю над цим процесом та унормування регламентації зазначених питань у вітчизняній нормативно-правовій базі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). З огляду на актуальність проблеми дослідження, основна мета статті полягає у напрацюванні пропозицій щодо програмного забезпечення з питань здійснення контролю над переміщенням морських контейнерів та додаткового обладнання до них через митний кордон України.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Надзвичайно гострою сьогодні проблема автоматизації митного контролю над переміщенням морських контейнерів та додаткового обладнання до них є для пунктів пропуску, розташованих на території морських

портів, через які здійснюється перевезення товарів у контейнерах або ж і власне порожніх контейнерів.

Частково окреслені питання вирішуються шляхом застосування інформаційної системи портового співтовариства (далі – ІСПС), досвід роботи якої в морських портах пов'язаний із частковою автоматизацією процедур митного контролю та митного оформлення водних транспортних засобів і товарів, що переміщуються ними, характеризується й низкою негативних аспектів, зокрема:

- її розробником та популяризатором є приватна компанія «ТОВ «ППЛ 33-35», яка за допомогою державного підприємства «Адміністрація морських портів України» (далі – АМПУ) змушує до користування її послуги усіх учасників митних правовідносин у портах;

- ІСПС за своєю суттю є інформаційною базою, що накопичує інформацію, яка з погляду державних органів є інформацією з обмеженим доступом, а з погляду підприємців – комерційною таємницею (при цьому ця інформація зосереджена в руках приватної компанії «ТОВ «ППЛ 33-35»), яка може мати несанкціоновані витоки;

- АМПУ шляхом імплементації у практичну діяльність ІСПС намагається своїми наказами (які не зареєстровані в Міністерстві юстиції України і не є частиною законодавства) встановлювати обмеження для функціоналу митниці в частині здійснення фізичного контролю водних транспортних засобів і товарів, що переміщуються ними.

Аналізуючи практику здійснення митного контролю та митного оформлення в портах, варто зазначити, що вона є недостатньо ефективною, що значною мірою зумовлено й тим, що посадові особи митниці вимушені одночасно працювати з декількома програмними комплексами (та вносити до кожного з них інформацію, що частково дублюється), а саме з:

- Єдиною автоматизованою інформаційною системою ДФС (ЄАІС);

- вебпорталом «Єдине вікно для міжнародної торгівлі»;

- ІСПС;

- Журналом обліку контейнерів (так званий «Червоний контейнер»), що застосовується Одеською митницею ДФС і є її власним напрацюванням.

Це, своєю чергою, не дає змоги повноцінно застосовувати АСАУР та не створює передумов для повноцінного доступу посадових осіб митниці призначення до відомостей про товари та товаросупровідні документи на них, які надавалися морськими агентами, експедиторами та декларантами в портах.

За таких умов можливостей для ефективного контролю над тимчасовим увезенням контейнерів та додаткового обладнання до них просто немає.

Саме через це значна кількість контейнерів та додаткового обладнання до них, які ввозили-

ся на територію України в режимі тимчасового ввезення, після його завершення залишається на митній території без сплати митних платежів та використовуються в різноманітних господарських цілях.

Беручи до уваги вищевикладене, з метою автоматизації процедур митного контролю та митного оформлення товарів у пунктах пропуску для морського сполучення найефективнішим сьогодні є впровадження повноцінного модуля «Морський пункт пропуску» Автоматизованої системи митного оформлення «Інспектор», який:

- охоплює всі процеси митного контролю та митного оформлення як на митних кордонах (починаючи з надання попередньої інформації морськими агентами стосовно вмісту кожного контейнера), так і всередині країни (закінчуючи митним оформленням товарів у режим імпорту), надаючи можливість на кожному етапі співставити інформацію про вміст контейнера, надану декларантом, з інформацією, що надавалася на попередньому етапі;

- завдяки інтегрованому в нього АСАУР дає змогу створювати профілі ризику будь-якої складності з використанням такого інноваційного підходу, як алгоритми нечіткої логіки й обліку позитивної та негативної історій попередніх митних оформлень;

- створює передумови для повноцінного запровадження інформаційного обміну між органами доходів і зборів, іншими державними органами та підприємствами за принципом «єдиного вікна» (Постанова Кабінету Міністрів України від 25.05.2016 № 364 (у редакції Постанови Кабінету Міністрів України від 22.11.2017 № 878)) під час переміщення товарів через митний кордон України водним транспортом.

Технічне завдання на створення модулю «Морський пункт пропуску» Автоматизованої системи митного оформлення «Інспектор» було підготовлено робочою групою у складі фахівців департаментів управління організації митного контролю й інформаційних технологій ДФС України та Одеської і Донецької митниць ДФС у березні 2018 р.

Після його впровадження в життя з'явиться можливість створити цілісну систему контролю тимчасового ввезення контейнерів та додаткового обладнання до них.

Така система об'єднуватиме інформацію про контейнери та додаткове обладнання до них, увезені на митну територію України будь-якими видами транспорту, з інформацією про вивезення контейнерів за межі України.

Таким чином, митниці в зоні діяльності яких контейнери тимчасово ввозилися на територію України, матимуть актуальну інформацію про терміни їх перебування на території держави, їх вивезення/невивезення, що, своєю чергою, дасть можливість своєчасно реагувати на можливі порушення законодавства з питань державної митної справи.

Із вищезазначеною метою в Автоматизованій системі митного оформлення «Інспектор» має бути створений спеціалізований модуль із контролю над тимчасовим увезенням контейнерів та додаткового обладнання до них, що включатиме такі блоки інформації:

I блок – «Облік прибуття контейнерів»;

II блок – «Облік вибуття контейнерів»;

III блок – «Заходи з дотримання умов митного режиму тимчасового ввезення».

Перший блок передбачає акумуляцію та опрацювання інформації щодо контейнера, а саме:

- зазначення митниці, що прийняла контейнер;
- тип контейнера;
- номерний знак контейнера;
- дата прибуття контейнера;
- інформація про транспортний засіб, яким увезено контейнер;

- назва лінії;
- лінійний агент;
- номер коносаменту;
- завантажений чи порожній контейнер;
- наявність додаткового обладнання;
- опис додаткового обладнання;
- особа, відповідальна за тимчасове ввезення контейнера.

За умови ввезення контейнера морським судном інформація щодо контейнера подається агентською організацією (морським агентом), а у разі транспортування іншими видами транспорту формується посадовою особою митниці.

У другому блоці наводиться інформація про: митницю, в зоні діяльності якої вибув контейнер;

- тип контейнера;
- номерний знак контейнера;
- завантажений чи порожній контейнер;
- транспортний засіб, що здійснює вивезення контейнера;
- дату та час вивезення контейнера;
- наявність додаткового обладнання;
- опис додаткового обладнання.

На третьому етапі подається інформація щодо вжиття додаткових заходів із дотримання умов режиму тимчасового ввезення, якщо такі було вжито.

Першим блоком – облік прибуття контейнерів – передбачається подання інформації про контейнери, що поміщені у митний режим тимчасового ввезення. Інформація та формат її подання наведено в табл. 1.

Інформація надається агентською організацією (морським агентом) ДФС із застосуванням мережі Інтернет, автоматично перевіряється на відповідність установленим структурі й формату та розміщується в ЄАІС, вноситься до ПІК і частково дублюється (переноситься у наступний блок модуля).

Другий блок – облік вибуття контейнерів – передбачає інформацію про вибуття контейнерів.

Третій блок – заходи з дотримання умов митного режиму тимчасового ввезення – передбачає формування інформації про заходи, вжиті

Таблиця 1

Інформація про контейнери та формат її подання

Інформація	Формат подання	Кількість символів	Обов'язковість подання інформації
Митниця, що прийняла контейнер	строка	велика	обов'язкова
Тип контейнера	строка	3 символи	обов'язкова
Номерний знак контейнера	строка	11 символів	обов'язкова
Дата прибуття	дата , час	дата, час	обов'язкова
Номер/назва транспортного засобу	строка	велика	обов'язкова
Назва лінії (у разі ввезення водним транспортом)	строка	велика	обов'язкова
Лінійний агент (у разі ввезення водним транспортом)	строка	велика	обов'язкова
Номер коносаменту (у разі ввезення водним транспортом)	строка	велика	обов'язкова
Завантажений чи порожній контейнер так/ні (1/0)	код	1 символ	обов'язкова
Наявність додаткового обладнання так/ні (1/0)	код	1 символ	обов'язкова
Опис додаткового обладнання	строка	велика	обов'язкова
Особа, відповідальна за режим тимчасового ввезення	строка	велика	обов'язкова

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 2

Інформація щодо обліку вибуття контейнерів

Інформація	Формат подання	Кількість символів	Обов'язковість подання інформації
Митниця, що прийняла контейнер	строка	велика	обов'язкова
Тип контейнера	строка	3 символи	обов'язкова
Номерний знак контейнера	строка	11 символів	обов'язкова
Завантажений чи порожній контейнер так/ні (1/0)	код	1 символ	обов'язкова
Номер/назва транспортного засобу	строка	велика	обов'язкова
Дата випуску (вибуття) контейнера	дата	дата, час	обов'язкова
Наявність додаткового обладнання так/ні (1/0)	код	1 символ	обов'язкова
Опис додаткового обладнання	строка	велика	обов'язкова

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 3

Інформація щодо обліку вибуття контейнерів

Інформація	Формат подання	Кількість символів	Обов'язковість подання інформації
Митниця, якою вживались заходи	строка	велика	обов'язкова
Тип контейнера	строка	3 символи	обов'язкова
Номерний знак контейнера	строка	11 символів	обов'язкова
Наявність додаткового обладнання так/ні (1/0)	код	1 символ	обов'язкова
Опис додаткового обладнання	строка	велика	обов'язкова
Опис заходів, що вживалися	строка	велика	обов'язкова
Реквізити протоколу про ПМП	строка	велика	не обов'язкова

Джерело: розроблено авторами

митними органами щодо контейнерів та/або додаткового обладнання до них, у разі недотримання вимог режиму їх тимчасового ввезення.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, розроблення й практичне впровадження спеціалізованого програмного модуля «Електронний журнал обліку контейнерів» на базі ПК «Інспектор» дасть змогу реалізувати інформаційний складник механізму митного контролю над тимчасовим увезенням морських контейнерів та додаткового обладнання до них і, як наслідок, сприятиме дотриманню вітчизняного законодавства з питань реалізації митного режиму тимчасового ввезення за

рахунок комплексного відстеження переміщення контейнерів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Артеменко А.В. Актуальні питання захисту економічних інтересів держави під час перевезень товарів у контейнерах. *Сучасні проблеми та перспективи розвитку міжнародних економічних відносин і світового господарства* : матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Хмельницький-Сатанів, 19-20 квітня 2019 р. Хмельницький-Сатанів, 2019. С. 5–10.
2. Артеменко А.В. Правові аспекти врегулювання питань ввезення додаткового обладнання до морських контейнерів в Україні. *Актуальні проблеми забезпечення національної*

- безпеки та спрощення процедур міжнародної торгівлі* : збірник тез доповідей, м. Ірпінь-Хмельницький, 17-24 травня 2019 р. Ірпінь-Хмельницький, 2019. С. 55–59.
3. Руда Т.В., Артеменко А.В. Особливості здійснення контейнерних перевезень з урахуванням положень Конвенції про тимчасове ввезення. *Фіскальна політика в умовах макроекономічної стабілізації* : збірник матеріалів науково-практичного Інтернет-семінару, м. Ірпінь, 25 лютого – 7 березня 2019 р. Ірпінь, 2019. С. 65–69.
 4. Коновалов Ю.О. Зарубіжний досвід впровадження автоматизації процедур здійснення контролю за переміщенням морських контейнерів та додаткового обладнання до них. *Протидія мінімізації сплати податків: світовий досвід та практика України* : збірник тез науково-практичного круглого столу, м. Ірпінь, 16-17 травня 2019 р. Ірпінь, 2019. С. 48–52.
 5. Слободян В.В. Розвиток контейнерних перевезень в умовах євроінтеграції України. Актуальні проблеми забезпечення національної безпеки та спрощення процедур міжнародної торгівлі : збірник тез доповідей, м. Ірпінь – м. Хмельницький, 17-24 травня 2019 р. Ірпінь ; Хмельницький, 2019. С. 39–44.
 6. Руда Т.В. Нормативно-правове забезпечення здійснення контролю над переміщенням морських контейнерів та додаткового обладнання до них через митний кордон. *Сталій розвиток економіки*. 2019. № 2(49). С. 40–47.
 2. Artemenko A.V. (2019). "Legal Aspects of Regulation of Issues of Importing Additional Equipment to Marine Containers in Ukraine", *Aktualni problemy zabezpechennia natsionalnoi bezpeky ta sproshchennia protsedur mizhnarodnoi torhivli* : zbirnyk tez dopovidei. [Actual problems of ensuring national security and simplification of international trade procedures: a collection of abstracts.] (Irpın-Khmelnytsky, 17-24 May 2019). Irpin – Khmelnytsky, Ukraine, pp. 55–59.
 3. Ruda T.V., Artemenko A.V. (2019), "Features of container transportation taking into account the provisions of the Convention on Temporary Importation", *Fiskalna polityka v umovakh makroekonomichnoi stabilizatsii: zbirnyk materialiv naukovo-praktychnoho internet-seminaru*. [Fiscal Policy in Macroeconomic Stabilization: a Compilation of Materials for a Scientific and Practical Internet Workshop] (Irpın, 25 February – 7 March 2019). Irpin, Ukraine, pp. 65–69.
 4. Konovalov Yu. O. (2019). "Foreign experience in the implementation of automation of procedures for the control of the movement of sea containers and additional equipment to them". *Protydiia minimizatsii splaty podatkov: svitovyi dosvid ta praktyka Ukrainy: zbirnyk tez naukovo-praktychnoho kruhloho stolu*. [Opposition to minimize taxes: international experience and practice of Ukraine: a collection of abstracts of scientific-practical round table] (Irpın, 16-17 May 2019). Irpin, Ukraine, pp. 48–52.
 5. Slobodian V.V. (2019). "Development of containertraffics is in the conditions of eurointegration of Ukraine". *Aktualni problemy zabezpechennia natsionalnoi bezpeky ta sproshchennia protsedur mizhnarodnoi torhivli* : zbirnyk tez dopovidei [Actual problems of ensuring national security and simplification of international trade procedures: a collection of abstracts.] (Irpın-Khmelnytsky, 17-24 May 2019). Irpin – Khmelnytsky, Ukraine, pp. 39–44.
 6. Ruda T.V. (2019). "Normatively-legal providing of realization of control after moving of marine containers and additional equipment to them through a custom border". *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 2(49), pp. 40–47.

REFERENCES:

1. Artemenko, A.V. (2019). "Actual questions of protection of economic interests of the state during transportation of goods in containers", *Suchasni problemy ta perspektyvy rozvytku mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn i svitovoho hospodarstva* : materialy XV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Modern Problems and Prospects for the Development of International Economic Relations and the World Economy : materials of the XV International Scientific and Practical Conference] (Khmelnytsky-Sataniv, 19-20 April 2019). Khmelnytsky-Sataniv, Ukraine, pp. 5–10.

УДК 330.341.1

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-13>**Ситник Н.С.***доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри державних та місцевих фінансів
Львівського національного університету імені Івана Франка***Шушкова Ю.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри державних та місцевих фінансів
Львівського національного університету імені Івана Франка***Sytnyk Natalia***Doctor of Economics, Associate Professor
Professor of the Department of State and Local Finance,
Lviv National University by Ivan Franko***Shyshkova Yulia***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Associate Professor, Department of State and Local Finance,
Lviv National University by Ivan Franko*

ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА РЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

APPROACHES TO STRATEGIC PLANNING OF THE STATE POLICY OF TECHNOLOGICAL MODERNIZATION AND RE-INDUSTRIALIZATION OF ECONOMY

АНОТАЦІЯ

У статті здійснено узагальнення підходів до стратегування державної політики технологічної модернізації та реіндустріалізації економіки. Наведено теоретичні погляди на сутність стратегування державної політики. Надано характеристику найбільш важливих стратегічних планових документів України, що мають відношення до планування державної політики технологічної модернізації системи національного господарства. Сформовано концептуальний зміст поняття стратегії технологічної модернізації в системі реіндустріалізації економіки. Визначено принципову етапність реалізації державної політики забезпечення технологічної модернізації національної економіки. Обґрунтовано структуру стратегування державної політики технологічної модернізації та реіндустріалізації економіки. Наукова новизна дослідження полягає у визначенні структури стратегування державної політики технологічної модернізації та реіндустріалізації економіки.

Ключові слова: технологічна модернізація економіки, реіндустріалізації національного господарства, державна стратегія.

АННОТАЦИЯ

В статье осуществлено обобщение подходов к стратегированию государственной политики модернизации и реиндустриализации экономики. Приведены теоретические взгляды на сущность стратегирования государственной политики. Охарактеризованы наиболее важные стратегические плановые документы Украины, которые имеют отношение к планированию государственной политики модернизации системы национального хозяйства. Сформирован концептуальный смысл понятия стратегии модернизации в системе реиндустриализации экономики. Определена принципиальная этапность реализации государственной политики обеспечения модернизации национальной экономики. Обоснована структура стратегирования государственной политики модернизации и реиндустриализации экономики. Научная новизна исследования заключается в определении структуры стратегирования государственной политики модернизации и реиндустриализации экономики.

Ключевые слова: технологическая модернизация экономики, реиндустриализация национального хозяйства, государственная стратегия.

ANNOTATION

The purpose of the article is to summarize and identify approaches to strategizing the state policy of technological modernization and re-industrialization of the economy. The article summarizes the approaches to the strategic planning of the state policy of technological modernization and re-industrialization of the economy. The theoretical views on the essence of public policy strategizing are presented. The description of the most important strategic planning documents of Ukraine, which are relevant to the planning of the state policy of technological modernization of the national economy, is given. The conceptual content of the concept of technological modernization in the system of economic reindustrialization has been formed. In the course of the research, the following methods were used: grouping – to identify the theoretical and methodological provisions of the formation of methods of analysis, methodological approaches, indicators – indicators, peculiarities of forming conclusions, the resulting characteristics as elements of the methodology of the study of the processes of economic re-industrialization on the basis of its technological modernization; analysis and synthesis – to highlight basic approaches to state regulation in the analyzed area. The principle stage of implementation of the state policy of technological modernization of the national economy has been determined. The structure of state policy of technological modernization and re-industrialization of the economy is substantiated. The practical value of the results of the study is to develop recommendations for central and regional authorities on improving the tools and tools of technological policy to further equalize the environment for the formation of technological competitiveness of the economy. Practical validation of state plans in this crucial area depends on sufficient resources, especially financial and investment. The scientific novelty of the research lies in the formation of the structure of state policy of technological modernization and re-industrialization of the economy by such components as the initial conditions, the purpose of the state policy, strategic goals, policy principles, implementation scenarios, monitoring methodology, financial resources and the final part.

Key words: technological modernization of the economy, re-industrialization of the national economy, state strategy.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Реалізація державної політики у стратегічно важливих для національної економіки сферах, напрямках, де потрібні системні й комплексні реформи, що дають свої результати в середньо- і довгостроковій перспективі (зокрема, й у руслі забезпечення технологічної модернізації в контексті реіндустріалізації національного господарства), потребує ретельного планування, у т. ч. та передусім на задах стратегічного бачення. Отже, і методично прийнято, і доведено світовою практикою, що впровадження глибинних реформувальних держави здійснюється згідно з чітко визначеним планом – стратегією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Вивченню базових положень у сфері інноваційної діяльності, а також інноваційно-технологічної модернізації економіки присвячено публікації низки вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема таких, як Т. Васильців та Р. Лупак [1], М. Диха [2], Я. Жаліло [3], Ю. Кіндзерський [4], Т. Куценко [5], Л. Федулова [6], Ю. Харізішвілі [7] та ін. Проте сьогодні недостатньо досліджено аспекти стратегування державної політики у цій сфері.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є узагальнення та ідентифікація підходів до стратегування державної політики технологічної модернізації та реіндустріалізації економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Відомо, що в державному управлінні, економіці та політиці під стратегією прийнято розуміти:

- узагальнення, визначення і формування найкращого з аналітичного погляду шляху, траєкторії розвитку для досягнення генеральної мети;
- набір правил для прийняття рішень, яким керуються у своїй діяльності;
- створення завдяки різноманітним діям унікальної і цінної позиції на ринку;
- склад ключових цілей, яких прагне досягти суб'єкт розроблення стратегії, та шляхів і способів їх реалізації у вигляді певної моделі бачення розвитку ситуації;
- план заходів у довгостроковій перспективі, орієнтованих на досягнення стратегічних орієнтирів за недостатньої визначеності і мінливості зовнішнього середовища.

Звичайно, що ці та інші загальні і певною мірою усталені погляди на поняття стратегії залежно від сфери стратегічного управління уточнюються, розвиваються та доповнюються. Сьогодні, коли йдеться про стратегію, здебільшого мають на увазі певний комплексний і, можливо, не надто деталізований план поведінки у довгостроковій перспективі, що в загальному слідує у напрямі наперед визначеної мети,

або ж довгостроковий, послідовний, підкріплений ідеологією, стійкий до невизначеності умов середовища проспект, який супроводжується постійним аналізом та моніторингом у процесі його реалізації та спрямований із певною метою на досягнення успіху в кінцевому підсумку.

Для уточнення сутнісних характеристик поняття «стратегія» у макроекономічному аспекті його трактування звернімося до трьох базисних аспектів: нормативно-правового, досвіду стратегування державної політики та результатів сучасних наукових досліджень у сфері формування і реалізації стратегії на макроекономічному рівні.

Так, згідно з Господарським кодексом України, під економічною стратегією визначено «... вибраний державою курс економічної політики, розрахований на тривалу перспективу і спрямований на вирішення значних економічних, соціальних та культурних завдань, завдань у сфері економічної безпеки держави, формування і накопичення економічного потенціалу і національного багатства, підвищення суспільного добробуту. Елементами стратегії є стратегічні цілі, заходи і засоби їх досягнення». Як бачимо, констатується стандартний типовий і загалом вірний, хоча й не надто конкретизований, підхід до визначення поняття економічної стратегії у базовому щодо регулювання господарської діяльності в країні нормативно-правовому акті.

Деяко більш конкретні аспекти і положення стратегування державної політики знаходимо у чинних стратегіях соціально-економічного розвитку України. Так, у Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» хоча й не надається прямого визначення і концептуального бачення, сутність цього документа простежується безпосередньо в тексті. Зокрема, стратегія визначає чотири базисні аспекти (вектори): розвитку, відповідальності, безпеки та гордості. У структуру документу закладені: пріоритети стратегії, індикатори оцінювання стану її реалізації, напрями формування засобів та нормативно-правове й організаційне забезпечення.

У нашій державі також продовжує реалізуватися Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва України на період до 2020 р. У тексті документа зазначається, що стратегія охоплює всі ключові сфери суспільного життя та, відповідно, має відображення в основних стратегічних та програмних документах, які впливають на розвиток МСП. У структурі стратегії визначено: проблеми, на подолання яких орієнтовується стратегія; мету і строки реалізації; шляхи і способи розв'язання проблем; фінансове, організаційне забезпечення, механізм упровадження.

Не вдаючись до деталізації, зауважимо, що аналогічні ваді характерні й для інших стратегічних планових документів, які розроблені на найвищих щаблях державного управління і реалізуються у нашій державі. Йдеться, зокрема, про: Транспортну стратегію України на період до 2020 р.; Основні засади (стратегію) держав-

ної екологічної політики України на період до 2020 р.; Енергетичну стратегію України на період до 2030 р.; Стратегію розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 р.; Державну стратегію регіонального розвитку на період до 2020 р.; Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 р.; Стратегію розвитку системи технічного регулювання на період до 2020 р.; Стратегію реформування системи управління державними фінансами на 2017–2020 рр. та ін.

Саме тому є підстави вважати однією з причин нереалізації та недосягнення мети і більшості цільових орієнтирів ключових стратегічних планових документів в Україні невідповідність базисним засадам, а також неврахування ключових принципів розроблення такого документа, як стратегія державної політики у тій чи іншій сфері.

Як підтвердження наявності цих та інших недоліків державного стратегічного планування технологічної модернізації національної економіки потрібно навести деякі результати відносно результатів сучасних досліджень у царині стратегічного планування. Наприклад, М. Диха вбачає сутність розроблення державної стратегії (у царині стратегічного управління найбільш складними аспектами соціально-економічної сфери держави) у відповідних заходах, які стосуються ідентифікації цілей та стратегічних пріоритетів, але обов'язково на засадах справедливої оцінки й урахування потенціалу, можливостей і ресурсів країни, її місця у системі міжнародного поділу праці, стійкості зовнішньоекономічних зв'язків, розуміння внутрішніх та зовнішніх впливів та впровадження яких орієнтується на сталий соціально-економічний розвиток, забезпечення гідних (згідно зі світовою практикою) стандартів життя, національної і економічної безпеки держави [2, с. 87].

Як доводить Я. Жаліло, економічна стратегія держави є цілісною системою довгострокових заходів, визначених суб'єктами планування, зорієнтованих на досягнення мети, завдань і стратегічних пріоритетів у ключових сферах та аспектах економічного відтворення з урахуванням системи впливів ендогенних та екзогенних чинників [3, с. 16].

Як бачимо вже лише із цих поглядів, практикою розроблення і реалізації державних стратегій не враховуються такі важливі основоположні аспекти, як, по-перше, послідовність заходів і політики у цілому; по-друге, альтернативність, сценарність та різнотипність стратегічної поведінки; по-третє, специфіка обставин і дії чинників внутрішнього та зовнішнього середовища; по-четверте, економічний потенціал, ресурсні та інші можливості держави; по-п'яте, підведення мети, стратегічних орієнтирів і політики у цілому під «спільний знаменник» (національна безпека, економічна безпека, цілі сталого соціально-економічного зростання тощо), її узгодження з іншими стратегічними плановими документами та ін.

У будь-якому разі, показані як особливості, так принципові моменти формування та реалізації стратегії слід урахувати під час розроблення і апробації стратегії технологічної модернізації в системі реіндустріалізації економіки України. Нині важливо визначитися з поняттям та двома принциповими положеннями:

1) склад і структура елементів стратегії технологічної модернізації в системі реіндустріалізації економіки;

2) сутнісно-змістові характеристики та базисні положення елементів стратегії.

Відносно *концептуального змісту стратегії технологічної модернізації в системі реіндустріалізації економіки*, то, на думку автора, це інструмент державного управління, що застосовується для стратегічного планування і контролю реалізації державної політики у сферах інноваційно-технологічної діяльності та промислового розвитку, забезпечення на цій основі конкурентоспроможності, сталого зростання і економічної безпеки національної економіки, передбачає визначення (на засадах ґрунтовного аналізу внутрішнього та зовнішнього макроекономічного середовища, наявного економічного потенціалу, а також існуючих поточних і перспективних ризиків і загроз) генеральної мети (та її ув'язки із завданнями в рамках системи національної безпеки й її поступу), стратегічних цілей та операційних завдань, сукупності механізмів, інструментів та безпосередніх регулюючих заходів, пов'язаних між собою, визначених у строгій послідовності, підкріплених відповідною ідеологією та орієнтованих на досягнення цілей і мети стратегії (довгострокової державної політики).

Щодо узагальнення складу та змісту елементів стратегії або ж процесу стратегування технологічної модернізації та реіндустріалізації економіки, то варто звернутися до результатів наукових досліджень у цій сфері. Так, Ю. Кіндзерський у праці «Промисловість України: стратегія і політика структурно-технологічної модернізації», обґрунтовуючи власне бачення змісту і положень стратегії технологічної модернізації промисловості України, оперує такими елементами стратегії, як напрями реформування (інноваційно-технологічна модернізація та інвестиційна підтримка структурних і технологічних змін), стратегічні завдання та засоби їх досягнення [4, с. 465–509].

Чи не найбільш системним потрібно вважати підхід до бачення структури та складу елементів стратегії технологічної модернізації економіки, який визначений Л. Федуловою. Науковець у праці [5, с. 96] ідентифікує та складає в єдину систему такі елементи стратегії, як її мета, стратегічні напрями та завдання, стратегічні альтернативи та сценарії розвитку подій, механізми реалізації, а також цільові показники оцінювання стану й ефективності реалізації стратегії. Зауважимо, що як мета розглядається створення в державі принципово нового типу ін-

новаційно-технологічної системи, орієнтованої на зміцнення конкурентоспроможності національного господарства шляхом максимальної реалізації науково-технологічного потенціалу. Усе це підпорядковується завданню стабільного якісного соціально-економічного зростання держави, що абсолютно вірно.

Особливо велике теоретико-прикладне значення мають склад принципів формування і реалізації стратегії, розлогий склад напрямів її реалізації (інноваційна освіта, ефективне державне управління, результативна науково-дослідна сфера, інноваційний бізнес, інноваційна інфраструктура, високотехнологічне виробництво, система інтелектуальної власності) та конкретні засоби їх упровадження. Цільові показники контролю реалізації стратегії стосуються: частки суб'єктів господарювання, які впроваджують технологічні інновації, вітчизняного експорту на світовому ринку високотехнологічної продукції (послуг), інноваційної продукції у промисловій продукції, кількості ВНЗ України у міжнародних рейтингах, чисельності новостворених висококваліфікованих робочих місць, молодих учених, задіяних до виконання передових НДКР.

Потрібно звернути увагу, що в низці досліджень науковцями під час стратегування інноваційно-технологічного розвитку та промислового зростання наголошується на важливості врахування аспекту стратегічної альтернативності державної політики. На це зауважує Ю. Харазішвілі у праці «Системна безпека сталого розвитку: інструментарій оцінки, резерви та стратегічні сценарії реалізації» під час обґрунтування сценаріїв сталого розвитку промисловості України. Зокрема, за відповідного моделювання науковець оперує двома альтернативними варіантами державної стратегії до розвитку промисловості: 1) інерційним зі збереженням існуючих диспропорцій сталого розвитку з реалістичним та оптимістичним підваріантами та 2) збалансованим із повноцінним сталим розвитком [6, с. 219].

Аспект альтернативності стратегічного планування присутній і в дослідженнях Т. Куценко. Зокрема у праці [5, с. 308–317] науковець зауважує, що базисні елементи інноваційних та модернізаційних стратегій типові, отже, значно більшої ваги набуває саме вид чи тип стратегії, яка застосовується державою для досягнення мети. Саме тому розроблено і пропонується набір альтернативних стратегічних підходів, як от стратегії: інерційно-ринкова, або інноваційного прориву; копіювання та наслідування чи запозичення чи нарощування, або інноваційно-проривна; дифузії чи державної підтримки інновацій; товарного клонування чи ліцензійного копіювання, або піонерного інноваційного розвитку; локального інноваційного середовища чи міжгалузевих науково-технічних кластерів, або міжнародної науково-технологічної співпраці; стійкого інноваційного розвитку, або локальної переваги.

Як бачимо, типів та видів стратегічної поведінки розроблено доволі багато, що дає змогу органам державного управління значною мірою варіювати під час обґрунтування національної та регіонально-галузевих стратегій технологічної модернізації економіки й її секторів. Ба більше, альтернативність – це не стільки можливість, скільки об'єктивна необхідність, адже держави різняться за фінансово-економічними можливостями, інноваційно-технологічним та інтелектуально-кадровим потенціалом, ментальністю та підприємницькими здібностями населення і т. ін. Отже, питання стратегічної альтернативності – прямий шлях до регулювання ефективності стратегування в кожній сфері, не лише аналізованій.

Унаслідок симбіозу цих аспектів науковці ведуть мову про стратегічну орієнтацію різних груп регіонів на традиційну індустріалізацію (з переважанням добувних галузей промисловості), постіндустріалізацію (перехід до превалювання галузей п'ятого технологічного укладу, імпорту сучасних високотехнологічних виробництв та продукування продукції з високим рівнем доданої вартості, інформатизації економіки і розвитку системи наукомістких послуг), неоіндустріалізацію (розвиток виробництв шостого технологічного укладу, причому на базі виробничих та ринкових потужностей суб'єктів сектору малого і середнього бізнесу).

Важливість диференційованого підходу під час стратегування державної політики інноваційно-технологічної модернізації економіки доводиться й у дослідженнях Т. Васильціва і Р. Лупака. Як стверджують автори, це не потребує особливого доведення, оскільки в підсумку ґрунтового аналізу стану, динаміки та ефективності інноваційно-технологічного розвитку України є всі підстави до поділу областей на групи регіонів:

- 1) із потенціалом розвитку промислового виробництва;
- 2) із транскордонно-транзитним та логістичним потенціалом;
- 3) зі спеціалізацією на агропромисловому виробництві;
- 4) із високим рівнем науково-технологічного розвитку і створення ІТ-послуг.

З огляду на це, різні типи стратегії мають застосовуватися державою для успішної реалізації політики інноваційного розвитку і модернізації регіонального промислового потенціалу. На думку науковців, базисними тут можна вважати такі три стратегічні альтернативи: по-перше, створення та розвиток інституційних елементів міжфункціонального та міжгалузевого співробітництва суб'єктів базових видів економічної діяльності та науково-інноваційного сектора; по-друге, розбудова інноваційної інфраструктури; по-третє, створення та нарощування обсягів діяльності локальних інтегрованих системи (передусім кластерів) [8, с. 17].

Очевидно, що цей чинник важливий, має право на існування та, більше того, – застосуван-

ня включно з позитивними наслідками. Разом із тим, визначені науковцем зв'язки, скоріше, трактуються як механізми або інструменти державного регулювання. Їх наявність, як і співвідношення між ними, об'єктивно необхідні, але не очевидно мають застосовуватися до стратегії в цілому. Це може відбуватися й на окремих етапах, й в рамках кожного з напрямів регулювання, й для узгодження державної політики у сфері технологічної модернізації з іншими засадами державного регулювання в інших сферах соціально-економічного і суспільного розвитку.

Роль таких зв'язуючих елементів стратегії можуть виконувати й інші аспекти. Це, зокрема, всі характеристики, пов'язані з орієнтацією на стратегічне лідерство, положеннями проєктів і програм соціально-економічного розвитку держави та її регіонів, т. зв. ціннісними пропозиціями, спільною місією і моделлю стратегічної поведінки суб'єктів реалізації стратегії, стратегічним упровадженням, мисленням, регулюванням та формулюванням стратегії. Фактично пропонований підхід є доволі цікавою схемою організаційно-структурної побудови стратегії (як документу) технологічної модернізації економіки.

Указані стратегічні альтернативи видається важливим урахувати під час планування й упровадження інструментів і заходів налагодження взаємодії влади та інноваційного бізнесу, а також підтримки та скерування розвитку останнього у руслі зміцнення його конкурентоспроможності, експансії на ринки і забезпечення за рахунок цього якісних структурних зрушень та технологічної модернізації економіки.

Звернімо увагу на те, що в профільній економічній літературі не меншу кількість досліджень присвячено питанням обґрунтування стратегії (та її елементів) індустріалізації чи реіндустріалізації економіки, переходу на нові більш прогресивні щаблі розвитку і модернізації промислового сектору.

Цікаве теоретико-прикладне значення має формулювання мети стратегії. Як правило, у таких цілях пропонуються формулювання на кшталт зміцнення конкурентоспроможності промислового сектору, нарощування обсягів виробництва та реалізації промислової продукції, реалізації експортного потенціалу галузі промисловості, структурні зміни та інституційні реформи в промисловому секторі економіки. Натомість в аналізованій праці знайдено дещо нетрадиційний варіант мети, пов'язаний зі створенням диверсифікабельної інноваційно активної економіки держави, яка має потенціал, ресурсне забезпечення і спроможна постійно відтворюватися у відповідності чи навіть краще, ніж провідні економіки світу. При цьому йдеться водночас і про інклюзивний характер функціонування та розвитку системи національного господарства, в основі якого – потужний, динамічний та конкурентоспроможний промисловий сектор.

Велике значення має й обґрунтування етапності реалізації стратегії. Зокрема, пропонуються:

1) підготовчий етап (до одного року), у рамках якого передбачається створення т. зв. експертної групи з представників вищих органів державної влади та бізнесу, здійснення детального аналізу поточного стану внутрішнього і зовнішнього середовища, потенціалу технологічної модернізації і розвитку промисловості та інших галузей реального сектору національної економіки, проведення відповідних консультацій із міжнародними компаніями, формування вимог та бачення середовища інноваційно-технологічної діяльності, його чинників та умов, визначення моделі технологічної модернізації та інноваційного розвитку виробничо-промислового сектору держави;

2) етап 2 – планування горизонтальної диверсифікації (безстроково);

3) етап 3 – горизонтальна диверсифікація (безстроково);

4) етап 4 – планування вертикальної диверсифікації і локалізації;

5) етап 5 – вертикальна диверсифікація;

6) етап 6 – новації та діяльність міжнародних корпорацій;

7) етап 7 – аналіз та оцінювання міри реалізації мети, завдань і положень стратегії, контроль її реалізації.

Наявність етапності реалізації стратегії, беззаперечно, слід уважати перевагою аналізованого підходу. Водночас пропонована послідовність не настільки еволюційна та не зовсім відповідає баченню проходження послідовних стадій реіндустріалізації. Отже, питання етапності, на нашу думку, потребує подальшого теоретико-методичного доопрацювання.

Узагальнимо визначені вище структуру та характеристики елементів стратегування державної політики в аналізованій сфері на рис. 1. Важливо вести мову про те, що під час стратегування слід дотримуватися концептуальних вимог та теоретико-методичної послідовності. Зокрема, передусім слід провести ретельний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища проблеми: поточного стану, динаміки, ефективності інноваційної діяльності в країні, сучасності технологій, передумов та середовища розроблення, створення, комерціалізації і використання в бізнесі нових сучасних передових технологій, стану і потенціалу розвитку промислового сектору, його базисних, найбільш продуктивних сегментів та галузей.

Уже на цій основі можна говорити про визначення мети державної політики та її стратегічних цілей. Останні фактично слугують орієнтирами-дороговказами, за якими має розвиватися ситуація. Вони насправді мають бути найбільш затребуваними змінами, їх кількість має бути оптимальною та не менш головним критерієм є їх поєднуваність, узгодженість і збалансованість навколо стратегічної мети регулювання.



Рис. 1. Структура стратегування державної політики технологічної модернізації та реіндустріалізації економіки

Важливість ідентифікації принципів стратегії полягає у закладенні таких собі внутрішніх «законів», установок, яких не можна порушувати за будь-яких умов. Саме визначеність принципів дає змогу забезпечити незворотність державної політики за зміни ситуації, політичного курсу, дії тих чи інших внутрішніх або ж зовнішніх ризиків і загроз.

Оскільки стратегія є документом середньо- та довгострокового планування і прогнозування,

то потрібно пам'ятати, що ринкова ситуація ніколи не є константою і змінюється під дією численних чинників та умов. Отже, обов'язковою є наявність у рамках стратегії альтернативних планів – сценаріїв розвитку ситуації за тих, чи інших обставин, міри реалізації чи, навпаки, нереалізації мети і завдань регулювання, рівня відхилення від запланованої ситуації.

Як показує практика, одним зі слабких місць державної політики в частині стратегіч-

ного планування часто виступає нехтування аналізом та контролем її якості та ефективності, міри зорієнтованості на досягненні цільових орієнтирів. Важливо, щоб була сформована відповідна методика і моніторингу, й оцінювання ефективності реалізації положень стратегії.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Визначення ставлення до стратегії технологічної модернізації в системі реіндустріалізації економіки буде забезпечене за умови розуміння та усвідомлення її визначального місця в системі інших ключових пріоритетів, стратегій і програм соціально-економічного розвитку держави. Для цього слід ідентифікувати її місце і роль.

Практична апробація планів держави у цій визначальній сфері залежить від достатнього ресурсного забезпечення, особливо фінансового та інвестиційного. Мають бути чітко визначеними і обсяги, і джерела їх формування, але одночасно в тісній ув'язці з джерелами використання коштів, відповідним моніторингом і оцінюванням ефективності. Тільки за такого підходу може бути забезпечена належна ефективність державної політики у сфері сталого ендегенного зростання.

Перспектива подальших досліджень у цьому напрямі стосується аналізу галузевоструктурних особливостей інноваційно-технологічної активності та забезпечення технологічної модернізації економіки України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Штець Т.Ф. Обґрунтування стратегічних напрямів, цілей та заходів державної політики реалізації потенціалу ІТ-сектору економіки України. *Підприємство і торгівля*. 2018. Вип. 23. С. 56–63.
2. Диха М.В. Стратегічне планування соціально-економічного розвитку країни: еволюційно-історичний аспект та сучасні реалії. *Економіка України*. 2014. № 7(632). С. 82–92.
3. Жаліло Я.А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави : монографія. Київ : НІСД, 2009. 336 с.
4. Кіндзерський Ю.В. Промисловість України: стратегія і політика структурно-технологічної модернізації : монографія. Київ : Інститут економіки та прогнозування НАН України. 2013. 536 с.
5. Куценко Т.М. Теоретичні основи формування стратегії інноваційного розвитку в контексті інтенсифікації інноваційних процесів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 308–317.
6. Федуллова Л.І. Концептуальна модель інноваційної стратегії України. *Економіка і прогнозування*. 2012. № 1. С. 87–100.
7. Харазішвілі Ю.М. Системна безпека сталого розвитку: інструментарій оцінки, резерви та стратегічні сценарії реалізації : монографія. Київ : Інститут економіки та прогнозування НАН України. 2009. 304 с.
8. Vasylytsiv T.G., Lupak R.L., Osadchuck Yu.M. Assessment of the level of penetration of import dependence in the context of the import substitution policy in Ukraine. *Економічний часопис-XXI*. 2017. № 167(9–10). С. 13–17.

REFERENCES:

1. Vasylytsiv T.G., Lupak R.L., Shtets' T.F. (2018). Obgruntuvannya stratehichnykh napryamiv, tsiley ta zakhodiv derzhavnoyi polityky realizatsiyi potentsialu IT-sektoru ekonomiky Ukrayiny [Substantiation of strategic directions, goals and measures of the state policy of realizing the potential of the IT sector of the Ukrainian economy]. *Entrepreneurship and trade*, vol. 23, pp. 56–63. (in Ukrainian)
2. Dyha M. V. (2014). Strategichne planuvannya social'no-ekonomichnogo rozvytku krayiny: evoluciyno-istorychny aspekt ta suchasni realiyi [Strategic planning of socio-economic development of the country: evolutionary-historical aspect and modern realities]. *Ekonomiy of Ukraine*, 2014, № 7(632), pp. 82–92. (in Ukrainian)
3. Zhalilo Ya. A. (2009). Teoriya ta praktyka formuvannya efektyvnoyi ekonomichnoyi strategiyi derzhavy [Theory and practice of forming an effective economic strategy of the state]. Kyiv : NISD, 336 p. (in Ukrainian)
4. Kindzerskyi Yu.V. (2013). Promyslovist' Ukrainy: strategiya i polityka strukturno-tehnologichnoyi modernizatsiyi [Industry of Ukraine: strategy and policy of structural and technological modernization]. Kyiv : Institute of Economics and Forecasting NAS of Ukraine, 536 p. (in Ukrainian)
5. Kutzenko T.M. (2012). Teoretychni osnovy formuvannya strategiyi innovatsiyynogo rozvytku v konteksti intensyfikatsiyi innovatsiyynih procesiv [Theoretical bases of formation of strategy of innovative development in the context of intensification of innovative processes]. *Marketing and innovation management*, № 4, pp. 308–317. (in Ukrainian)
6. Fedulova L.I. (2014). Konceptual'na model' innovatsiynoi strategiyi Ukrainy [Conceptual model of Ukraine's innovation strategy]. *Economics and forecasting*, № 1, pp. 87–100. (in Ukrainian)
7. Kharizishvili Yu.M. (2009). Systemna bezpeka stalogo rozvytku: instrumentariy otsinky, rezervy ta strategichni scenariyi realizatsiyi [Systemic Sustainability: Assessment tools, reserves and strategic implementation scenarios]. Kyiv : Institute of Economics and Forecasting NAS of Ukraine, 304 c. (in Ukrainian)
8. Vasylytsiv T.G., Lupak R.L., Osadchuck Yu.M. (2017). Assessment of the level of penetration of import dependence in the context of the import substitution policy in Ukraine. *Economic Journal-XXI*, no. 167 (9-10), pp. 13–17. (in English)

УДК 338.149

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-14>**Січка І.І.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичної інфраструктури
та готельно-ресторанного господарства
Ужгородського національного університету***Sichka Ivan***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the
Department of Tourism Infrastructure and
hotel and restaurant business
Uzhhorod National University*

КОМЕРЦІЙНА КОНЦЕСІЯ ЯК ФОРМА ІНВЕСТУВАННЯ У РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС

COMMERCIAL CONCESSION AS A FORM OF INVESTMENT IN RESTAURANT BUSINESS

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто комерційну концесію як форму інвестування у ресторанний бізнес. Досліджено правові основи комерційної концесії в законодавстві України. Установлено, що у країнах із розвинутою ринковою економікою більшість підприємств працює за схемою комерційної концесії в таких сферах, як ресторани й закуочні (відомі McDonald's, Pizza Hut, Baskin Robbins), туризм і готельне господарство (Holiday Inn, Sheraton), індустрія безалкогольних напоїв (CocaCola, Pepsi, 7UP). Найбільш популярні договори комерційної концесії у сфері ресторанного бізнесу України такі: «Джигіт», «Франс.уа», Pizza Celentano Ristorante, Salateira, Fornetti, Lviv Croissants, Aroma Kava, Grill Pab, Mafia, Coffelat, Druzi, Gemini espresso club, Mr.Grill Hotdogs & Burger, FreshLine, Black Honey, C&T CoffeeTea shop.

Ключові слова: комерційна концесія, ресторанний бізнес, франчайзинг, бренд, фаст-фуд.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена коммерческая концессия как форма инвестирования в ресторанный бизнес. Исследованы правовые основы коммерческой концессии в законодательстве Украины. Установлено, что в странах с развитой рыночной экономикой большинство предприятий работает по схеме коммерческой концессии в таких сферах, как рестораны и закуочные (известные McDonald's, Pizza Hut, Baskin Robbins), туризм и гостиничное хозяйство (Holiday Inn, Sheraton), индустрия напитков (CocaCola, Pepsi, 7UP). Наиболее популярные договоры коммерческой концессии в сфере ресторанного бизнеса Украины следующие: «Джигит», «Франс.уа», Pizza Celentano Ristorante, Salateira, Fornetti, Lviv Croissants, Aroma Kava, Grill Pab, Mafia, Coffelat, Druzi, Gemini espresso club, Mr.Grill Hotdogs & Burger, FreshLine, Black Honey, C&T CoffeeTea shop.

Ключевые слова: коммерческая концессия, ресторанний бизнес, франчайзинг, бренд, фаст-фуд.

ANNOTATION

The relevance of the development of commercial concession (franchise) relations is due to the fact that the widespread use and distribution of such a form of economic contractual cooperation, as a commercial concession, creates favorable conditions for the development of small business, since it is the institution of commercial concession (franchise) is one of the most common forms of investment and introducing innovations into the country's economy. Due to these characteristics, franchising has been widely used in international practice, is a recognized economic and legal mechanism for enhancing investment relations and an important tool for implementing the state's innovation and investment policy.

The purpose of this work is to review the conceptual basis of commercial concession and the feasibility of its use in the restaurant business. Methodological basis of the study is the methods of analysis and synthesis, abstraction and generalization, system analysis and comparison. Based on the statutory definition, the commercial concession agreement refers to consensual, bilateral, paid and causal. The consensual nature of a commercial concession agreement is conditioned by the entry into force of the agreement from the time the parties reach agreement on the essential terms, while for real contracts it is not enough to reach an understanding of the essential conditions, they are considered concluded from the moment of transfer of the property defined by the contract. Currently in the catalog of franchises of Ukraine in the category catering about 400 franchises. In Ukraine, there are specialized companies that are preparing franchises for sale are engaged in the development of business plans, marketing, advertising the finished product, etc. Of the restaurateurs for such services they ask for \$ 2,000, and they willingly pay, expecting to earn on the trade with their trademarks many times more. The most popular commercial concessions in the field of restaurant business in Ukraine are the following: Jigit, François, Rizza Celentano Ristorante, Salateira, Fornetti, Lviv Croissants, Aroma Coffee, Grill Pub, Mafia, Coffelat, Druzi, Gemini Espresso Club, Mr.Grill Hotdogs & Burger, FreshLine, Black Honey, C&T CoffeeTea shop.

Key words: commercial concession, restaurant business, franchising, brand, fast food.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Актуальність розвитку відносин комерційної концесії (франчайзингу) зумовлюється тим, що широке використання та поширення такої форми господарської договірної кооперації, як комерційна концесія, створює сприятливі умови для розвитку малого підприємництва, оскільки саме інститут комерційної концесії (франчайзингу) є однією з найбільш прогресивних форм залучення інвестицій та впровадження інновацій в економіку країни. Завдяки цим характеристикам франчайзинг отримав широке застосування в міжнародній практиці, є визнаним господарсько-правовим механізмом активізації інвестиційних відносин та важливим інструментом реалізації інноваційно-інвестиційної політики держави.

Нестабільність та непередбачуваність економічної політики держави на попередньому етапі її розвитку, зокрема непослідовна інноваційно-інвестиційна політика, а також відсутність детального правового забезпечення відносин комерційної концесії стримують процес активного розвитку названих відносин. У зв'язку із цим постає питання щодо термінового створення цілісного господарсько-правового механізму інноваційного інвестування як одного з важливих завдань економічної політики держави. У цьому контексті існує потреба чіткого визначення об'єктів, відносно яких має здійснюватися державна підтримка розвитку інноваційного інвестування, зокрема франчайзингових відносин з інноваційним продуктом у складі франшизи.

Специфіка відносин комерційної концесії та сучасний стан розвитку економіки дають змогу зробити висновок про великі перспективи розвитку франчайзингу саме в Україні, але за умови суттєвого підвищення рівня правового забезпечення цих договірних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. О.Г. Розметова розглядає концесійний договір як інноваційну форму інвестування в санаторно-курортну сферу. Автор стверджує, що концесія за умови розроблення оптимальної нормативно-правової бази та дієвого механізму дасть змогу поліпшити стан матеріально-технічної бази та якість надання послуг на підприємствах державної і комунальної власності, які не підлягають приватизації, шляхом значних впливів фінансових ресурсів без зміни форми власності [3, с. 120].

М.В. Грабар розглядає концесійні договори як перспективну форму реалізації державно-приватного партнерства, яка здатна забезпечити розвиток не тільки сфери туризму і рекреації України, а й усієї супутньої інфраструктури. Вони формуються основи системного розвитку галузі як складового чинника економічної системи [6].

Сьогодні дуже мало вітчизняних наукових досліджень, які б стосувалися використання комерційних концесій у готельно-ресторанному бізнесі. Проте багато зарубіжних учених займаються дослідженням теоретико-методологічних та прикладних аспектів концесій у туризмі: F.J. Paul Eagles, M. Cynthia Baycetch, Xiaoye Chen, Lina Dong, Elizabeth Halpenny, Pia B. Kwan, Jasminka J. Lenuzzi, Xiye Wang, Honggen Xiao, Yubing Zhang [7], Anna Spenceley, Rita Casimiro [8].

Однак залишається багато невирішених питань стосовно особливостей використання комерційної концесії в готельно-ресторанному бізнесі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної роботи є розгляд концептуальних основ комерційної концесії та доцільності її використання в ресторанному бізнесі.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Відповідно до ст. 366 Господарсько-

го кодексу України, під комерційною концесією слід розуміти договір, відповідно до якого одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) на строк або без визначення строку право використання в підприємницькій діяльності користувача комплексу прав, належних правоволоділецьві, а користувач зобов'язується дотримуватися умов використання наданих йому прав та сплатити правоволоділецьві обумовлену договором винагороду [2].

Комерційна концесія (франчайзинг) – один із нових основних правових інститутів, що знайшов своє відображення у Цивільному кодексі України. Договір комерційної концесії (франчайзингу) (contract of franchising, contrat de franchissage ou de franchise) широко застосовувався в господарській діяльності із 70-х років ХХ ст., хоча вже був відомий у США з кінця ХVІІІ ст.

У країнах із розвинутою ринковою економікою більшість підприємств працює за схемою франчайзингу в таких сферах, як ресторани й закуочні (відомі McDonald's, Pizza Hut, Baskin Robbins і т. п.), туризм і готельне господарство (Holiday Inn, Sheraton і т. п.), індустрія безалкогольних напоїв (CocaCola, Pepsi, 7UP і т. п.) та ін.

Виходячи із законодавчо встановленого визначення, договір комерційної концесії відноситься до консенсуальних, двосторонніх, платних і каузальних. Консенсуальність договору комерційної концесії зумовлюється тим, що набрання чинності договору відбувається з часу досягнення сторонами згоди щодо істотних умов, тоді як для реальних договорів недостатньо досягнення лише порозуміння стосовно істотних умов, вони вважаються укладеними з моменту передачі визначеного договором майна.

Відповідно до договору комерційної концесії, надання користувачу комплексу виключних прав правоволоділецьві, технічної та комерційної документації, виплата роялті правоволоділецьві – діяння, спрямовані на виконання договору, який уже набрав чинності. Перелічені дії можуть також і співпадати з моментом укладення договору. Водночас, навіть якщо передача комплексу прав, відповідної документації та виплата винагороди відбуваються в момент укладення договору, договір комерційної концесії все одно є консенсуальним.

Порівняно з одностороннім договором, в якому права має тільки одна сторона, а друга – лише обов'язки, комерційна концесія (франчайзинг) є двостороннім договором, оскільки взаємні права та обов'язки мають обидві сторони цього договору.

Залежно від сфери застосування договору виділяють такі основні типи комерційної концесії: обробну (виробничу), сервісну (концесія на послуги) та торговельну.

Як відзначає Н.О. Саніахметова, використання в законодавстві України терміна «комерційна концесія» поряд з існуванням концесійного договору, що докорінно відрізняється за своїм

змістом, може призвести до проблем у практичній діяльності [4, с. 297].

Поряд із доктринальними положеннями щодо співвідношення термінів комерційної концесії та франчайзингу існує офіційне тлумачення. Так, Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва (нині – Державна регуляторна служба України) у своєму Листі від 11.02.2004 № 761 зауважив про ідентичність термінів договору франчайзингу та договору комерційної концесії [5].

Сьогодні в каталозі франшиз України в категорії громадського харчування виставлено близько 400 франшиз. В Україні з'явилися спеціалізовані компанії, які готують франшизи на продаж: займаються розробкою бізнес-планів, маркетингом, рекламують готовий продукт та ін. З рестораторів за подібні послуги вони просять від 2 тис дол., і ті охоче платять, розраховуючи заробити на торгівлі своїми торговими марками в рази більше.

Найбільш популярні договори комерційної концесії у сфері ресторанного бізнесу України такі:

- «Джигіт» – ресторани грузинської кухні у форматі Fast-Casual. Обсяг інвестицій становить від 20 000 до 35 000 дол. Вступний внесок – 5 000 дол. Роялті – 2%, період окупності – від 7 до 12 місяців.

- «Франс.уа» – національна українська мережа кав'ярень із продажу високоякісної традиційної французької випічки. Обсяг необхідних інвестицій – від 20 000 до 25 000 дол. Вступний внесок – 6000 дол., роялті відсутні, період окупності – 18 місяців.

- Pizza Celentano Ristorante – перша і найбільша мережа піцерій в Україні. Для відкриття закладу площею 60–80 м² обсяг необхідних інвестицій становить від 45 000 до 60 000 євро. Термін окупності інвестицій – два роки.

- Salateira – міжнародна мережа ресторанів здорового харчування. Необхідний обсяг інвестицій 120 000 дол., вступний внесок – 30 000 дол., тривалість придбання франшизи – два роки.

- Fornetti – мережа пекарень, налічує 550 закладів по всій Україні. Необхідний обсяг інвестицій – від 8 000 до 15 000 дол. залежно від розмірів фондів. Час покупки інвестицій – вісім місяців.

- Lviv Croissants – львівський концепт мережі пекарень швидкого харчування. Необхідний обсяг інвестицій – 25 000 дол., вступний розмір – 9 000 дол. Розмір роялті – 3% від обороту на місяць. Термін окупності інвестицій – від 2 до 12 місяців.

- Aroma Kava – одна з найбільших мереж кав'ярень в Україні. Необхідний обсяг інвестицій може – від 250 000 до 800 000 грн залежно від розмірів закладу. Термін окупності – від 6 до 15 місяців. Розмір роялті – 2% від щомісячного обороту.

- Grill Pub – міжнародна мережа гриль-ресторанів. Вступний внесок відсутній, розмір не-

обхідних інвестицій починається від 540 000 грн. Роялті – 2% від щомісячного обороту, термін закупівлі інвестицій – від шести місяців.

- Mafia – мережа ресторанів японської та китайської кухонь. Вартість франшизи – від 30 000 євро, роялті – 5% від продажів на місяць. Також передбачена виплата маркетингового платежу у розмірі 2% від щомісячних продажів. Термін окупності бізнесу – від 24 до 26 місяців.

- Coffelat – мережа українських кав'ярень, працюючих за принципом «кава із собою». Для використання франшизи необхідного інвестувати у заклад 26 000 дол., вступний внесок – 1 800 дол. На повернення інвестицій необхідно один-два роки.

- Druzi – франшиза мережі кафе. Первинний внесок – 90 000 грн, обсяг інвестицій – від 50 000 грн. Роялті – 3%, тривалість окупності – від 12 до 18 місяців.

- Gemini espresso club – мережа кав'ярень із двадцятирічною історією. Обсяг інвестицій – від 170 000 грн, вступний внесок – 1 000 дол. Окупність – від 8 до 12 місяців.

- Mr.Grill Hotdogs & Burger – мережа хот-дог-барів. Для ресторану площею 50 м² вступний внесок становить 5 000 дол., обсяг інвестицій – 52 500 дол. Для ресторану площею 100 м² вступний внесок – 10 000 дол., обсяг інвестицій – 95 000 дол. Термін окупності – від 22 до 26 місяців.

- FreshLine – національна мережа кафе швидко харчування. Розмір інвестицій – від 15 000 до 35 000 дол. залежно від розміру закладу. Вступний внесок становить від 4 500 до 6000 дол. Період повернення вкладень – від 18 до 30 місяців.

- «Сімейна пекарня» – українська мережа міні-пекарень. Інвестиції – від 18 000 дол. Вступний внесок – 5 000 дол. Роялті відсутні, а період окупності – від 10 місяців.

- Black Honey – одна з найвідоміших кав'ярень Західної України. Інвестиції – від 15 000 до 60 000 дол. залежно від формату закладу. Вступний внесок – від 2 000 до 5 000 дол. Роялті – 3%. Термін окупності – від 10 до 20 місяців.

- C&T CoffeeTea shop – удале поєднання двох форматів: магазину з широким асортиментом кави та чаю з усього світу і кафе із залом для дегустації і широким вибором супутніх товарів. Розмір інвестицій – від 30 000 євро. Вступний внесок – від 9 000 євро, роялті – 3%, а термін окупності – 9–20 місяців.

Покупець франшизи отримує чимало. Йому дають чіткий бізнес-план, гарантують чіткий графік відкриття точки, технології, меню, проводять навчання персоналу. По суті, людина за місяць отримує готовий працюючий бізнес. У подальшому власник франшизи бере на себе маркетинг і рекламу, а також допомагає з поставками продукції. По суті, франчайзі отримує доступ до оптових закупівель усієї мережі, а там уже зовсім інші

ціни. Для невеликого кафе чи ресторану-одинака такі прайси недосяжні. Мережа може дозволити собі також найняти більш дорогого технолога, відповідно, отримати на виході більш якісний і оригінальний продукт [1, с. 143].

Найдорожча у світі мережа швидкого харчування з'явилася у 1948 р. у Каліфорнії. 2017 р. бренд McDonald's оцінювався у 97,7 млрд дол. Чистий прибуток компанії за підсумками 2017 фінансового року становив 5,19 млрд дол., що на 11% більше за аналогічний показник попереднього року. Майже 37 тис закладів McDonald's працюють у понад 100 країнах. Компанія активно просувається на нових ринках, але час від часу стикається зі спротивом із боку місцевих бізнесів і представників влади. На законодавчому рівні McDonald's заборонили в Ірані, Північній Кореї та на Бермудських островах.

В Україні компанія присутня більше 20 років, перший ресторан було відкрито у 1997 р. На початок поточного року мережа розширилася до 83 закладів. Частка McDonald's на вітчизняному ринку закладів швидкого обслуговування становить близько 11%.

Kentucky Fried Chicken – одна з найстаріших американських мереж закладів швидкого обслуговування, що з'явилася ще у 1950-х роках. За 10 років KFC вже набували популярності у Великобританії, Мексиці та інших країнах. Права на франшизу KFC належать компанії Yum! Brands, яка також володіє брендами Pizza Hut і Taco Bell. Бренд KFC потрапив до п'ятірки найдорожчих у світі фаст-фудів і оцінювався у 13,5 млрд дол. США.

Загалом у світі працює понад 20 тис закладів. Перший KFC в Україні з'явився у грудні 2012 р. Протягом п'яти років компанія планувала розширити мережу до 100 точок, інвестувавши у кожен близько 2 млн дол.

За даними компанії Pro-Consulting, обсяг українського ринку закладів швидкого обслуговування оцінюється приблизно в 488,7 млн дол. США.

На тлі зниження інтересу з боку глобальних компаній український ринок поступово завойовує фінська мережа HESburger, яка у своїй країні відвоювала лідерські позиції у McDonald's. Понад 400 закладів компанії розташовані у Литві, Латвії, Естонії, Туреччині, Казахстані, Росії.

Асортимент таких закладів уже змінюється під впливом трендів здорового харчування. Навіть гіганти індустрії вимушені підлаштовувати своє меню під смаки аудиторії, доповнюючи його «здоровими» позиціями, або ж зовсім «змінювати курс». Так, McDonald's постійно публікує заяви про «оздоровлення», зменшення вмісту шкідливих компонентів у стравах, а також доповнює стандартне меню традиційними для тієї чи іншої країни стравами. На цій же хвилі влітку минулого року мережа KFC запустила у Китаї перший заклад під назвою K Pro, де замість фірмової смаженої у фритюрі курятини подають салати, сандвічі, страви з риби та морепродуктів.

Утім, ця тенденція помітна не лише в Азії, а й на батьківщині фаст-фуду – США, де майже 83% споживачів відвідують «швидкі» заклади мінімум один раз на тиждень. На зміну традиційним бургерним приходять веганські заклади. Один із прикладів – компанія Plant Power Fast Food, яка відкрила перший заклад у 2016 р. у Сан-Дієго. Його меню складалося з бургерів, картоплі-фрі та коктейлів, але без використання м'яса, барвників, ароматизаторів та інших шкідливих компонентів. Станом на кінець 2017 р. обороти веганського фаст-фуду перевищили 1,8 млн дол. США. На хвилі такого успіху друге кафе з'явилося вже за півтора року на місці колишнього ресторану Burger King у Каліфорнії.

Окрім веганських страв та інших варіацій на тему корисної їжі, заклади швидкого обслуговування потроху шукають нові рішення у старих рецептах. Незвичні колись італійська та мексиканська кухні зараз уже стали інтернаціональними і тому сприймаються як щось повсякденне. Натомість ресторатори експериментують із регіональним фаст-фудом Близького Сходу, що вже став доволі популярним у Європі. Якщо нинішні темпи розвитку збережуться, до 2022 р. ринок зросте більше ніж на 150 млрд дол. США, до 690,8 млрд дол. США.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, комерційна концесія (франчайзинг) – один із нових основних правових інститутів, що знайшов своє відображення у Цивільному кодексі України. Договір комерційної концесії широко застосовувався в господарській діяльності із 70-х років ХХ ст., хоча вже був відомий у США з кінця ХVIII ст. У країнах із розвинутою ринковою економікою більшість підприємств працює за схемою франчайзингу в таких сферах, як ресторани й закусочні (відомі McDonald's, Pizza Hut, Baskin Robbins), туризм і готельне господарство (Holiday Inn, Sheraton), індустрія безалкогольних напоїв (CocaCola, Pepsi, 7UP). Найбільш популярні договори комерційної концесії у сфері ресторанного бізнесу України такі: «Джигіт», «Франс.уа», Pizza Celentano Ristorante, Salateira, Fornetti, Lviv Croissants, Aroma Kava, Grill Pab, Mafia, Coffelat, Druzi, Gemini espresso club, Mr.Grill Hotdogs & Burger, FreshLine, Black Honey, C&T CoffeeTea shop.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бачо Р.Й., Пойда-Носик Н.Н., Січка І.І. Інвестиції в туристично-рекреаційну галузь України: теорія та практика регулювання : монографія. Ужгород : ФОР Бреза А.Е., 2014. 208 с.
2. Господарський кодекс України. Харків : Одиссей, 2014. 184 с.
3. Розметова О.Г. Концесійний договір як інноваційна форма інвестування санаторно-курортної сфери. *Регіональні проблеми розвитку туризму та рекреації*. Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2005. С. 115–121.
4. Санахметова Н.О. Договір концесії як форма інвестування. *Актуальні проблеми держави і права*. 2005. № 25(68). С. 294–297.

5. Щодо договору комерційної концесії : Лист Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва від 11.02.2004 № 761. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/DP1113.html (дата звернення: 02.09.2019).
6. Hrabar M.V. Concession as the implementation of public-private partnership in sphere of tourism and recreation. *Economic Processes Management*. 2014. № 3. URL: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2014_3/2014_3_1.pdf
7. Guidelines for Planning and Management of Concessions, Licenses and Permits for Tourism in Protected Areas / F.J. Paul Eagles et al. Waterloo, Ontario, Canada, 2009. 103 p.
8. Spenceley A., Casimiro R. Tourism concessions in protected areas in Mozambique: Analysis of tourism concessions models in protected areas in Mozambique. 2012. 106 p.

REFERENCES:

1. Bacho R.Y., Poida-Nosyk N.N., Sichka I.I. (2015) Investytsii v turystychno-rekreatsiinu haluz Ukrainy: teoriia ta praktyka rehuliuвання [Investments in the tourism and recreational industry of Ukraine: theory and practice of regulation]. Uzhhorod: Vydavnytstvo FOP Breza A.E. (in Ukrainian)
2. Economic Code of Ukraine (2014) Kharkiv : Odissei. (in Ukrainian)
3. Rozmetova O.H. (2005) Kontsesiinyi dohovir yak innovatsiina forma investuvannya sanatorno-kurortnoi sfery [The concession agreement as an innovative form of investing in the health resort area] Rehionalni problemy rozvytku turyzmu ta rekreatsii. Donetsk: TOV „Yuho-Vostok, Ltd”, 115–121. (in Ukrainian)
4. Saniakhmetova N.O. (2005) Dohovir kontsesii yak forma investuvannya [Concession agreement as a form of investment]. Aktualni problemy derzhavy i prava, vol. 25, no. 68, pp. 294-297. (in Ukrainian)
- Concerning a commercial concession agreement. Lyst Derzhavnoho komitetu Ukrainy z pytan rehuliatornoj polityky ta pidpriemnytstva vid 11.02.2004 r. № 761. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/DP1113.html (accessed 2 September 2019). (in Ukrainian)
5. Hrabar M.V. (2014) Concession as the implementation of public-private partnership in sphere of tourism and recreation [Internet source] / *Economic Processes Management: International Scientific E-Journal*. Available at: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2014_3/2014_3_1.pdf (accessed 3 September 2019).
6. Paul F. J. Eagles, Cynthia M. Baycetic, Xiaoye Chen and other (2009) Guidelines for Planning and Management of Concessions, Licenses and Permits for Tourism in Protected Areas. Waterloo, Ontario, Canada.
7. Spenceley A., Casimiro R. (2012) Tourism concessions in protected areas in Mozambique: Analysis of tourism concessions models in protected areas in Mozambique.

УДК 334.716

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-15>**Скачков О.М.**

*кандидат технічних наук,
доцент кафедри економіки та маркетингу
Національного аерокосмічного університету
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*

Войтенко К.В.

*студентка факультету програмної інженерії та бізнесу
Національного аерокосмічного університету
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*

Skachkov Oleksandr

*PhD in Technical, Associate Professor of Economics and marketing Department
Zhukovsky National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute»*

Voitenko Kateryna

*master student of Software Engineering and Business Faculty
Zhukovsky National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute»*

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

BUILDING OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS OF THE MACHINE-BUILDING INDUSTRY IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

АНОТАЦІЯ

В Україні найбільш конкурентоспроможною галуззю промисловості є авіаційна, оскільки має значний потенціал для розвитку не тільки в межах національного ринку, а й у глобальному масштабі. Сьогодні проблема конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі України на світових ринках є складною й комплексною. Машинобудівний комплекс залишається технологічно відсталим, надто вразливим до кон'юнктурних коливань на міжнародному ринку. Машинобудівна галузь потребує розвитку комплексного формування й поетапної реалізації національної стратегії, а також забезпечення належного рівня її конкурентоспроможності на світовому ринку. Для збільшення обсягу виробництва продукції машинобудівної галузі потрібно, щоб на неї був попит на зарубіжних ринках. Метою роботи є дослідження сучасного стану машинобудування в Україні й проведення оцінювання конкурентоспроможності машинобудівного підприємства України «Мотор Січ» і його найбільшого конкурента Pratt & Whitney. Для того щоб узагальнити чинники, які впливають на машинобудівний комплекс, пропонується скористатися SWOT-аналізом. Розкрито сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства». Охарактеризовано причини низького рівня конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі. Запропоновано процедуру управління конкурентоспроможністю машинобудівного підприємства. Сформульовано рекомендації для розв'язання цієї проблеми в Україні.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, машинобудівна галузь, SWOT-аналіз, конкуренція, ринкові можливості, стратегія розвитку.

АННОТАЦИЯ

В Украине наиболее конкурентоспособной отраслью промышленности является авиационная, поскольку имеет значительный потенциал для развития не только в пределах национального рынка, но и в глобальном масштабе. Проблема конкурентоспособности предприятий машиностроительной отрасли Украины на мировых рынках является сложной и комплексной. Машиностроительный комплекс остается технологически отсталым, слишком уязвимым к конъюнктурным колебаниям на международном рынке. Машиностроительная отрасль нуждается в развитии комплексного формирования

и поэтапной реализации национальной стратегии, а также в обеспечении надлежащего уровня ее конкурентоспособности на мировом рынке. Для роста объема производства продукции машиностроительной отрасли нужно, чтобы на нее был спрос на зарубежных рынках. Целью работы является исследование современного состояния машиностроения в Украине и проведение оценки конкурентоспособности машиностроительного предприятия Украины «Мотор Сич» и его крупнейшего конкурента Pratt & Whitney. Для того чтобы обобщить факторы, влияющие на машиностроительный комплекс, предлагается воспользоваться SWOT-анализом. Раскрыта суть понятия «конкурентоспособность предприятия». Охарактеризованы причины низкого уровня конкурентоспособности предприятий машиностроительной отрасли. Предложена процедура управления конкурентоспособностью машиностроительного предприятия. Сформулированы рекомендации для решения этой проблемы в Украине.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, машиностроительная отрасль, SWOT-анализ, конкуренция, рыночные возможности, стратегия развития.

ANNOTATION

An urgent problem in the context of globalization of the Ukrainian economy, its ability to attract investment and financial stability is to increase the level of competitiveness and economic security of business. In Ukraine, the most competitive industry is aviation, as it has a significant potential for development not only within the national market, but also on a global scale. The current problem of enterprise competitiveness of Ukrainian machine-building branch in the world markets is difficult and complex. Realizing the scale and depth of the problem of competitiveness of machine-building enterprises in Ukraine today, we determine that some methods are not finalized and require further improvement. The functioning of all other industries mainly depends on the performance of machine-building enterprises. Of course, mechanical engineering is the only industry that ensures the introduction of scientific and technological progress in all other sectors of the economy. Technologically, the machine-building complex remains technologically backward, too vulnerable to market fluctuations in the international market. The machine-building industry needs development, comprehensive formation and phased implementation

of the national strategy in order to ensure an adequate level of its competitiveness in the world market. In order to increase the volume of production in the machine-building industry, it is necessary that there is demand for it in foreign markets. The aim of the work is to study the current state of mechanical engineering in Ukraine and assess the competitiveness of the machine-building enterprise of Ukraine «Motor Sich» and its largest competitor «Pratt & Whitney». In order to generalize the factors affecting the machine-building complex it is proposed to use SWOT-analysis. The essence of the concept of competitiveness of the enterprise is revealed. The causes of the poor rate of enterprise competitiveness of machine-building branch are characterized. The procedure of management of competitiveness of the machine-building enterprise is offered. Recommendations on the solution of this problem in Ukraine are formulated.

Key words: enterprise competitiveness, machine-building industry, SWOT-analysis, competition, market opportunities, development strategy.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сьогодні в українській економіці дуже важливою є проблема підвищення рівня конкурентоспроможності машинобудівних підприємств, зокрема в умовах загострення конкуренції. При цьому доцільним є також визначення основних чинників, які впливають на управління конкурентоспроможністю, і критеріїв її оцінювання для кращого розуміння наявної ситуації та забезпечення успішного функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Значну увагу формуванню конкурентних переваг та конкурентоспроможності підприємства приділено у працях М.Х. Мескона, Д.С. Воронова, І.С. Головки-Марченко та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Усвідомлюючи масштаб і глибину проблеми конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в Україні сьогодні, зазначимо, що деякі питання, пов'язані з її формуванням, є недопрацьованими і потребують подальшого вдосконалення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження сучасного стану машинобудування в Україні й проведення співставлення конкурентоспроможності машинобудівного підприємства «Мотор Січ» порівняно з його найбільшим конкурентом на світовому ринку Pratt & Whitney.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Насправді конкуренція виявляється рушійною силою, яка допомагає розвивати підприємство й максимально задовольняти потреби споживачів, надаючи товарам і послугам досконалості. Конкуренція (від лат. concurrentia) – змагання, суперництво, тому слід приділити увагу багатозначності трактувань суті поняття «конкурентоспроможність підприємства». М.Х. Мескон уважав, що конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, яка відо-

бражає відмінності розвитку певної фірми від ступеня задоволення своїми товарами потреби людей, а за ефективністю виробничої діяльності характеризує можливості й динаміку пристосування до умов ринкової конкуренції [3, с. 426]. На думку Д.С. Воронова, конкурентоспроможністю підприємства є рівень ефективності використання економічних ресурсів суб'єктом господарювання відносно конкурентів. При цьому існують два джерела конкурентоспроможності: операційна ефективність і стратегічне позиціонування [1, с. 75].

Машинобудівна галузь є однією з базових галузей економіки, її системоутворюючим елементом, що визначає загальний стан виробничого потенціалу України. Від результатів діяльності машинобудівних підприємств залежить функціонування всіх інших галузей промисловості. У жорстких умовах глобалізованих економічних трансформацій необхідно стає активна реалізація стратегічних змін та інноваційної діяльності на підприємствах машинобудівного комплексу.

Економічний розвиток і науково-технічний прогрес в економіці України неможливі без стабільного економічного стану промисловості.

Безумовно, машинобудування є єдиною галуззю промисловості, яка забезпечує впровадження досягнень науково-технічного прогресу до всіх інших секторів економіки.

Для здійснення ефективного керівництва галуззю у цілому та управління окремими машинобудівними підприємствами зокрема необхідним є дослідження стану й структури ринку машинобудівної сфери, визначення проблемних аспектів і формування напрямів для їх подальшого усунення.

Сьогодні чимало підприємств стали збитковими через кілька причин, а саме низький рівень конкурентоспроможності продукції, застарілу матеріально-технічну базу, недосконалу систему управління виробничою діяльністю.

Машинобудування є складною й комплексною галуззю. Це виявляється у його значному впливі на розвиток інших галузей, зокрема через забезпечення ефективним і якісним обладнанням.

Конкурентоспроможність підприємства не є сталою характеристикою й означає його спроможність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти в певний період основним конкурентам. Разом зі зміненням зовнішнього та внутрішнього середовища змінюються також конкурентні переваги порівняно з іншими підприємствами галузі [2, с. 71].

Підсумувавши тенденції розвитку машинобудування, доцільно зазначити основні чинники, які спричинили сповільнення зростання й зумовили відсталість у цій галузі (рис. 1).

Проаналізувавши негативні чинники та їхній вплив на машинобудівну галузь, слід зазначити, що для цього сектору економіки характерними є нерозвиненість системи управління й застаріла виробнича база.



Рис. 1. Основні чинники, які спричинили негативні тенденції у розвитку машинобудування

Джерело: складено авторами на основі [4]

Унаслідок цього українські машинобудівні підприємства значно відстають в інноваційному розвитку і є неконкурентоспроможними на міжнародному рівні.

Для більш детального дослідження наявної проблеми (низької конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на зарубіжних ринках) проведемо SWOT-аналіз підприємства ПАТ «Мотор Січ» (Україна) і його головного конкурента Pratt & Whitney (Канада).

Сильні й слабкі сторони характеризують поточний стан компанії з огляду на внутрішні чинники, що впливають на ефективність компанії. Компанія посилює свої сильні сторони для підвищення ефективності на ринку. Щоб слабкі сторони не перешкоджали цьому, їх поліпшують хоча б до нейтрального рівня. Аналіз чинників внутрішнього середовища організації є її управлінським обстеженням, що полягає в

оцінюванні функціональних зон – маркетингу, фінансів, виробництва, управління організацією. У результаті проведення аналізу було отримано порівняльну характеристику сильних та слабких сторін «Мотор Січ» та Pratt & Whitney (табл. 1, 2).

Дослідження сильних і слабких сторін діяльності компаній дає можливість визначити та діагностувати пріоритети в розвитку підприємства, а саме виробництво власного обладнання й техніки як частини комплексних рішень, що дасть змогу зменшити собівартість продукції та послуг без утрати якості, забезпечити стабільний інноваційно-інвестиційний розвиток підприємства шляхом розроблення й впровадження у виробництво прогресивних науково-технічних і конструкторсько-технологічних рішень, що спираються на новітні технічні та наукові інноваційні досягнення.

Таблиця 1

Слабкі та сильні сторони «Мотор Січ» та Pratt & Whitney

«Мотор Січ»	Pratt & Whitney
Сильні сторони	
1. Виробництво двигунів з унікальними характеристиками, диверсифікована продуктова лінійка 2. Тривалі історичні зв'язки з клієнтами 3. Партнерство із сильним розробником двигунів КБ «Івченко-Прогрес» 4. Досвідчений і кваліфікований персонал	1. Входить до найкращих постачальників на ринку аеромоторів 2. Boeing та Airbus є клієнтами 3. Це частина United Technologies, яка є глибоким кишеньковим конгломератом 4. Сотні авіакомпаній працюють від його двигунів. 5. Є всесвітньо відомим своїми технологіями виробництва й послуг
Слабкі сторони	
1. Недостатня ємність внутрішнього ринку 2. Низький рівень контролю над операційною діяльністю з боку акціонерів 3. Невизначеність стратегії	1. Виробники в галузі авіаційних двигунів працюють разом у спільних підприємствах, а отже, важко конкурувати та диференціюватися на ринку 2. Вартість розроблення нового двигуна є дуже високою – близько 1 млрд дол. 3. Ринки мають дуже обмежену місткість із високою конкуренцією

Таблиця 2

Можливості й загрози «Мотор Січ» і Pratt & Whitney

«Мотор Січ»	Pratt & Whitney
Можливості	
1. Високий ступінь зношення українського авіаційного парку 2. Зростання потреб в авіатехніці з вертикальним злетом як для цивільних, так і для військових цілей 3. Постійне розроблення нових продуктів, для проникнення в суміжні галузі 4. Проникнення на нові ринки	1. Високий попит на пасажирські реактивні літаки з двигунами, що становлять третину вартості нового авіаційного парку 2. Можливість значної державної підтримки (на посилення військового комплексу) 3. Запуск більш ефективних і технологічно розвинених двигунів може забезпечити перевагу перед конкурентами
Загрози	
1. Неринкові урядові методи захисту внутрішніх ринків тих країн, до яких компанія експортує продукцію 2. Корупція під час державних закупівель 3. Посилення конкуренції на ринку авіадвигунів 4. Політична нестабільність у державі та світі 5. Низький рівень інноваційності 6. Подорожчання імпортованих комплектуючих і сировини	1. Висока конкуренція на американському ринку, що послабляє позиції компанії 2. Дуже висока вартість виготовлення продукції 3. Висока конкуренція, через яку зменшуються доходи

Тепер розглянемо ринкові можливості й загрози «Мотор Січ» та Pratt & Whitney (табл. 2).

Із таблиць 1 і 2 можна зробити висновок, що зараз у машинобудівній галузі як в Україні, так і в інших країнах проблеми є дуже схожими. Для того щоб більш ефективно просувати машинобудівну продукцію, необхідно моніторити зміни на ринку авіаційної техніки, розробляти нові перспективні види продукції, вдосконалювати стандартний набір послуг, які компанія пропонує своїм замовникам, упроваджувати нові рішення.

Пропонується процедура, яка, на нашу думку, дасть змогу оцінити стан підприємства й допоможе прийняти найефективніші рішення для управління конкурентоспроможністю підприємства (рис. 2).

Для прийняття рішень з управління конкурентоспроможністю підприємства необхідно пройти декілька етапів: спочатку виявити чинники,

які впливають на підприємство, потім згрупувати чинники для подальшого їх оцінювання, щоб з'ясувати, як саме вони впливають, спрогнозувати рівень конкурентоспроможності після змінення впливу чинників та виходячи із цього за допомогою методів розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності, розрахувати витрати на реалізацію цих заходів, завдяки чому буде зрозуміло, чи є дієвою відповідна методика. На останніх етапах необхідно оцінити ефективність розроблених заходів й прийняти рішення щодо реалізації або змінення комплексу заходів для підвищення рівня конкурентоспроможності відповідного підприємства.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Виходячи з отриманих результатів, можна чітко визначити, що на цьому етапі на машинобудування найбільше впливають політичні чинники. Для змінення цієї ситуації необхідно підви-

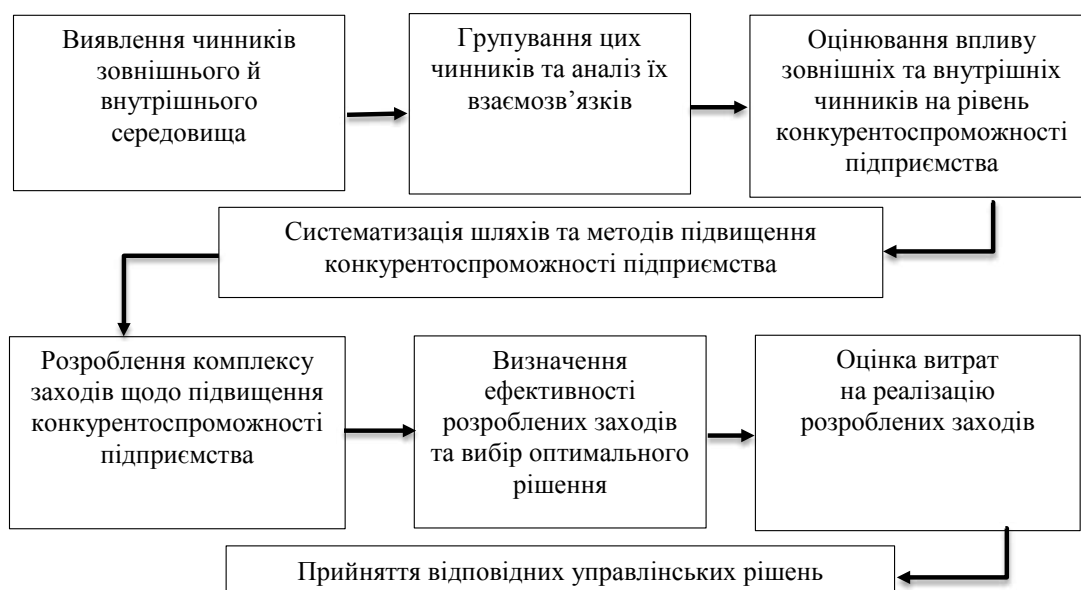


Рис. 2. Процедура управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: авторська розробка

щити рівень якості машинобудівної продукції, щоб вийти на європейський ринок. Слід звернути увагу також на інші чинники зовнішнього середовища, змінити податкову політику й стимулювати інноваційну діяльність, що зміцнить конкурентоспроможний потенціал машинобудівних підприємств і дасть змогу бути конкурентоспроможним не лише на пострадянському просторі, а й на глобальних ринках.

Для збільшення обсягу виробництва машинобудівної продукції необхідно, щоб на неї був стійкий попит на зарубіжних ринках. Отже, щоб машинобудівна галузь розвивалася, цьому слід приділяти підвищену увагу. Значну роль у нарощенні обсягів виробництва машинобудівної продукції відіграватиме розвиток авіакосмічного машинобудування, у тому числі в контексті реалізації домовленостей стосовно співпраці з країнами – основними партнерами у цій сфері (Бразилією, країнами Південно-Східної Азії та Близького Сходу), а також налагодження повномасштабного серійного виробництва сучасних вітчизняних літаків і поліпшення фінансового стану підприємств авіаційної та космічної галузі завдяки наданим податковим пільгам. У цілому збільшення обсягів виробництва у машинобудуванні з урахуванням посилення позицій України на світовому ринку середньо- і високотехнологічної продукції, згідно з прогнозами уряду на 2019–2021 рр., у середньому за рік становитиме 8,9% [6]. Однак для забезпечення подальшого розвитку українські машинобудівні підприємства потребують розроблення й упровадження урядом України комплексної стратегії розвитку машинобудівної галузі на майбутні 10–15 років.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Воронов Д.С. Оцінка, аналіз і виявлення шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств : дис. ... кан. економ. наук : 08.00.05. Єкатеринбург, 145 с.
2. Головка-Марченко І.С. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Вип. 43. С. 67–73.
3. Мескон М.Х. Основи менеджменту / пер. з англ. Л.І. Євенко. Москва, 1997. 481 с.
4. Нестерчук В.М., Жалінська І.В. Визначення рівня конкурентоспроможності підприємств галузі сільськогосподарського машинобудування та основні напрями її забезпечення. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_2_57.pdf (дата звернення: 07.12.2019).
5. Мотор Січ. Річний звіт – 2018. URL: http://www.motorsich.ua/userfiles/otchet-2018_m.pdf (дата звернення: 07.12.2019).
6. Прогноз економічного і соціального розвитку України на 2019–2021 роки. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/proshvalennya-prognozu-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-ukrayini-na-20192021-roki> (дата звернення: 07.12.2019).
7. Pratt & Whitney : офіційний сайт. URL : <https://www.pw.utc.com> (дата звернення: 07.12.2019).

REFERENCES:

1. Voronov, D.S. (2002) Ocinka, analiz i vyjavlennja shljakhiv pidvyshhenja konkurentospromozhnosti pidpryjemstv [Assessment, analysis and identification of ways to improve the competitiveness of enterprises]. 145 p. (in Russian)
2. Golovko-Marchenko I.S. (2013) Suchasni pidkhody do rozuminnja sutnosti ponjattja «konkurentospromozhnistj pidpryjemstva». [Modern approaches to understanding the essence of the concept «competitiveness of the enterprise»]. *Journal of transport and industry Economics*, vol. 43, pp. 67–73. (in Ukrainian)
3. Meskon, M.H. Fundamentals of management. L.I. Evenko. Moscow, 1997. 481 p. (in Russian)
4. Nesterchuk, V.M. Zhalins'ka, I.V. Vyznachennja rivnya konkurentospromozhnosti pidpryjemstv haluzi sil'skohospodars'koho mashynobuduvannya ta osnovni napryamy yiyi zabezpechennja [Determination of the level of competitiveness of the agricultural machinery industry enterprises and main directions of its provision]. *Economics. Management. Innovation*. 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_2_57.pdf (accessed: 7 December 2019). (in Ukrainian)
5. Motor Sich. Annual report - 2018. URL: http://www.motorsich.ua/userfiles/otchet-2018_m.pdf (accessed: 7 December 2019).
6. Forecast of economic and social development of Ukraine for 2019-2021. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/proshvalennya-prognozu-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-ukrayini-na-20192021-roki> (accessed: 7 December 2019).
7. Pratt & Whitney official website: website. URL: <https://www.pw.utc.com> (accessed: 7 December 2019).

УДК 330:3

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-16>**Тимошенко Н.Ю.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»***Мелех Н.В.***студентка
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»***Tymoshenko Nataliia***PhD in Economics Sciences, Associate Professor,
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”***Melekh Nataliia***Student of International Economics,
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”*

ГЛОБАЛЬНІ ПРИЧИНИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

GLOBAL CAUSES AND CURRENT TRENDS IN DIGITAL INNOVATIONS IN UKRAINE AND IN THE WORLD

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто концептуальну основу глобального розвитку сучасних цифрових інновацій, визначено актуальні тренди діджиталізації у світі. Узагальнено ключові моменти та причини відставання цифрової економіки України від середніх темпів розвитку цифрових технологій розвинених країн та країн, що розвиваються. Запропоновано заходи зі створення сприятливого середовища для розробок, впровадження та використання цифрових інновацій у країні. Виявлено, що частка цифрових технологій у ВВП країн щороку зростає: як попит на них, так і безпосередньо кількість інноваційних платформ. Основну увагу приділено необхідності адаптації бізнес-середовища до мінливості технологічних тенденцій та прийняття викликів цифрової глобалізації для сприяння загальному економічному зростанню країни та вирішенню багатьох економічних і соціальних проблем.

Ключові слова: діджиталізація, цифрові інновації та технології, цифрова економіка, трансформація, технологічні тренди й тенденції, ІКТ-сектор, цифрова платформа, «хмарні» технології, Інтернет.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена концептуальная основа глобально-го развития современных цифровых инноваций, определены актуальные тренды диджитализации в мире. Обобщены ключевые моменты и причины отставания цифровой экономики Украины от средних темпов развития цифровых технологий развитых стран и развивающихся стран. Предложены меры по созданию благоприятной среды для разработок, внедрения и использования цифровых инноваций в стране. Обнаружено, что доля цифровых технологий в ВВП стран ежегодно растет: как спрос на них, так и непосредственно количество инновационных платформ. Основное внимание уделено необходимости адаптации бизнес-среды к изменчивости технологических тенденций и принятию вызовов цифровой глобализации для содействия общему экономическому росту страны и решению многих экономических и социальных проблем.

Ключевые слова: диджитализация, цифровые инновации и технологии, цифровая экономика, трансформация, технологические тренды и тенденции, ИКТ-сектор, цифровая платформа, «облачные» технологии, Интернет.

ANNOTATION

The article addresses the issue of the rapid global development of modern digital innovations and identifies current trends in digitalization in the world. Increasing integration of physical and computing components, the transition of activities from the real world to the virtual (online) creates the need to study the level of digitalization in the countries of the world. In addition, there has been generalized the key points and causes behind the lagging of digital economy of Ukraine from the average rates of digital technologies development in most of the countries. In this work, digitization was seen as a tool, not an end-point in itself. Under a system state approach, digital technologies will stimulate job creation, increase productivity, economic growth and quality of life for Ukrainian citizens. Approaches have been offered to build a favorable environment for digital innovations diffusion in the country. It has been found out that in addition to the direct productivity gains that digital companies receive, there is a chain of indirect benefits of digitalization, such as saving time, creating new demand for new goods and services, new quality and value, and more. The article explores that Industry 4.0 i.e. the digital transformation of manufacturing processes, leads to a fundamental change in the way citizens, businesses and organizations act, how they deliver value to themselves, their employees, customers, partners, reaching their own and shared, economic and social goals faster, cheaper, and with new quality. Accentuation is placed on the need to adapt the business environment to the changing technological trends and take on the challenges of digital globalization to promote the overall economic growth of the country and solve many economic and social problems. The main tasks of the state on the way to digitization of the country are identified. Correction the defects of market mechanisms, overcoming institutional and legislative barriers, launching digital transformation projects at the national level and attraction relevant investments are identified in this paper as a basis of stimulation the development of digital infrastructure.

Key words: digitalization, digital innovation and technology, digital economy, transformation, technological trends and tendencies, ICT sector, digital platform, cloud technologies, Internet.

Постановка проблеми. У Лісабонській стратегії держави-члени та Європейська комісія визнали, що посилення інновацій є ключовим фактором для відповіді на виклик глобалізації. Успіх у світовій економіці визначається здатністю фірм давати відповіді на мінливі погляди, потреби та структури. Зв'язок між інноваціями, економічним зростанням, добробутом та соціальною єдністю, безперечно, дуже тісний. Доведено, що інновації є двигуном стійкого економічного зростання, що приводить до підвищення рівня добробуту для тих країн, які більше, ніж інші, використовують і реалізують свої технологічні можливості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для надання суспільству всебічного й загального глобального розуміння того, як цифрові технології змінюють теперішнє життя та життя майбутніх поколінь в економічних, соціальних, екологічних і культурних контекстах, під впливом Четвертої промислової революції створено безліч ініціатив, стратегій та програм на базі найвідоміших та найвпливовіших структурних утворень. Дослідженнями процесів цифрової трансформації бізнесу та формуванням бізнес-моделей з акцентом на цифрові технології займалися та продовжують займатись такі вітчизняні вчені, як О.Є. Гудзь, С.М. Ілляшенко, Л.І. Федулова, Л.В. Фролова, А.О. Наторіна. Цифровізацію вивчали та досліджували такі зарубіжні вчені, як Ф. Котлер, Г. Катарджая, Д. Тапскотт, І. Сетьяван, О. Раузер, М. Окландер, С. Ромат.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте недостатньо розкритою залишається проблема перетворення українського суспільства на інформаційно-мережеве, а також зміна економіки України відповідно до глобальних цифрових вимог та тенденцій.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є обґрунтування основних трендів цифрової трансформації економіки та глобальних причин стрімкого розвитку цифрових інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останніми роками темп змін, які відбуваються в житті, суспільному розвитку, економіці, освіті, управлінні та інших сферах, стає все швидшим. Причинами такого росту є процеси поширення інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет, явища глобалізації та конвергенції як взаємопроникнення у бізнес-процеси учасників цифрової екосистеми. За науковими оцінками у сучасному світі інформаційно-комунікаційні технології формують новий технологічний базис суспільства.

До цифрових технологій належать Інтернет речей, роботизація та кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані, безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні та туманні обчислення, безпілотні та мобільні технології, біометричні, квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн тощо. В майбутньому

передбачається становлення гіпертехнологічного й пов'язаного світу, величезної «розумної» платформи з автономними речами і все більш природними взаємозв'язками між фізичним та цифровим світами, де не можуть ігноруватись конфіденційність та етика.

Провідна світова дослідницька й консалтингова компанія у сфері інформаційних технологій “Gartner” минулого року класифікувала першу десятку технологічних тенденцій у трьох макрообластях, таких як інтелект, діджиталізація та сітчаста мережа [1]. Американська аналітична компанія описує майбутнє з розумними інтелектуалізованими пристроями та механізмами, які надаватимуть усюди проникливі цифрові послуги.

Першочерговою необхідністю для підприємств у таких динамічних зовнішніх умовах є потреба у вмінні пристосовуватись до постійних змін, осучаснювати підходи, методи та способи діяльності на засадах цифрових технологій, організовувати перетворення та переходи до електронного ведення бізнесу. Досить велика частка фінансових, автомобільних, роздрібно-торговельних компаній вже на цей день впроваджує цифрові технології у власні бізнес-процеси. За передбаченнями аналітиків “Gartner” у 2017 році 75% великих організацій до 2020 року будуть інвестувати кошти в цифрову трансформацію свого бізнесу, а саме розроблення технологічних рішень для її втілення [1]. Дослідження цифрового бізнесу компанії “IDG” у 2018 році показують, що 89% організацій планують прийняти першу цифрову бізнес-стратегію, проте лише 44% повністю прийняли цей підхід. Лідирують за часткою адаптації цифрових інновацій сфери сервіс-обслуговування (95%), фінансових послуг (93%) та охорони здоров'я (92%) [2]. 55% стартапів вже прийняли стратегію цифрового бізнесу порівняно з 38% традиційних підприємств.

Зменшення вартості передових технологій (смартфон найвищого рівня у 2007 році коштував 499 доларів; модель з аналогічними характеристиками коштувала 10 доларів у 2015 році) революціонізує бізнес та суспільство. Комбінаційні ефекти мобільних, «хмарних», сенсорних та аналітичних технологій, штучного інтелекту прискорюють прогрес в експоненціальному масштабі [2].

Такий виклик бізнес-сектору може бути прийнятим лише чітко окресленим усвідомленням напрямів та темпів інновацій як у конкретній галузі чи на місцевому товарному ринку, так і в глобальних масштабах.

Для того щоби продовжувати бути конкурентоздатними в сучасних умовах розвитку ринку, бізнес-лідери вже зараз впроваджують інновації, що найближчими роками зможуть стати двигунами та акселераторами розвитку цілих галузей промисловості, а також національних економік. Сфери праці, освіти, управління й дозвілля вже давно трансформувались під посилен-

ним використанням персональних комп'ютерів та мережі Інтернет. Це дало поштовх новим ринковим можливостям, сформувавши чималі наслідки для економіки в широкому колі секторів. Бездротові мережі, передові мобільні пристрої, відео-технології та технології конференц-зв'язку сприяли інтеграції інформаційно-комунікаційних технологій у різноманітні економічні та соціальні простори, формуючи нову світову економіку, а саме цифрову (рис. 1). Трендом останніх років є зростання соціальних та «хмарних» технологій, що відіграє неабияку роль для інформаційної інфраструктури корпоративного сектору.

Загальна мета цифровізованої економіки полягає в перебудові у гнучке та адаптоване до сучасних реалій виробництво, щоби підвищувалась конкурентоздатність країни у цифровому глобальному просторі й відбувалось отримання очікуваних переваг та результатів, чого вимагає суспільство [3]. Це означає, що впровадження на різних рівнях економічних систем цифрових інформаційних платформ дасть змогу вирішувати різні поставлені стратегічні проблеми в рамках Нової індустріалізації.

Цифровізована економіка зростає на базі інформаційної економіки та є її продовженням в ролі безпрецедентного технологічного прориву в результаті досягнень IV промислової революції, де інновації, зокрема цифрові, поширюються з нелінійною швидкістю, глибиною й масштабом проникнення, силою впливу на комплекси та системи.

Цифрові технології сприяють формуванню нових запитів, вимагаючи негайної інноваційної реакції з боку національних господарств, раніше створених екосистем, окремих підприємств і суспільства загалом.

Цифрова економіка є системою методів створення, застосування та поширення ІКТ. Найперспективнішими її елементами є платформенна економіка, економіка «вільного заробітку» (gig-economy), економіка «спільного споживання» (sharing economy), тобто ті абсолютно нові види економічної діяльності, що не існували до появи цифрових технологій [4]. Щодо цифровізації торгівлі й логістики розроблено «платформну концепцію».

Цифрова платформа – це усталений пристрій, споруджений за сучасними хмарними технологіями, що полегшує еволюцію програмного забезпечення або програм та забезпечує учасників ринку низкою зручностей, автоматично формуючи довіру між ними й даючи змогу продавцю та покупцю товару або послуги оперативного віднайти один одного, укласти угоду й провести оплату. Проте це саме по собі не є продуктом. Послуги, додатки та рішення на платформі – це продукти, за які клієнт буде платити та з якими буде взаємодіяти. Існування платформ прискорює та здешевлює процес виробництва товарів та послуг й обміну ними, вилучає з них зайві посередницькі ланки, значно збільшує ефективність ринку й продуктивність праці.

Прикладами міжнародних цифрових платформ є “Uber”, “Airbnb”, “Booking”, “Amazon”, “Alibaba”. Платформні компанії, такі як “Google” і “Facebook”, вочевидь, належать до цифрового сегменту; менш очевидними прикладами є платформні компанії, що займаються продажем реальних товарів, наприклад “Amazon”, “eBay” і “Alibaba”; сюди ж увійдуть компанії, діяльність яких перебуває на стику традиційної й цифрової економік, тобто компанії на кшталт “Uber” і “Airbnb”. Ці компанії враховуються як частина цифрової економіки, бо вони не займаються суто нерухомістю або наданням послуг таксі; ці фірми є цифровими платформами, заснованими на інноваційних цифрових технологіях і цифрових бізнес-моделях [5].

Цифрова трансформація дає промисловості безпрецедентні можливості для створення вартості та нових джерел прибутку. Раніше компаніям “Fortune 500” знадобилося б у середньому 20 років, щоби досягти значення в мільярд доларів; сьогодні цифровим стартапам потрібно лише чотири роки для досягнення цієї мети [1]. Експерти консалтингових компаній стверджують, що 39% керівників очікують, що їх організації отримають найбільшу користь від цифрових ініціатив за 3–5 років [4]. Діджиталізація може принести суспільству користь, яка дорівнює цінності, створеної для промисловості, або навіть перевершує її, наприклад, масове прийняття та впровадження автономних тран-

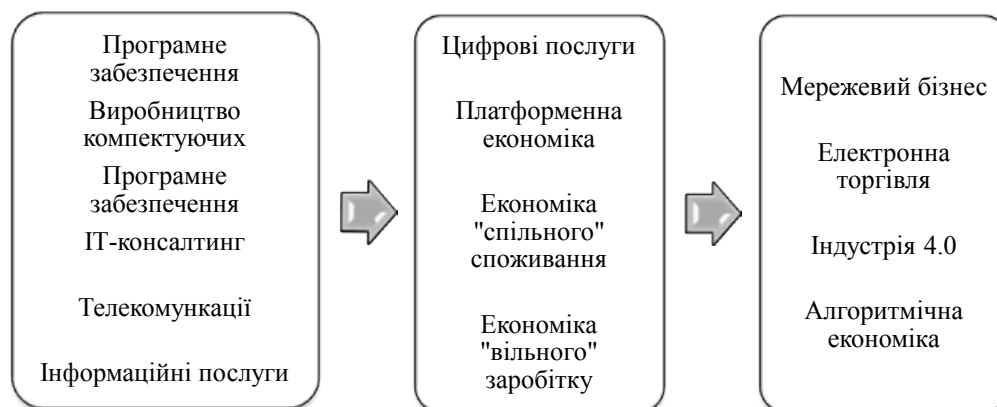


Рис. 1. Тривірневий розвиток цифровізованої економіки [4]

спортних засобів та страхування автомобілів на основі використання може врятувати близько 1 мільйона життів до 2025 року. Попередні промислові революції мали величезні суспільні наслідки, підтримуючи вибух у світовому населенні протягом останніх 200 років. За останні 50 років глобальна кількість населення зростає вдвічі, а до кінця століття зросте до 11 мільярдів. У 1800 році населення світу становило близько 1 мільярда, а останнє поповнення 1 мільярда людей зайняло лише 12 років [6].

Щоб не відставати від зростаючого попиту, технології довелось прискорити. Часто спостерігалось, що вдосконалення обчислювальної потужності значною мірою йшли в ногу із законом Мура, який говорить про те, що кожні два роки потужність комп'ютерів подвоюється. Після чотирьох десятиліть експоненціальних збільшень світ тепер подвоює величезну кількість процесорних та обробних потужностей за кожен дворічний період, що приводить до дивовижних стрибків уперед щодо технологічних можливостей.

Клієнти у сфері B2C та B2B розвивають ненаситний попит на швидкість, зручність, контекстуалізацію та безперервне підключення. Крім того, коли нові покоління стануть генераторами абсолютно нових ідей, використання технологій відбуватиметься не тільки для покращення свого життя, але й для сталого розвитку планети. Можливо, дітям, народженим сьогодні, ніколи не доведеться керувати автомобілем через технології автономного водіння.

Цифровізація може вирішити такі проблеми, як, наприклад, надмірне споживання енергії у світі, що є нестійким та посилюється, а викиди з енергетичного сектору вдвічі збільшуються. Зростаюче населення збільшує тиск на продовольчі запаси та природні ресурси. Збереження нинішньої тенденції збільшення тривалості життя перетворюється на ще більший податковий тягар для населення світу загалом та бізнесу зокрема, оскільки перенавантажені системи охорони здоров'я не можуть впоратися зі старінням населення. Потенційна сукупна цінність для суспільства та промисловості може перевищити 20 трильйонів доларів до 2025 року від оцифрування таких чотирьох галузей, як автомобільна, споживча, електрикопромислова та логістична [7]. Діджиталізація має стати ключовим інструментом для того, щоби досягти стратегічної мети України, а саме збільшити

ВВП до 2030 року у восьмикратному розмірі, а саме до 1 трлн. дол., забезпечити добробут, комфорт українців та підвищити якість життя на рівень, вищий за середнє значення у Європі.

Згідно з оцінками Українського інституту майбутнього частка цифрової економіки у ВВП найбільших країн світу у 2030 році сягне 50–60%. В Україні цей показник, за їх оцінками, може бути ще вищим, а саме 65% ВВП (за реалізації форсованого сценарію розвитку цифрової економіки в Україні) [8].

Найбільш динамічними й значущими сегментами цифрової економіки є телекомунікації та діяльність, пов'язана з використанням комп'ютерних пристроїв та інформаційних технологій, яка включає розроблення програмного забезпечення, консультування, оброблення інформації, створення й використання баз даних та інформаційних ресурсів, зокрема Інтернету, обслуговування обчислювальної техніки. Реагування на подібні зміни зовнішнього й внутрішнього характеру викликає зростаючий попит на розвиток науки та технологій. За рівнем розвитку цифрової економіки, що визначається на основі міжнародного індексу I-DESI, опублікованого Європейською комісією у 2016 році, Україна відстає в розвитку від країн ЄС і США (табл. 1).

Україна поки що не входить у групу лідерів розвитку цифрової економіки за багатьма показниками не тільки за часткою цифрової економіки у ВВП, але й за витратами домогосподарств на цифрові розробки, інвестиціями компаній у цифровізацію, а також рівнем витратків держави на цифровізацію національної економіки. Досвід Сполучених Штатів і Китаю показує, що розвиток цифрової економіки сприяє посиленню конкуренції, підвищенню продуктивності й трудової кваліфікації населення, полегшенню управління ресурсами й доступу до інформації, створенню низки інших переваг для користувачів і самих компаній. Не лише люди користуються Інтернетом сьогодні, але й приблизно 20 млрд. машин і механізмів, зокрема пристрої, датчики, прилади. Отже, участь людини у виробництві та проміжному споживанні буде зменшуватися.

Як показує динаміка змін частки цифрової економіки за останні роки, її збільшення у всіх двадцяти найбільших економіках планети є чималим. Наприклад, Великобританія за період останніх шість років змогла збільшити частку

Таблиця 1

Внесок цифрової економіки у ВВП деяких країн світу, 2017 рік [3]

Країна	Частка у ВВП, %	Витрати домогосподарств у цифровій сфері, %	Інвестиції компаній у цифровізацію, %	Державні витрати на цифровізацію, %	Експорт ІКТ, %	Імпорт ІКТ, %
США	6,9	5,3	5,0	1,3	1,4	2,1
Китай	10,0	4,8	1,8	0,4	5,8	2,7
Країни ЄС	8,2	3,7	3,9	1,0	2,5	2,9
Бразилія	6,2	2,7	3,6	0,8	0,1	1,0
Індія	5,5	2,2	2,0	0,5	2,9	2,1
Росія	3,9	2,6	2,2	0,5	0,5	1,8

доходів від цифрових інновацій у структурі ВВП на більш ніж 4 позначки, країни ЄС – на 2 позначки, а Індія – на півтори.

Світовий банк визначає цифрові дивіденди як переваги, які виникають під час використання цифрових інновацій, отже, ними є економічне зростання, зниження безробіття, податкові доходи, інвестиційні притоки, надання фінансових та нефінансових послуг [7].

Щоби в країні активно розвивались цифрові технології та поступово оцифровувалась економіка, необхідно, щоб успішно функціонували такі компоненти:

- нормативно-правове законодавство, що стимулює посилення конкуренції та вихід на ринок стартапам, яке б давало змогу підприємствам сповна використовувати цифрові технології та інновації;

- набуття таких вмінь працівниками, бізнесменами, державними службовцями, аби вміти правильно та ефективно використовувати можливості цифрових технологій (посилення цифрової обізнаності);

- забезпечення взаємозв'язку критично важливих мереж, таких як телекомунікаційні та банківські системи, щоби платформи стали взаємодіючими, додатки та сервіси працювали в усіх системах і були доступні всім;

- розроблення політики щодо цифрової економіки на основі обміну даними «відкритого уряду» та аналітики Великих даних (Big Data), включаючи встановлення положень про захист даних, а потім забезпечення постійного оновлення та актуальності таких регуляторних норм, оскільки вони охоплюють все більше секторів та послуг;

- розроблення політики розумної безпеки (в цьому разі – політики кібербезпеки) для захисту національних інформаційних інфраструктур та сприяння швидкому обміну інформацією про кібератаки, зокрема транснаціонально.

Сприяння цифровому розвитку, а саме цифровим фінансовим послугам, цифровій ідентифікації, соціальним мережам і відкритим даним, використанню технологій блокчейн поширює вигоди на всю економіку й на все суспільство.

Інформаційно-комунікаційні технології – важливий фактор сприяння розвитку цифрових інновацій та суспільства загалом. Науковці припускають, що ІТ-технології можуть забезпечити від однієї четвертої до третини всього обсягу економічного зростання. Дані Світового банку свідчать про те, що частка ІКТ у ВВП країн – членів ОЕСР становить близько 6%, що значно більше, ніж у країн, що розвиваються [7]. Найбільші за доходом високотехнологічні компанії світу розташовані у США з внеском сектору ІКТ у ВВП близько 7%. Аналогічний показник складає 12% в Ірландії, тобто країні, де, звісно, відсутня власна Кремнієва долина, проте яку багато іноземних компаній знаходять привабливою завдяки її конкурентному бізнес-середовищу та вигідним ставкам оподаткування.

Варто зауважити, що добре розвинутим країнам притаманно приділення великої уваги розвитку цифрової економіки. Європейська комісія виявляє п'ять ключових пріоритетних напрямів під час опису рамок цифрового підприємництва [2: 3]:

- база цифрових знань та ринок ІКТ;
- цифрове бізнес-середовище;
- фінансовий доступ;
- цифрові навички та е-лідерство;
- підтримуюча підприємницька культура [10].

Фінляндія, Швеція, Нідерланди та Данія посідають найвищі місця в рейтингу європейських країн DESI 2019 (Індекс цифрової економіки та суспільства) та є світовими лідерами у галузі впровадження цифрових інновацій. За ними йдуть Великобританія, Люксембург, Ірландія, Естонія та Бельгія. Однак деякі інші країни ще мають довгий шлях, а ЄС загалом потребує вдосконалення, щоби мати можливість конкурувати на світовій арені. Окрім країн ЄС, рейтинг країн з найрозвинутішою цифровою економікою очолюють США, Сінгапур, Китай, Південна Корея, а також Норвегія та Швейцарія (не є членами ЄС).

Незважаючи на той факт, що динаміка цього ж індексу діджиталізації для України є позитивною, відносно інших країн прогрес як такий відсутній. Можна стверджувати, що обсяги цифрових інновацій в глобальному економічному середовищі зростають, однак в Україні ці інноваційні процеси розвиваються недостатньо ефективно й повільнішими темпами, ніж у розвинених країнах і навіть у більшості тих, що розвиваються. Це унеможливило модернізацію «в ногу з часом» української економіки, закріплюючи за нами статус економічно та інноваційно відсталої країни. Першопричинами такого відставання України від країн-лідерів у розвитку цифрової економіки є несприятливість середовища для бізнесу, особливо під час впровадження інновацій у виробництво, застарілість нормативної бази, яка не враховує сучасні вимоги, недостатньо високий рівень використання цифрових технологій та їх нерівномірний розподіл серед усіх громадян.

Висновки. Безперечно, цифрова трансформація означає інтеграцію цифрових технологій у всі сфери бізнесу, а щорічне оновлення цифрового потенціалу корпоративного розвитку вимагає своєчасного реагування та адаптації бізнес-процесів компаній шляхом відповідних технологічних трансформацій. Нехтування глобальними змінами може спричинити втрату лідерства компанії на ринку та відтік клієнтів, які віддадуть перевагу інноваційному підходу до процесу задоволення власних потреб. Для успішної реалізації свого проєкту в епоху цифрової трансформації важливо отримувати цифровий досвід, вибудовуючи власний інтернет-простір.

Компанії, які мають цифрові інноваційні платформи, здатні без надмірних зусиль бути «трендсеттерами» у своїх бізнес-сферах.

Сьогодні цифровізація розвивається швидкими темпами, а до 2030 року її частка у ВВП найбільших країн світу сягне 50–60%. Україна відносно інших країн не є зразковим інноватором і «усиновлювачем» цифрових інновацій, але передбачається, що найближчим часом вона зможе стати конкурентом лідируючим країнам.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Top 10 Strategic Technology Trends for 2020 Gartner, Inc. URL: <https://www.gartner.com/en/doc/432920-top-10-strategic-technology-trends-for-2020> (дата звернення: 20.12.2019).
2. Digital economy report 2019 Embargo Digital Economy Report 2019. United Nations Conference On Trade And Development. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf (дата звернення: 20.12.2019).
3. Digital Economy and Society Index 2018 Report – European Commission. 2018. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-2018-report> (дата звернення: 20.12.2019).
4. The Factory of the Future. Industry 4.0 – The challenges of tomorrow. KPMG AG, 2016. 67 p.
5. UNDP Digital strategy – Future forward – United Nations. Development Programme. 2019. URL: <https://digitalstrategy.undp.org> (дата звернення: 20.12.2019).
6. Digital Innovation Adoption and Its Economic Impact Focused on Path Analysis at National Level – Department of Science and Technology Studies, Korea University, Seoul 02841, Korea. 2019. URL: <https://www.mdpi.com/2199-8531/5/3/56/pdf> (дата звернення: 20.12.2019).
7. Digital Development – The World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment> (дата звернення: 21.12.2019).

8. Україна 2030 – країна з розвинутою цифровою економікою / Український інститут майбутнього. 2018. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-2-2> (дата звернення: 21.12.2019).

REFERENCES:

1. Top 10 Strategic Technology Trends for 2020 Gartner, Inc. URL: <https://www.gartner.com/en/doc/432920-top-10-strategic-technology-trends-for-2020> (accessed: 20.12.2019).
2. Digital economy report 2019 Embargo Digital Economy Report 2019. United Nations Conference On Trade And Development. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf (accessed: 20.12.2019).
3. Digital Economy and Society Index 2018 Report – European Commission. 2018. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-2018-report> (accessed: 20.12.2019).
4. The Factory of the Future. Industry 4.0 – The challenges of tomorrow. KPMG AG, 2016. 67 p.
5. UNDP Digital strategy – Future forward – United Nations. Development Programme. 2019. URL: <https://digitalstrategy.undp.org> (accessed: 20.12.2019).
6. Digital Innovation Adoption and Its Economic Impact Focused on Path Analysis at National Level – Department of Science and Technology Studies, Korea University, Seoul 02841, Korea. 2019. URL: <https://www.mdpi.com/2199-8531/5/3/56/pdf> (accessed: 20.12.2019).
7. Digital Development – The World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment> (accessed: 21.12.2019).
8. Ukraine 2030 – a country with advanced digital economy / Ukrainian Institute of the Future. 2018. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-2-2> (accessed: 21.12.2019).

УДК 338.45:621

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-17>**Sheiko Iryna***PhD in Economics,**Associated Professor at the Department
of Economic Cybernetics and Economic Security Management
Kharkiv National University of Radioelectronics***Storozhenko Oleksandra***Candidate of Technical Sciences, PhD,**Associated Professor of the Department
of Economic Cybernetics and Economic Security Management
Kharkiv National University of Radioelectronics***Шейко І.А.***кандидат економічних наук,**доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою**Харківського національного університету радіоелектроніки***Стороженко О.В.***кандидат технічних наук, доцент,**доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою**Харківського національного університету радіоелектроніки*

PERSPECTIVES AND POSITIONING OF THE UKRAINIAN INFORMATION TECHNOLOGY SECTOR AT GLOBAL DIGITALIZATION PROCESS

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ СЕКТОРУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

ANNOTATION

The aim of the article is to determine perspectives of information technology sector in Ukraine and directions for strengthening its positions in the context of the global digitalization process. The authors carried out a detailed and specific analysis of the Ukrainian IT sector, which showed that it continued to grow up, engaging a lot of specialists and had a stable demand of its products and services. The latest trends of outsourcing business were summarized and the correspondence of the Ukrainian software companies' activity areas with latest trends of global IT market and outsourcing market was proved. The main factors of the positive impact on development of the national IT sector were formulated. With implementing defined key factors of the positive impact, Ukraine has high chance to become a regional leader in complex and high-tech engineering services and main driver of Ukrainian industrial modernization and one of the important players on global IT market.

Key words: IT sector, digitalization, Industry 4.0, outsourcing, software company, positioning, perspectives

АНОТАЦІЯ

На сучасному етапі розвитку компанії приділяють все більше уваги впровадженню інформаційних технологій у виробництво. Україна має усі ресурси для того, щоб посісти належне місце на глобальному ринку інформаційних технологій. Метою статті є визначення перспектив сектору інформаційних технологій України та напрямки зміцнення її позицій в контексті глобального процесу цифровізації. Авторами проведено детальне дослідження поточного стану українського ІТ-сектору, яке показало, що він продовжує зростати, залучаючи чимало фахівців та досяг зростаючого попиту на свою продукцію та послуги. Запоручка успіху української ІТ-галузі, як і будь-якого іншого бізнесу, полягає у кваліфікованому персоналі, сприятливих умовах, належному управлінні та здатності управляти ресурсами. Окремо були проаналізовані сильні та слабкі позиції країни у міжнародних рейтингах щодо готовності країни до майбутніх трансформацій у виробництві а також щодо готовності ІТ сек-

тору. Виявлено, що в останні роки Україна дещо поліпшила позиції у рейтингах, проте слабкими ланками залишаються слабе інституціональне середовище, неефективність регуляторної політики, слабка інвестиційна підтримка, неістотний вплив розвитку інформаційних технологій на появу на ринку нових товарів та послуг. Були визначені основні тенденції ринку аутсорсингу, що займає лівову частку вітчизняного ринку ІТ, основні з яких: тренд на більш тісне та тривале співробітництво між головними компаніями та віддаленими офісами, зміщення акцентів з ціни на якість виконаних робіт, аутсорсинг основних видів бізнесу компанії, підвищена увага до кібербезпеки. Було доведено відповідність напрямків діяльності українських фірм зі створення програмних продуктів останнім тенденціям світового ринку ІТ. Були узагальнені основні фактори позитивного впливу на розвиток ІТ-сектору України. Більшість із них лежить у сфері регулювання підприємницької діяльності. Якщо вони працюватимуть, це може призвести до позитивних результатів не тільки в ІТ-галузі, але і в цілому в національній економіці. Практична цінність полягає у тому, що проведені дослідження: дозволяють зрозуміти поточні позиції, перспективи, виклики, подальшого розвитку ІТ в Україні; визначити основні конкурентні переваги українського ІТ-сектору; оцінити відповідність останніх ІТ-тенденцій сферам діяльності вітчизняних ІТ-фірм; розробити стратегічні напрямки для перетворення українського ІТ-сектору в одного з важливих гравців на світовому ринку ІТ.

Ключові слова: ІТ-сектор, цифровізація, Індустрія 4.0, аутсорсинг, компанії з виробництва програмного забезпечення, позиціонування, перспективи

АННОТАЦІЯ

Целью статьи является определение перспектив сектора информационных технологий Украины и направления укрепления ее позиций в контексте глобального процесса цифровизации. Авторами проведено детальний аналіз текущего состояния украинского ИТ-сектора, который показал, что сектор продолжает расти, привлекая немало специалистов, и добился расту-

щего спроса на свою продукцию и услуги. Обобщены последние тенденции развития рынка аутсорсинга в мире, и доказано соответствие направлений деятельности украинских компьютерных фирм последним тенденциям мирового рынка ИТ и аутсорсинга. Достигнув определенных ключевых факторов положительного влияния, Сформированы перечень факторов позитивного влияния на развитие ИТ рынка в Украине. При достижении этих факторов Украина имеет высокие шансы стать региональным лидером комплексных и высокотехнологичных инженерных услуг и одним из важных игроков на мировом рынке ИТ.

Ключевые слова: ИТ-сектор, цифровизация, Индустрия 4.0, аутсорсинг, компании по производству программного обеспечения, позиционирование, перспективы.

Problem statement. As the Fourth Industrial Revolution gathers momentum, decision-makers from the public and private sectors are confronted with a new set of uncertainties regarding the future of production. Rapidly emerging technologies, such as the Internet of Things, artificial intelligence, wearables, robotics and additive manufacturing, lead to the development of new production techniques and business models that will fundamentally transform global production. These technologies are also driving new, more distributed and connected value chains. Both the speed and scope of change add a layer of complexity to the already challenging task of developing and implementing industrial strategies that promote productivity and inclusive growth.

Ukraine has a lot of human, intellectual, educational and scientific resources with existent production basis to provide its own policy in sphere of digitalization. And one of the key elements of such policy is occupied by the Ukrainian IT sector. We have to provide such an investigation to understand its current positions, perspectives, challenges, benefits and risk of further IT development in Ukraine.

Analysis of recent research and publications. A lot of attention devotes to the development of the Ukrainian IT sector, because it is showing stable growth year in and year out. According to analysis in [1; 2; 3], the Ukrainian IT market has been recently increased by 2.5 times. In 2011-2015, it was increased by 150%, and it is predicted to reach \$5.7 billion by 2020.

Thus, Ukraine became an important player on the global and European IT market. That is why nowadays a lot of reports, issues, investigations have been created, where the Ukrainian IT sector is analyzed.

According to the European Business Association (EBA) [2, p. 5], the IT industry takes third place in the export structure of Ukraine. Despite the growing number of startups in Ukraine, outsourcing takes the lion's share of the Ukrainian IT sector. In 2017, Ukraine has shown an 18% growth in computer and information services. Thus, we may say that Ukraine is becoming the "Silicone Valley" of Eastern Europe. Along with outsourcing, Ukraine has become home to over 100 R & D subsidiaries of global companies from a variety of industries including software development, the blockchain, gaming, and ecommerce.

Association of Industrial Automation of Ukraine (APPAU) in its Charter "Industry 4.0 in Ukraine" [4, pp. 10–13] proposes the main Framework of development and the path from 3.0 (technologies and approaches of the last century) to 4.0, that is, the state of the economy, which will be crucial for the competitiveness of industries in the next 3-5 years. The logic of interaction in dynamics is seen as «bottom-up-down»: industries become «smart» and develop their demand for «smart» products when the manufacturers of these products and solutions are in sufficient quantity and balance, but which, in turn, depend from the existing ecosystem. In other words, it is impossible to create «smart» products and solutions in Ukraine when technology 4.0 (already available) is not balanced with a higher corporate culture, is not based on advanced organizational capabilities and depends on the ecosystem. The role of the ecosystem is critical: it is the foundation.

Also, at [4, p. 48] a positioning of the Ukrainian Industry 4.0 in the Global World of Industrial High-tech Segments was provided. Authors made a conclusion, that "...The gap between manufacturing positions in Ukraine and most countries of the world is so large ... that any attempt to catch up with the world and occupy the leading positions in the production of high/medium-tech products should be excluded. ...Instead, Ukraine has every chance to repeat the success of the domestic IT sector and become at least a regional leader in complex and high-tech engineering services: programming in the field of industrial high-tech / creation of new software products, including new technologies 4.0; design (electrical, mechanical, electronic, technological, construction, etc.); industrial automation and integrated engineering (including the commissioning of complex industrial sites); development and production of complex, small-scale or unique products..." [4, p. 48]

Due to the Concept for the Development of the Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020, the main goals of digital development are: accelerating economic growth and attracting investment; transformation of economic sectors into competitive and efficient ones; technological and digital modernization of industry and creation of high-tech industries; accessibility to citizens of the benefits and opportunities of the digital world; implementation of human resources, development of digital industries and digital entrepreneurship. As about infrastructure for digitalization, due to state Concept there are plans to implement solid infrastructure construction projects and create soft infrastructures: citizen ID, mobile ID, bank ID, open data, e-government, interoperability, e-commerce and e-business, transaction processing infrastructure, life-support infrastructure, geo-information infrastructure, blockchain infrastructure. But nowadays the main infrastructure problems of Ukraine are: low level of coverage of the territory of the country with digital infrastructures (for example, the

goal of the EU to cover 100% of the territory by broadband internet access by 2020, in Ukraine this figure is about 60%), absence of separate digital infrastructures (for example, the Internet of Things infrastructure, electronic identification and trust, etc.), unequal access for citizens to digital technologies and new opportunities (digital gaps). So, Ukraine has much to do to support digitalization on legislative, infrastructure and financial aspects.

M.Z. Zghurovskiy and others [5] made a prediction of future economy of Ukraine for mid-term (2015–2020) and long-term (2020–2030) time horizons. By using the Delphi method the main clusters of the new economy of Ukraine were identified. Applying the scenario planning methodology and SWOT-analysis has allowed to build up a group of scenarios for development of future economy in Ukraine up to 2030. As about the IT sector authors described industry as one of the main drivers of the national economy. Also they created SWOT-analysis table for the Ukrainian IT sector. As the main benefits authors defined the highly qualified IT staff, a strong position of engineering and technical university education, mobile and Internet implementation. But also authors pointed out factors of weakness: absence of government support of the IT sector development on legal, taxation, investment directions; existence of institutional gap between university education, academic science and needs of production sectors.

In the report, Deloitte described the outsourcing market and highlighted, that in the past, organizations typically used outsourcing to improve back-office operations through cost reduction and performance improvement. But today outsourcing solutions are enabling competitive advantage by accelerating changes within organizations. The focus has shifted from traditional work transfer to upfront transformation. Organizations are recognizing that disruptive solutions can revolutionize the way they do business, and that “buying” capabilities in the marketplace is generally faster and more scalable than developing capabilities internally. Emerging solutions incorporating cloud and automation are empowering organizations to work smarter, scale faster, reach new markets, increase productivity and, ultimately, to gain competitive advantage [6, pp. 2–3].

Also, there is a lot of reports, proposed by companies, worked in/with the Ukrainian IT sector [3; 7; 8], government agencies [1; 4; 9; 10; 11]. All of them mentioned the growth of the national IT industry, perspectives of further development and provided different scenario of future market positions of the Ukrainian hi-tech industry.

Unsolved aspects of the problem. Despite the large number of existent publications and studies about the Ukrainian IT sector, there is a lack of scientific works highlighting the market positions of the Ukrainian computer firms on the global and internal IT markets. This research further covers different aspects of the Ukrainian

tech market, such as science, technology, engineering and mathematics education, popular IT technologies, correspondence of them with main digital and outsourcing global trends.

The aim of the article is to determine perspectives of the information technology sector of Ukraine and directions for strengthen its positions in the context of the global digitalization process.

The main part. To achieve the aim of our investigation, at first, we have to describe the current state of the information technology sector in Ukraine and understand its role in economic development of the country.

The world has entered a new era in which impact of the digital technology is increasingly felt in all sectors of the economy. Digitalization is dramatically changing traditional industries and sectors. Over the past years, industries together with researchers and policy makers worldwide have increasingly advocated an upcoming fourth industrial revolution (Industry 4.0). Ukraine as the most countries in the world create an own strategy of new industrial policy Development. And the key role on movement of Ukraine to Industry 4.0 is being played by the information technology (IT) sector.

The Ukrainian software development market has enjoyed impressive growth in recent years and became one of the key sectors contributing to the country's economy. The statistics made by the World Bank, PwC, IT Ukraine Association, and State Statistics Service of Ukraine demonstrate steep growth of the sector. ICT became the 3rd largest export service industry, amounting to more than 20% of all Ukrainian service exports. Due to State Statistics Service of Ukraine, the dynamics of production in high-tech industries of Ukraine for 2011–2017 show the current development of the information and telecommunications technology industry of Ukraine as one of the high-tech industries [2]. In Ukraine, there is an increase in the volume of production of the IT sector (the volume of growth in 2014 was 8.9%, in 2015 it was 37.6%, in 2016 it was 24.1%), but the share of production of this sector remains low and makes no more than 3.9% of GDP. Compared to developed countries, this industry accounts for 50 to 70% of total value added annually [9].

The Ukrainian IT industry is growing at a 26% rate [3]. There are currently more than 4,000 tech companies operating on the market and over 1,600 IT companies in Ukraine [16]. Ukraine ranks 20th on 2019 A.T. Kearney Global Services Location Index of the most attractive outsourcing destinations [12]; over 60% of the Ukrainian IT professionals work in IT outsourcing companies [8; 9].

In 2017-2018, the number of employees in the 50 biggest Ukrainian IT companies grew by around 35%: from 43,000 to 58,000 specialists. Also, two companies surpassed 6,000 professionals. 25 biggest Ukrainian IT firms have demonstrated a re-

cord growth rate in the last 5 years. The most popular locations are Kyiv, Lviv, and Kharkiv [9, p. 24]. As for the global locations, the Ukrainian companies started operations in Malaga, Berlin, Warsaw, Krakow, Toronto, Turin, London, Bucharest, Eindhoven, Chicago, etc. [7].

As about different global ratings of the IT sector, the World Economic Forum, in collaboration with A.T. Kearney, has developed a new Rating of readiness for the future of production [13]. Of the 100 countries and economies included in the assessment, only 25 countries from Europe, North America and East Asia appear in the group of the Leading countries. These 25 countries already account for over 75% of global Manufacturing Value Added (MVA) and are well positioned to increase their share in the future. Approximately 90% of the countries from Latin America, Middle East, Africa and Eurasia included in the assessment are classified as Nascent countries, or the group least ready for the future of production. Ukraine appears in the group of Nascent countries.

But there are common challenges within each archetype. Leading countries need to convert readiness into actual transformation and push the frontier by designing, testing and pioneering emerging technologies. Nascent countries are an eclectic group with varying levels of industrial development. Their key challenge will be to determine whether to pursue advanced manufacturing or traditional manufacturing, and to what extent, as part of their overall economic strategy. Nascent countries seeking to accelerate readiness need to improve performance across all Drivers of Production, starting with improving the institutional framework. Attracting global investment will also be critical for knowledge and technology transfer [13, p. 11].

At Table 1 the data of different drivers inside rating of readiness for the future of production for Ukraine, Poland and Slovenia are represented [13, p. 211, 219, 240].

Table 1
Comparison of levels of readiness for the future of production at 2018 in Ukraine, Poland and Slovenia

Readiness Overall Assessment	Counties Rank		
	Ukraine	Poland	Slovenia
Drivers on Production			
Technology and Innovation	74	37	35
Human Capital	34	36	27
Global Trade&Investment	59	23	40
Institutional Framework	94	39	27
Sustainable Resources	88	25	5
Demand Environment	58	23	67
Structure of Production			
Complexity	41	21	12
Scale	57	15	39

The biggest Ukrainian problem is the “Institutional framework” driver. In particular, the report gives the following positions of Ukraine in this field (among 100 countries): the 99th is regulatory efficiency as the government’s ability to promote and stimulate the implementation of technology into industry; 91st is future government orientation; 90th is the rule of law, 89th is corruption.

The “Technology and Innovation” driver also demonstrates low positions of Ukraine: 9 8th is the LTE mobile coverage; 95th is investment and technology transfer; 92nd is the ICT’s impact on new services and products. There are indicators such as employment of skilled workers, quality of education and science, accessibility of engineers and researchers (the “Human Capital” driver) and Trade in % of GDP (the “Global Trade&Investment” driver) on an appropriate level.

The World Economic Forum’s Networked Readiness Index (NRI), also referred to as the Technology Readiness, measures the propensity for countries to exploit the opportunities offered by information and communications technology (ICT) [14]. At Table 2 the dynamics of NRI for analyzed countries is represented (maximum value that the country can achieve is 6.0).

Table 2
NRI dynamics for analyzed countries

Networked Readiness Index	2013	2013	2014	2015	2016
Ukraine	3,85	3,87	3,87	4,01	4,17
Poland	4,16	4,19	4,24	4,38	4,5
Slovenia	4,58	4,53	4,6	4,64	4,73

Due to data, Ukraine demonstrates the progress in the Networked Readiness during the analyzed period, but these positive changes are very slow. The Networked Readiness Index is calculated on the base of such pillars: political and regulatory environment, business and innovation environment (these two are included to the environment subindex); infrastructure, affordability and skills (readiness subindex); individual, business and government usage (usage subindex); economic and social impacts (impact subindex). Ukraine has the weakest position according to the environment subindex (94th position among 139 countries) and the usage subindex (especially government usage: 114th position among 139 countries) [14]. The state as the main regulator of the level of infrastructure has moved away from resolving problems of the IT infrastructure in previous years. This contrasts sharply with the best examples in the world, where the state ensures the accelerated development of systems that generate innovation.

To determine the perspectives of IT sector of Ukraine we have to pay attention to outsourcing schemes. IT outsourcing companies constitute the largest share of the Ukrainian IT service market. Although the number of startups (over

2,000 companies) and international R&D centers (over 100 companies) is growing, IT outsourcing companies employ more than 60% of all engineers who live in Ukraine [7].

The USA and Western European countries remain the largest target markets of the Ukrainian IT service companies. In 2012, the USA was the largest consumer of the Ukrainian IT service exports (81%). Recent research indicates that it is still the main market for the Ukrainian IT export, but the share of European businesses has grown significantly over the years.

If we look at the businesses that outsource software development to Ukrainian IT services companies, they range from growing startups to big enterprises. Cisco, IBM, Atlassian, Travelport, OpenText, Fluke Corporation and a lot of other global companies have partnered with the Ukrainian software development firms. Many such partnerships last for years and small outsourced teams grow into large development centres located in Ukraine. For instance, Anoto worked with N-iX, a Ukrainian IT company, for over 12 years. While Lebara, a UK telecom enterprise, expanded its development team at N-iX from 5 to over 100 software engineers [3].

Several IT outsourcing companies originating in Ukraine grew into technology giants with offices worldwide: Ciklum, DataArt, Infopulse, Miratech and SoftServe. Impressive is the growth of AOG, an IT service company headquartered in Cherkasy (Central Ukraine), which accounts for 5,000 affiliated freelance engineers less than three years after company launch.

At the same time a number of foreign outsourcing companies like EPAM, GlobalLogic, Luxoft have multiple offices in Ukraine, which now stands as a major R&D hub for these global IT service providers [3; 7].

The Ukrainian software companies offer virtually every possible software services including, but not limited to, software development, web and mobile development, quality assurance and testing, business process outsourcing, dedicated team outsourcing, research and development services, IT consulting and IT security management. The majority of the country's large outsourcing companies offer full-stack solutions. Smaller software firms usually focus on a few services like web development and design, mobile applications development and testing, working across many industries [10; 11]. But to understand the future prospects of the IT industry we need to define the global trends of IT and IT outsourcing markets.

Experts of global IT market defined the main trends at IT outsourcing [2; 6]:

– *Shifting away from single-vendor outsourcing.* The IT outsourcing would have to move towards narrower specialization, instead of doing as much as possible. The companies that manage to gather a wider range of experts and increase the quality of their services at the same time will have a major advantage among competitors.

– *Outsourcing core business service.* Relationships between suppliers and customers are expected to become more trustworthy. Outsourcing moves from non-core services to core business operations.

– *Increasing focus on cybersecurity.* Some innovative IT companies are implementing multi-level security approaches with the help of outsourced cybersecurity services.

– *Automation of manual processes through Artificial Intelligence.* The intelligent automation is one of the key trends in IT outsourcing for 2019. Artificial Intelligence will be more and more used to streamline routine tasks in all industries.

– *Less focus on reducing costs.* Outsourcing development will always be about cost reduction. The thing is that it will no longer be a deciding factor when choosing an offshore IT partner. Instead, the relationship will be more experts and quality of service driven. The focus will shift from cutting costs to delivering value.

It needs to mention, that, due to opinion of the software development in Ukraine bases on six areas of expertise: software engineering; QA testing; testing automation; research & development; application support; architecture [2], but it is not the limit.

More than 100 companies on the Fortune 500 list are clients of the Ukrainian IT firms: Cisco, IBM, Atlassian, Travelport, OpenText, Fluke Corporation, Oracle, Boeing. Jooble, DepositPhotos, Grammarly, GitLab, PetCube, Mobylytics, Preply, Attendify are only some of the big names that got started in Ukraine. Global market leaders have already shown their interest in the Ukrainian startups which lead to a number of big acquisitions. For example, Google purchased Viewdle, which is a facial recognition company, Snapchat has acquired Lookserly, which is a real-time facial modification app, and Oracle has bought Maxymiser, which is a Ukrainian provider of cloud-based software for marketers [15].

All this facts prove the demand for the Ukrainian IT products on the global market.

But inside Ukraine from the national business sector the demand of IT products from the Ukrainian firms is on low level. The experts of Digital agenda for Ukraine [1] and Industry 4.0 movement in Ukraine [4] explained that customers understand the modern IT products and systems as an «appendage» to technological equipment rather than a driver of development and competitiveness. Also, specialists in the IT sphere of Ukraine pointed out orientation of the Ukrainian customers on ready-made solutions and equipment as the main investment object. That is why a small part of total financing is directed towards products with the intelligent components, such as software and service, as well as innovative developments. At the same time most segments lack domestic suppliers of new products and solutions: the Ukrainian industrial enterprises are buying German or Japanese lines or the IT solutions because in some cases they cannot find similar quality solutions or products in Ukraine [4, p. 39].

On the basis of received results we can summarize the main factors of positive impact on IT sector (table 3). Most of them lie in the field of regulation of business activity. If they work, this can lead to positive results not only at the IT sector, but on the whole national economy due to Strategy on Sustainable Development «Ukraine – 2020» [11]. Such changes can transform IT sector to one of the important players on global IT market, not only outsourcing. Also, these changes can lead to driving IT sector from taxation shadow to legal basis.

We can summarize, that the key to the success of the Ukrainian IT industry, as well as any other business, lies in qualified personnel, favorable conditions, proper management and ability to manage resources.

Ukraine has high chance to become a regional leader in complex and high-tech engineering services as programming in the field of industrial high-tech, design (electrical, mechanical, electronic, technological, construction, etc.); industrial automation and integrated engineering (including the commissioning of complex industrial sites), development and production of complex, small-scale or unique products.

Ukraine already has numerous outstanding achievements and recognitions in segments of software development and design in aviation industry: Progresstech-Ukraine; aerospace design: Yuzhnoye State Design Office (Dnipro); ship design: MDEM (Mykolaiv); complex, low-volume or unique products: JSC “FED” (Kharkiv); industrial automation, engineering: Infocom Ltd., VG Techinservice [4]. The number of such organizations can be much larger; the major problems all engineering industries lose the «battle for talent» to IT outsourcers.

Concentrating on such areas makes the most of the existing strengths of Ukraine and preserves the engineering schools at the corporate level and the state system of technical higher education, which were created in the previous years and decades.

Conclusions. The article studies actual issues of perspectives, potential for further development of the information technology sector of Ukraine.

The authors carried out a detailed and concrete analysis of the Ukrainian IT sector, including outsourcing, partnership of Ukrainian software firms with foreign companies, correspondence of main areas of the T firms’ activities with latest trends on IT global market and outsourcing business.

The results of the analysis of the Ukrainian IT show that sector continues to grow up, engaging a lot of specialists and has a stable demand of its products and services. The Ukrainian IT industry is growing at a rate of 26%. There are currently more than 4,000 tech companies operating on the market and over 1,600 software development service companies in Ukraine.

On the basis of the obtained results it will be possible to define perspectives of The Ukrainian IT sector on global digitalization process. Ukraine has high chance to repeat the success of the domestic IT sector and become at least a regional leader in complex and high-tech engineering services as programming in the field of industrial high-tech, design (electrical, mechanical, electronic, technological, construction, etc.); industrial automation and integrated engineering (including the commissioning of complex industrial sites), development and production of complex, small-scale or unique products. Concentrating on such areas makes the most of the existing strengths of Ukraine and preserves the engineering schools at the corporate level and the state system of technical higher education.

The scientific and practical value of this research makes possible: to understand Ukrainian IT sector current positions, perspectives, challenges, benefits and risk of further IT development in Ukraine; to determine main competitive advantages of the Ukrainian IT sector; to assess the correspondence of latest IT trends with areas of activity of national software firms; to elaborate strategic directions to transform Ukrainian IT sector into one of the important players on global IT market. The key to success of the Ukrainian IT industry, as well as any other business, lies in qualified personnel, favorable conditions, proper management and ability to manage resources.

Table 3

Key factors and Results of further development of the Ukrainian IT sector

Factors of positive impact on the IT sector	Political stability in Ukraine
	Better governance (rule of law, the fight against and reducing corruption)
	Linkages between university, academic science and production sectors
	Reforming of legislation and the taxation system in the way that improves investment attractiveness of IT and increases the volume of accumulated taxes.
	Activation of the state’s role through the public-private partnership
If they work, the growth at IT sector can lead to:	Increasing of volume of industrial production, its development and competitiveness
	Increasing of foreign direct investments
	Improvement of investment attractiveness of Ukraine
	Increasing demand from Business Sector of Ukraine on products with intelligent components
All these results can transform IT sector into:	One of the important players on global IT market, not only outsourcing
	One of the main exporters of Ukraine
	The main driver of industry modernization
	Movement of IT-sector of Ukraine from taxation shadow to legal basis
	Basis for further improvement of technical and engineering education

REFERENCES:

1. *Cyfrova adzhenda Ukrainy – 2020* [Digital agenda of Ukraine 2020] (2016). Hi-Tech Office Ukraine. Kyiv, 90 p. (in Ukrainian)
2. Andrienko-Bentz O. (2018). Export-oriented segment of Ukraine's IT services market: Status quo and prospects. *European Business association with PriceWaterHouse. European Business association website*. Access mode: https://eba.com.ua/static/export_it_industryfinal_29092016.pdf (accessed 17.11.2019).
3. Software development in Ukraine-IT market (2018). *N-ix Company website*. Access mode: <https://www.n-ix.com/software-development-in-ukraine-2019-2020-market-report/> (accessed 07.12.2019).
4. Strateghija rozvytku «Industrija 4.0» [Strategy of development "Industry 4.0"]. *Asociacija pidpryjemstv promyslovoji avtomatyzaciji Ukrainy [Association of Industrial Automation of Ukraine]*. Access mode: <https://appau.org.ua/en/category/pubs> (accessed 05.11.2019). (in Ukrainian)
5. Forsajt ekonomiky Ukrainy: serednjostrokovyj (2015–2020 roky) i dovgostrokovyj (2020–2030 roky) chasovi ghorizonty [Foresight of Ukraine's economy: mid-term (2015-2020) and long-term (2020-2030) time horizons (2015)]. M.Z. Zghurovskij et al. Kyiv: NTUU "KPI", 136 p. (in Ukrainian)
6. The Deloitte Global Outsourcing Survey (2018). *Deloitte website*. Access mode: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/process-and-operations/us-cons-global-outsourcing-survey.pdf> (accessed 10.11.2019).
7. IT Ukraine from A to Z. (2016). *Ukraine Digital News and Aventures*. Access mode: http://uadn.net/files/ua_hightech.pdf (accessed 05.12.2019).
8. Top IT Outsourcing Destinations: Ukraine vs. Poland (2016). *N-ix Company website*. Access mode: <https://www.nix.com/top-it-outsourcingdestinations-ukraine-vs-poland/> (accessed 10.11.2019).
9. IT Industry of Ukraine 2018: Creating value of the Global Scale (2018). *National Investment Council in Ukraine IT Industry of Ukraine* URL: <https://www.slideshare.net/OfficeNIC/invest-in-ukraine-it-sector> (accessed 10.11.2019).
10. Proekt Strateghiji rozvytku vysokotekhnologichnykh ghaluzej do 2025 roku [Project of Strategy for the development of high-tech industries by 2025]. *Government Portal Official website* Access mode: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&id=c9b6f0b0-1ed5-4abaa25e-f824405c-c64&> (accessed 18.11.2019). (in Ukrainian)
11. Pro Strateghiju stalogo rozvytku «Ukraina – 2020» [Strategy for Sustainable Development "Ukraine – 2020"]. Decree of the President of Ukraine from 2015, January 12 № 5/2015. *President of Ukraine Official website*. Access mode: <https://www.president.gov.ua/documents/52015-18245> (accessed 06.10.2019). (in Ukrainian)
12. The A.T. Kearney Global Service Location Index (2019). *The A.T. Kearney Official website*. Access mode: <https://www.atkearney.com/documents/20152/3026571/2019+GSLI-Digital+Resonance-The+New+Factor+Impacting+Location+Attractiveness.pdf/7a39643a-dc22-87f5-936b-5e734999f57d?t> (accessed 14.11.2019).
13. The Readiness for the Future of Production (2018). *World Economic Forum (In collaboration with A.T. Kearney). World Economic Forum Official website*. URL: http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf (accessed 14.11.2019).
14. The Networked Readiness Index (2016). *World Economic Forum Official website*. Access mode: <http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2016/networked-readiness-index/> (accessed 14.11.2019).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. «Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний – 2020)». ГС «ХАЙ-ТЕК ОФІС УКРАЇНА», 2016. 90 с.
2. O. Andrienko-Bentz. Export-oriented segment of Ukraine's IT services market: Status quo and prospects. Офіційний сайт Європейської бізнес асоціації URL: https://eba.com.ua/static/export_it_industryfinal_29092016.pdf (дата звернення: 17.11.2019).
3. Software development in Ukraine-IT market report. Офіційний сайт компанії N-ix. URL: <https://www.n-ix.com/software-development-in-ukraine-2019-2020-market-report/> (дата звернення: 07.12.2019).
4. Стратегія розвитку "Індустрія 4.0". Асоціація підприємств промислової автоматизації України. URL: <https://appau.org.ua/en/category/pubs> (дата звернення: 5.11.2019).
5. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015–2020 роки) і довгостроковий (2020–2030 роки) часові горизонти / М. З. Згуровський та ін. Київ : НТУУ «КПІ», 2015. 136 с.
6. The Deloitte Global Outsourcing Survey 2018. Офіційний сайт компанії Deloitte URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/process-and-operations/us-cons-global-outsourcing-survey.pdf> (дата звернення: 10.11.2019).
7. IT Ukraine from A to Z. (2016). *Ukraine Digital News and Aventures*. URL: http://uadn.net/files/ua_hightech.pdf (дата звернення: 05.12.2019).
8. Top IT Outsourcing Destinations: Ukraine vs. Poland (2016). Офіційний сайт компанії N-ix. URL: <https://www.nix.com/top-it-outsourcingdestinations-ukraine-vs-poland/> (дата звернення: 10.11.2019).
9. IT Industry of Ukraine 2018: Creating value of the Global Scale. *National Investment Council in Ukraine* URL: <https://www.slideshare.net/OfficeNIC/invest-in-ukraine-it-sector> (дата звернення: 10.11.2019).
10. Проект стратегії розвитку високотехнологічних галузей до 2025 року Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&id=c9b6f0b0-1ed5-4abaa25e-f824405ccc64&> (дата звернення: 18.11.2019).
11. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015. *Президент України. Офіційний вебсайт*. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/52015-18245>. (дата звернення: 06.10.2019).
12. The 2019 A.T. Kearney Global Service Location Index Офіційний сайт компанії A.T. Kearney. URL: <https://www.atkearney.com/documents/20152/3026571/2019+GSLI-Digital+Resonance-The+New+Factor+Impacting+Location+Attractiveness.pdf/7a39643a-dc22-87f5-936b-5e734999f57d?t> (дата звернення: 14.11.2019).
13. *The Readiness for the Future of Production Report 2018. Insight report. World Economic Forum (In collaboration with A.T. Kearney) Офіційний сайт світового економічного форуму*. URL: http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf (дата звернення: 14.11.2019).
14. World Economic Forum The Networked Readiness Index. Офіційний сайт світового економічного форуму. URL: <http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2016/networked-readiness-index/> (дата звернення: 14.11.2019).

СЕКЦІЯ 3 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 65:005.4

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-18>**Безолюк Б.Б.***магістрант**Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького***Bezoluk Bohdan***Master of Management and Economic Security,
Cherkassy National University named after Bohdan Khmelnytsky*

БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ПІДПРИЄМСТВА: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА, ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ТА ЇХ ОПТИМІЗАЦІЯ

BUSINESS PROCESSES OF THE ENTERPRISE: GENERAL CHARACTERISTICS, ECONOMIC ESSENCE AND THEIR OPTIMIZATION

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто основні наукові підходи до управління підприємством у сучасних умовах господарювання. Розглянуто можливість упровадження процесної моделі управління підприємством, яка спрямована на побудову довгострокових відносин зі споживачами їхньої продукції на основі визначення та задоволення їхніх потреб. Узагальнено погляди науковців щодо визначення економічної сутності категорії «бізнес-процес». Виявлено ключові характеристики категорії бізнес-процесів. Проаналізовано основні цілі та функції управління бізнес-процесами на підприємствах із теоретичного та емпіричного поглядів. Проаналізовано методи аналізу та оптимізації бізнес-процесів та зазначено, що вдосконалення та оптимізація бізнес-процесів є одним із ключових моментів в управлінні підприємством. Розглянуто основні принципи управління бізнес-процесами на підприємстві.

Ключові слова: бізнес-процес, управління, підприємство, реінжиніринг, аутсорсинг, оптимізація.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные научные подходы к управлению предприятием в современных условиях хозяйствования. Рассмотрена возможность внедрения процессной модели управления предприятием, которая направлена на построение долгосрочных взаимоотношений с потребителями их продукции на основе определения и удовлетворения их потребностей. Обобщены взгляды ученых по определению экономической сущности категории «бизнес-процесс». Выявлены ключевые характеристики категории бизнес-процессов. Проанализированы основные цели и функции управления бизнес-процессами на предприятиях с теоретической и эмпирической точек зрения. Проанализированы методы анализа и оптимизации бизнес-процессов и указано, что совершенствование и оптимизация бизнес-процессов является одним из ключевых моментов в управлении предприятием. Рассмотрены основные принципы управления бизнес-процессами на предприятии.

Ключевые слова: бизнес-процесс, управление, предприятие, реинжиниринг, аутсорсинг, оптимизация.

ANNOTATION

The article summarizes the theoretical generalization of the development of scientific approaches to managing business processes within the framework of the enterprise development strategy. The paper discusses the basic approaches to enterprise manage-

ment and substantiates the feasibility of using a process-oriented model that aims to build long-term relationships with consumers based on complex identification and satisfaction of their needs, which is a priority in today's environment of fierce competition and dynamic market environment. The views of the researchers on determining the economic essence of the category «business process» are systematized. The typology of definitions of the concept by different authors according to the target orientation is conducted. The main characteristics of the category of business processes are defined. The methods of analysis and optimization of business processes are analyzed and it is stated that the improvement and optimization of business processes is an effective tool for ensuring the efficiency of management and competitiveness of domestic enterprises. It is determined that the process of optimization of business processes at the enterprise is aimed at increasing the potential of the enterprise, which in turn will increase the profitability of the organization. The basic principles of optimization of business processes are analyzed, among which the following are the main ones: the relevance of improving business processes to the strategic goals of the enterprise; targeting internal and external consumers; availability of business process optimization criteria; presence of business process owners responsible for their optimization. The theory and practice of using the process approach to management were investigated, which allowed us to recognize the existence of two main options for identifying business processes in an enterprise: the first is the alignment of business processes with the existing functional and hierarchical structure and the second is the choice of through processes that are not related to external organizational units of the enterprise. Based on the conducted research, it was decided that further developments in this area will require the formation of a system for evaluating the effectiveness of business processes, organizational and economic support for successful re-profiling of business processes, developing a motivational mechanism for achieving effective business process indicators and more.

Key words: business process, management, enterprise, re-engineering, outsourcing, optimization.

Постановка проблеми. Останнім часом діяльність підприємств характеризується все зростаючою роллю процесного підходу в управлінні підприємством. Це явище викликане багатьма чинниками: розвитком концепції загального

управління якістю, впровадженням міжнародних стандартів ISO 9000 2000, поширенням програмних продуктів, що описують мережу бізнес-процесів (БП), а також тими перевагами, які дає процесне управління, такими як орієнтація на клієнта, оптимізація діяльності, зниження витрат. Бізнес-процеси сучасного підприємства формують його «скелет», навколо якого організовані інші функції управління підприємством.

Огляд останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методологічні положення різних аспектів управління бізнес-процесами розглядались у роботах таких вітчизняних і зарубіжних учених, як Б. Андерсон, Х. Біннер, О. Гончарова, В. Демиденко, Т. Дейвенпорт, Д. Козенкова, В. Нетепчук, В. Павлова, О. Паршина, Н. Пономарьова, Г. Усова, Л. Чернобай та ін. У науковій літературі розглядаються різні аспекти управління бізнес-процесами: моделювання, реінжиніринг, автоматизація тощо. Водночас питання системного підходу до управління бізнес-процесами розглядається досить рідко, за винятком питань їх моделювання та класифікації. Іноді згадується необхідність системного розгляду, проте всі ці спроби залишаються неповними.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є вдосконалення теоретичних і методичних основ управління бізнес-процесами на підприємстві. Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання: обґрунтувати доцільність використання процесного підходу до управління підприємством, визначивши його переваги; розглянути різноманітні теоретичні підходи до визначення поняття «бізнес-процес» із метою виявлення його основних ключових характеристик.

Виклад основного матеріалу. Сучасна економічна діяльність потребує впровадження нових ефективних методів і принципів управління, які будуть повною мірою відповідати потребам вітчизняних підприємств. У сучасній науковій літературі наведена велика кількість підходів до управління. Для обґрунтування необхідності впровадження процесного підходу в управління підприємством у результаті вивчення наукових праць [1–3] встановлено, що перевагами використання процесного підходу є: спрощення організаційних структур на підприємстві, що дасть змогу удосконалити та оптимізувати процес передачі інформації між різними структурами підприємства; впровадження новітніх засобів та методів модернізації щодо управління на підприємстві; широке коло делегування повноважень; швидка адаптація до змін у навколишньому середовищі підприємства; впровадження на підприємстві системи менеджменту якості та постійний контроль за нею; ефективні методи мотивації персоналу; відкритість системи управління на підприємстві; можливість випуску якісного продукту, який буде відповідати вимогам ISO 9000 і здобуття відповідного сертифікату; створення на підприємстві ефективної інформаційної системи; колективна

відповідальність; підвищення оперативності й адаптивності діяльності; клієнтоорієнтований характер діяльності підприємства; можливість об'єктивної оцінки діяльності працівників, які беруть безпосередню участь у процесі виробництва; наявність висококваліфікованого персоналу; інтерес працівників щодо досягнення глобальної мети підприємства тощо [3].

Таким чином, вищенаведені переваги описують потребу застосування та впровадження процесного підходу до управління підприємством. Варто в нашому дослідженні також зупинити свою увагу на основних характеристиках бізнес-процесів, а саме: будь-який бізнес-процес здійснюється на основі певної мети; для виконання бізнес-процесів необхідне певне ресурсне забезпечення, наявність певної періодичності та послідовності здійснення дій; наявність «початку» та «кінця»; безперервність тощо.

Управління підприємством на основі процесного підходу є дорогим і займає багато часу для налагодження діяльності відповідно до «процесних» принципів. З іншого боку, в практиці роботи підприємств часто спостерігається ситуація, коли застосування процесного підходу не приносить очікуваних результатів.

Проблеми впровадження процесного підходу пов'язані з багатьма причинами, управління бізнес-процесами розглядається як ізольована функція, зокрема система бізнес-процесів не пов'язана з цілями організації, не враховується багатогранна природа бізнес-процесів і різний характер їх протікання; керівники розглядають процесний підхід як універсальний засіб, що дає змогу вирішити відразу всі проблеми, тоді як в умовах обмеженості матеріальних і фінансових ресурсів, а також браку часу це неможливо. Зазначені проблеми можуть бути вирішені, якщо до управління бізнес-процесами застосувати методи системного аналізу і діагностики.

У межах системного підходу бізнес-процеси на підприємстві можуть бути досліджені як складна, динамічна система, що розглядається залежно від змін у навколишньому середовищі і в сукупності з іншими підсистемами підприємства. Дослідження бізнес-процесів як системи призначене для вирішення низки практичних завдань.

Управління підприємством у сучасних швидко мінливих умовах повинно бути адаптивним. Нині для забезпечення адаптивності підприємства класичними заходами є перегляд стратегії або зміна структури. Однак під час реалізації подібних реформ питання адаптації бізнес-процесів часто не розглядаються.

Нині роль процесного підходу в управлінні підприємством неухильно зростає. Керувати підприємством можна тільки через управління бізнес-процесами. Передові українські підприємства активно застосовують процесний підхід під час управління своєю діяльністю.

Аналіз різних джерел показує, що основними цілями управління бізнес-процесами на

підприємствах з теоретичного погляду є впровадження стандартів ISO, підвищення ефективності діяльності організації та автоматизація і впровадження корпоративних інформаційних систем. Аналіз послуг, пропонуваніх аудиторсько-консалтинговими групами, показує, що на першому плані є підвищення ефективності та автоматизація і впровадження корпоративних інформаційних систем.

Основними функціями управління бізнес-процесами, розглянутими в публікаціях, є опис, моніторинг і моделювання. Дослідження емпіричних даних, взятих із сайтів аудиторсько-консалтингових фірм, виявило такі функції управління бізнес-процесами, як: моделювання, аналіз, оптимізація, реінжиніринг, автоматизація і моніторинг. Таким чином, є відмінності у цілях і функціях управління бізнес-процесами в теоретичному і емпіричному аспектах.

Процес оптимізації бізнес-процесів на підприємстві спрямований на підвищення потенціалу підприємства, що підвищить прибутковість організації.

Класифікація методів аналізу та оптимізації бізнес-процесів наведено на рис. 1 [8].

Під час управління бізнес-процесами слід керуватися низкою принципів: системності, моделювання, ієрархії, цілеспрямованості, ефективності, адаптивності, оптимального поєднання централізованого та децентралізованого управління, розвитку та узгодження господарських

інтересів. Управління бізнес-процесами може бути спрямоване на одноразове (вихід із кризи, реструктуризація бізнесу, підвищення ефективності, автоматизація, впровадження ISO) або постійне (узгодження зі стратегією, забезпечення безперервності бізнесу, довгострокове підвищення ефективності) поліпшення діяльності всього підприємства або на поліпшення окремої сфери його управління (виробництво, НДДКР, фінанси/облік, маркетинг/логістика, управління персоналом, організаційне та стратегічне управління).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших досліджень. Виходячи з вищевикладеного, можна дійти таких висновків: по-перше, для покращення своєї діяльності і досягнення поставлених цілей підприємству потрібно провести реорганізацію процесу управління на основі процесно-орієнтованого підходу, спрямованого на вибудовування перспективних відносин із споживачами та задоволення їхніх потреб. Процесний підхід до управління діяльністю розглядається як сукупність бізнес-процесів, спрямованих на реалізацію місії та цілей підприємства. По-друге, управління бізнес-процесами в організації має бути пов'язане зі стратегією розвитку підприємства, враховувати перспективні потреби безпосередніх споживачів, базуватися на проведеному аналізі наявних бізнес-процесів та бенчмаркінгу, що дасть змогу виявити сильні та слабкі сторони



Рис. 1. Класифікація методів аналізу та оптимізації бізнес-процесів

цього процесу, можливості та загрози, що можуть виникнути в процесі діяльності. По-третє, у межах управлінської діяльності та з метою покращення своєї діяльності підприємствам необхідно спрямувати свої дії на питання оптимізації бізнес-процесів. Відповідно до цього ефективнішого впровадження потребують такі інструменти підвищення ефективності управління та оптимізації бізнес-процесів підприємства, як реінжиніринг та аутсорсинг. Також варто продовжити вивчення питання формування системи показників оцінювання ефективності бізнес-процесів; організаційно-економічного забезпечення успішного проведення реінжинірингу бізнес-процесів; мотиваційного механізму досягнення результативних показників бізнес-процесів тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Безгин К.С. Управление качеством бизнес-процессов на предприятии : дис. ... канд. экон. наук. Мариуполь, 2009. 196 с.
2. Василенко Ю.В. Підвищення ефективності управління підприємством на основі використання процесного підходу. *Управління розвитком*. 2013. № 1. С. 91–94.
3. Демиденко В.В. Управління бізнес-процесами як складова процесного підходу до управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4517>
4. Козенков Д.Е. Проективання бізнес-процесів як основа створення архітектури підприємства. *Вісник Сумського державного університету. Серія : Економіка*. 2011. № 3. С. 126–136.
5. Нетепчук В.В. Управління бізнес-процесами: навчальний посібник. Рівне : НУВГП, 2014. 158 с.
6. Пономарева Н.И. Особенности формирования блока информации о бизнес-процессах. *Успехи современного естествознания*. 2008. № 7. С. 70–72.
7. Усова Г.В. Підходи та методи реалізації реінжинірингу бізнес-процесів. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_61
8. Чернобай Л.И., Дума О.И. Бизнес-процессы предприятия: заглавная характеристика та экономическая суть. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Львів, 2013. С. 125–131.
9. Davenport T.H. The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign. *Sloan Management Review*, 1990, (Summer), p. 11–27.
10. Ericsson Quality Institute. Business Process Management. Ericsson, Gothenburg Sweden, 1993. 170 с.

REFERENCES:

1. Bezgin K.S. (2009) *Upravleniye kachestvom biznes-protsessov na predpriyatii* [Quality management of business processes in the enterprise]. PhD in Economics. Mariupol. (in Ukrainian)
2. Vasilenko Yu.V. (2013) *Pidvyshchenia efektyvnosti upravlinnya pidpryemstva na osnovi vykorystania procesnogo pidhodu* [Increasing the efficiency of enterprise management based on the use of process approach]. *Electronic resource*. № 1. С. 91–94.
3. Demidenko V.V. (2015) *Upravlinnya biznes-protsesamy yak skladova protsesnoho pidkhodu do upravlinnya pidpryemstvom* [Business process management as part of the process approach to enterprise management]. *An efficient economy*. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4517>
4. Kozenkov D.E. (2011) *Proektuvannya biznes-protsesiv yak osnova stvorenniya arkhitektury pidpryemstva* [Designing business processes as a basis for creating enterprise architecture] *Bulletin of Sumy State University. Series: Economics*. № 3. P. 126–136.
5. Netepchuk V.V. (2014) *Upravlinya biznes-protsesamy: navchalnyy posibnyk*. [Business Process Management]. Rivne: NUPGP, 158 p. (in Ukrainian)
6. Ponomareva N.I. (2008) *Osobennosti formirovaniya bloka informatsii o biznes-protsessakh* [Features of the formation of a block of information about business processes]. *The successes of modern science*. № 7. P. 70–72.
7. Usova G.V. (2013) *Pidkhody ta metody realizatsiyi re-inzhynirynhu biznes-protsesiv* [Approaches and methods of implementation of business process reengineering]. *Economy. Management. Innovation*. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_61
8. Chornobay L.I., Duma O.I. (2013) *Biznes-protsesy pidpryemstva: zahalna kharakterystyka ta ekonomichna sut* [Business-processes of the enterprise: general characteristics and economic essence] *Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development*. Lviv: Publishing House of Lviv Polytechnic, p. 125–131.
9. Davenport T.H. (1990) The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign. *Sloan Management Review*, p. 11–27.
10. Ericsson Quality Institute (1993) *Business Process Management*, Ericsson, Gothenburg, Sweden.

УДК 339.138:631.1

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-19>**Буга Н.Ю.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу**Донецького національного університету імені Василя Стуса***Тичинська А.І.***студентка**Донецького національного університету імені Василя Стуса***Buha Natalia***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Marketing
Vasyl Stus Donetsk National University***Tychynska Anna***Student**Vasyl Stus Donetsk National University*

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІК-БРЕНДУ РЕГІОНУ

REGION'S ORGANIC BRAND FORMATION

АНОТАЦІЯ

У статті висвітлено роль органічного виробництва у розвитку сільських територій. Доведено, що формування органік-бренду регіону створить для нього конкурентні переваги. Запропоновано організаційно-економічний механізм формування органік-бренду регіону, який можна визначити як систему процесів, методів та прийомів соціально-економічного характеру, спрямовану на створення та розвиток бренду регіону, що асоціюватиметься з виробництвом високоякісної, натуральної, безпечної продукції, сертифікованої за європейськими стандартами. Реалізація механізму формування органік-бренду передбачає формування логотипу та супроводжуючих матеріалів для ідентифікації бренду, розроблення комунікаційних заходів для взаємодії з контактною аудиторією з метою підвищення лояльності всіх учасників ринку органічної продукції.

Ключові слова: регіон, бренд, територія, органічна продукція, організаційно-економічний механізм, сільське господарство, формування бренду.

АННОТАЦИЯ

В статье освещена роль органического производства в развитии сельских территорий. Доказано, что формирование органик-бренда региона создаст для него конкурентные преимущества. Предложен организационно-экономический механизм формирования органик-бренда региона, который можно определить как систему процессов, методов и приемов социально-экономического характера, направленную на создание и развитие бренда региона, которая будет ассоциироваться с производством высококачественной, натуральной, безопасной продукции, сертифицированной по европейским стандартам. Реализация механизма формирования органик-бренда предусматривает формирование логотипа и сопровождающих материалов для идентификации бренда, разработку коммуникационных мероприятий для взаимодействия с контактной аудиторией с целью повышения лояльности всех участников рынка органической продукции.

Ключевые слова: регион, территория, бренд, органическая продукция, организационно-экономический механизм, сельское хозяйство, формирование бренда.

ANNOTATION

The article is proved Ukrainian regions have favorable conditions for the growth of organic agriculture. Due to formation and development of the agriculture that is oriented on the production of organic goods, it is possible to solve the problems of ecological

safety of food, environment and the problem of unemployment by employing local population and increasing the level of their income. The region's organic brand allows to increase reputation, simplify the entrance to new organic markets, become more attractive to investors, develop concomitant industries and tourism and getting additional profit as a result. The aim of forming of the region's organic brand is determined by taking into account the impact of factors that are conditioned by the development features of a particular region, depends on the profit, that is planned to be obtained by the customers and brand users. Forming of the organic brand of a region involves development of the strategic and tactical plans and mechanisms of their implementation that applies using certain methodological guidelines, information and resource support in compliance with Ukrainian and European legislation. An organizational and economic mechanism of forming of brand of organic of region that is offered, can be defined as a system of processes and methods of socio-economic character, aimed to create and develop the region's brand that will be associated with the production of high-quality, natural and safe goods certificated by European standards. Realization of a mechanism of forming the organic brand, envisages the creation of a logotype and accompanying materials for an authentication of the brand. Moreover there must be a development of communication events for co-operating with target audience in order to increase the loyalty of all participants in the market of organic products. Offered, it is necessary to organize a special committee or an unit, planing the activities of authorities and developing recommendations for factories that produce organic products. The committee should include specialists in sociology, history, culture, public relations, and marketing. The marketers work on formation of the brand and its support. Designed organizational and economic mechanism will promote the entrance an organic brand on the regional and the foreign market of Ukraine.

Key words: region, brand, territory, organic products, organizational and economic mechanism, agriculture, brand formation.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. У сучасному світі кожен регіон прагне підвищити конкурентоспроможність за рахунок своїх особливих переваг. Одні регіони досягають цього через використання природно-кліматичного потенціалу (наприклад, Закарпатська, Одеська області), інші – через формування інноваційно-інвестиційної прива-

бливості та реалізацію виробничого і наукового потенціалу (міста Київ, Кривий Ріг, Донецька область). Деякі регіони виграють завдяки популярності товарів, що виробляються або продаються їхніми підприємствами (місто Миргород, село Сорочинці). Звичайно такими унікальними перевагами володіють не всі регіони. Проте більшість регіонів України володіють «легендарними» чорноземами, які становлять 46% всієї території (8,7% від світових площ). Тому ефективне використання та відновлення такого ресурсу для України є передумовою стабільного розвитку. Крім того, регіони мають сприятливі умови для розвитку органічного сільського господарства. Лише 1% загальної площі українських чорноземів мають органічний статус, що набагато нижче від наявного потенціалу, тим більше що попит на органічну продукцію в Україні та за кордоном зростає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спираються автори. Дослідженням стану органічного ринку України та проблем, що пов'язані із розвитком цієї сфери, займався Е.В. Милованов [1; 2]. Вплив бренду органічної продукції на розвиток сільських територій розглядали І.І. Кравчук, І.А. Кравчук, які доводили необхідність підтримки виробників органічної продукції, використовуючи брендування території [3].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується озна-

чена стаття. Формування органік-бренду регіону є новою науковою проблемою, яка потребує всебічного дослідження, оскільки спрямована на забезпечення сталого розвитку окремих сільськогосподарських територій.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Обґрунтування необхідності запровадження організаційно-економічного механізму формування органік-бренду регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сучасних умовах сільське господарство відіграє для більшості регіонів визначну роль. Близько 31% усього населення проживає в сільській місцевості, рівень зайнятості сільського населення становить 62%. З різних причин, серед яких основною є занадто низький рівень доходів, кількість трудових мігрантів із села сягає 2 млн осіб, а серед активного населення – 5,6 млн осіб [4]. Завдяки формуванню та розвитку сільського господарства, орієнтованого на виробництво органічної продукції, можна вирішити як проблеми екологічної безпеки продуктів харчування та навколишнього середовища, так і проблеми зайнятості за рахунок працевлаштування місцевого населення та підвищення рівня їхніх доходів.

Органічне виробництво та його розподіл за регіонами України можна представити за допомогою рис. 1.

Як бачимо, лідируючі позиції займають Київський, Одеський, Херсонський та Харків-

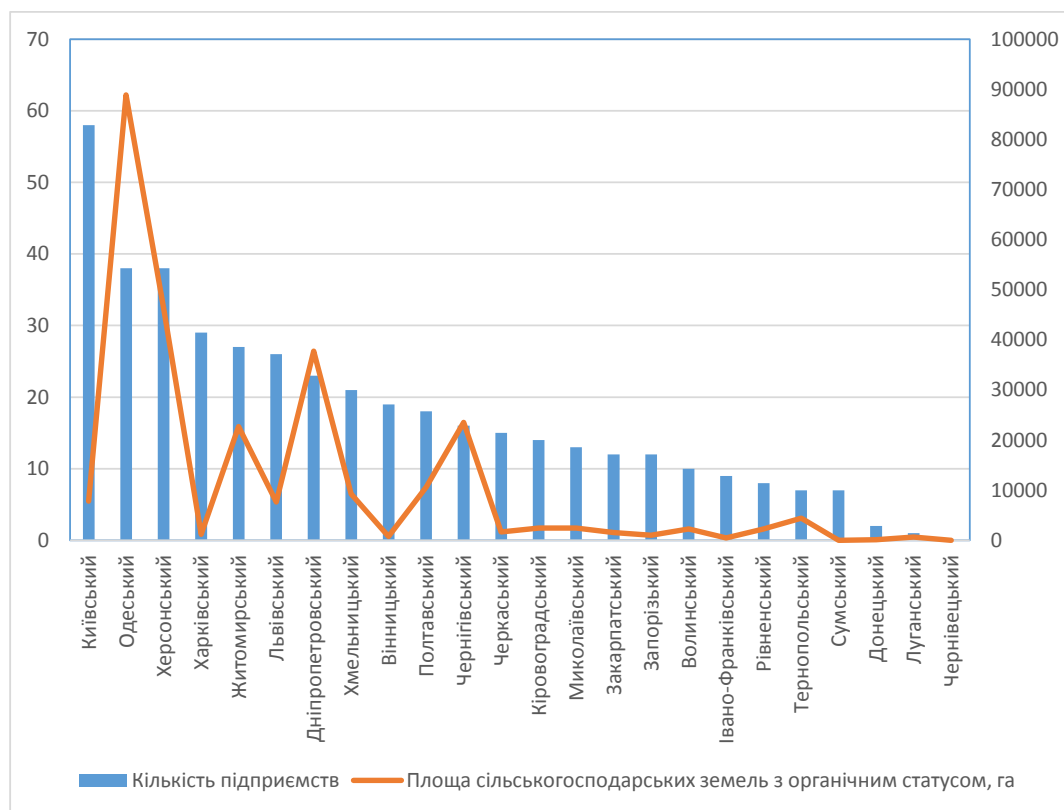


Рис. 1. Кількість операторів органічної продукції та площа сільськогосподарських угідь з органічним статусом

Джерело: складено за [5]

ський регіони, якщо враховувати кількість операторів, що займаються органічним виробництвом. По іншому виглядає перша четвірка регіонів, якщо визначити її за площею сільськогосподарських земель з органічним статусом. Перше місце займає Одеський регіон, який має 88888 га сертифікованих земель, II місце – Херсонський, III – Дніпропетровський та Чернівецький регіони.

Для ведення органічного землеробства найбільш придатні ґрунти Вінницького, Полтавського, Тернопільського, Харківського, Хмельницького, Чернівецького регіонів [6]. Відповідно спостерігаємо невикористаний потенціал у вищезазначених регіонах, тобто є можливості для виробництва органічних продуктів, лише потрібно знайти шляхи для розбудови необхідної інфраструктури органічного ринку.

Цікавим досвідом вирішення соціально-економічних проблем сільських територій, реалізації їхнього аграрного потенціалу виявляється формування органік-бренду, перевагами якого є: ідентифікація територій з якісним середовищем проживання людей та перспективними умовами ведення органічного бізнесу у свідомості зацікавлених стейкхолдерів, можливостями організації органік-кластерів та територіальних центрів розвитку, формуванням експортних територіальних центрів органічної продукції з високою доданою вартістю. На думку авторів праці [3], органік-бренд сільської території – образне представлення цінностей та атрибутів здорового харчування і способу життя у свідомості споживача, який асоціюється з місцем формування доданої вартості (цінності) органічної продукції, виробленої на цій території.

Прикладом формування бренду органічного регіону є Баранівська міська об'єднана територіальна громада Житомирській області, де розташований та ефективно працює єдиний в Україні завод органічної молочної продукції «Органик Мілк». Баранівська міська об'єднана територіальна громада складається із 12 старостинських округів, а до її складу входять місто Баранівка, смт. Полянки та 32 села [7].

Застосування бренду «Смак Українських Карпат» дає змогу продавати продукти, які виробляються в регіонах Українських Карпат (територія Чернівецької, Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей). Формування органік-бренду цього регіону підвищить конкурентоздатність компаній-учасників шляхом збільшення цінності їхньої продукції, покращення репутації та доступу до ринку. Додатковою перевагою цієї системи маркування є те, що вона полегшить представникам роздрібної торгівлі визначення якісних продуктів з Українських Карпат, полегшить для них доступ до такої продукції, а також дасть їм можливість відрізнити ці товари візуально в пунктах продажу, що допоможе як у просуванні цієї продукції, так і у підвищенні престижу операторів сфери роздрібної торгівлі [8].

Також загально визнаним органік-регіоном є Полтавщина, яка має значний досвід у розвитку органічного землеробства. Нині 23 регіональних суб'єкти господарювання мають сертифікати виробників органічної продукції.

З огляду на вищезазначене, органік-бренд регіону, території дає змогу: підвищити імідж та репутацію, спрощувати вихід на нові ринки з органічною продукцією, стати більш інвестиційно привабливим, розвивати супутні галузі, в тому числі і туристичну сферу, і як результат отримувати додаткові прибутки. Для зацікавлення уваги споживача бренд спрощує процедуру ідентифікації підприємства-виробника та його продукції, налагоджує емоційний зв'язок зі споживачем. Практика доводить, що бренд може стати тим ресурсом, який дасть змогу регіону вирізнятися на фоні інших, забезпечуючи приплив грошових ресурсів у вигляді інвестиційних, туристичних та міграційних потоків, впливаючи на продуктивність ведення господарства і, відповідно, конкурентоспроможність регіону [9].

Побудова системи процесів, методів та прийомів соціально-економічного характеру, спрямованої на створення та розвиток бренду регіону, що асоціюватиметься з виробництвом високоякісної, натуральної, безпечної продукції, сертифікованої за Європейськими стандартами, вимагає відповідного організаційно-економічного механізму. Дослідження методів формування бренду підприємств та територій, що були розглянуті в наукових працях [10; 11], дало змогу розробити власний механізм формування органік-бренду регіону, який наведено на рис. 2.

Мета формування органік-бренду регіону визначається, враховуючи вплив факторів, які зумовлені особливостями розвитку певного регіону, і залежить від вигід, що плануються отримувати замовники і користувачі цим брендом. Насамперед потрібно визначити, кому найбільше буде корисним такий бренд: аграрним підприємствам-виробникам органічної продукції чи іншим суб'єктам, які розташовані на цій території або мають там певні інтереси. У зв'язку з цим виникає потреба у визначенні ініціатора (замовника) формування органік-бренду регіону.

Також формування органік-бренду регіону неможливе без участі та підтримки регіональної та державної влади.

На думку М.Г. Бойко [11], соціально-економічна цінність бренду може бути означена такими показниками: функціональністю, емоційністю, соціально-культурним та духовно-історичним сприйняттям, інноваційністю, відповідальністю регіональної влади. Відповідно сформований органік-бренд регіону володітиме сукупністю цінностей, емоцій, асоціацій споживачів продукції з територією її виробництва, регіональною культурою та характеристиками, що і будуть відрізняти цю продукцію і регіон від інших.

Формування органік-бренду регіону передбачає розроблення стратегічного, тактичного планів та заходів їх реалізації, що здійснюється з викорис-



Рис. 2. Організаційно-економічний механізм формування органік-бренду регіону

Джерело: складено автором

танням певних методичних рекомендацій, інформаційного, ресурсного забезпечення із дотриманням українського та європейського законодавства.

Зазначений механізм передбачає розроблення креативної ідеї бренду та медіастратегії, що містить такі заходи: формування логотипу та супроводжуючих матеріалів для ідентифікації бренду, розроблення комунікаційних заходів для взаємодії з контактною аудиторією (реклама, зв'язки з громадськістю, прямий продаж, стимулювання збуту, використання синтетичних засобів маркетингових комунікацій тощо). У результаті має бути сформована прихильність користувачів органік-бренду регіону, зокрема, місцевого населення, та лояльність споживачів органічної продукції через проникнення у їхню свідомість.

Висновки. Для підвищення якості життя населення окремих регіонів особливо тих, які знаходяться в кризовому становищі, потрібен «сильний» бренд. Звичайно, що досягнути високого розвитку, використовуючи лише тех-

нології брендування, неможливо, тут потрібні комплексні зміни в загальних соціально-економічних процесах та зміни в свідомості суспільства. Потрібно також сформуванати національний бренд. Проте регіональний бренд, який акцентує увагу на здоров'ї, екології, культурі, може побудувати міцний фундамент не лише для свого розвитку, але і для навколишніх територій.

Цільовою аудиторією, або, як ми зазначили, замовниками і користувачами органік-бренду регіону можуть бути: місцеве населення, гості та туристи, органи регіональної влади, бізнес, засоби масової інформації тощо.

На нашу думку, формування органік-бренду регіону має бути пріоритетом насамперед для регіональної влади. Для цього необхідно організувати спеціальний комітет, можливо, підрозділ, який плануватиме діяльність органів влади та розроблятиме рекомендації для підприємств, що виробляють органічну продукцію. У склад комітету доцільно включити спеціалістів із соціоло-

гії, історії, культури, зв'язків із громадськістю, маркетологів. Останні працюватимуть над безпосереднім формуванням бренду та його підтримкою, донесенням ідеї до реальних та потенційних користувачів. Розроблений організаційно-економічний механізм сприятиме виходу та закріпленню органік-бренду спочатку на регіональному, а в перспективі – на зовнішньому ринку України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Милованов Е.В. Науково-освітні аспекти розвитку органічного виробництва. Агросвіт. 2018. № 15–16. С. 32–45. URL: http://organic.com.ua/wp-content/uploads/2019/10/naukovo-osvitni_aspekty_milovanov_2018.pdf (дата звернення: 22.11.2019).
2. Милованов Е.В. Значення органічного сільського господарства у системі розвитку сільських територій. Вісник Львівського національного аграрного університету. 2018. №25. С. 87–98. URL: http://organic.com.ua/wp-content/uploads/2019/10/organic_ta_rozvytok_silskykh_terytoriy.pdf (дата звернення: 22.11.2019).
3. Кравчук І.І., Кравчук І.А. Вплив бренду «органік» на розвиток сільських територій. Органічне виробництво і продовольча безпека. Зб. доп. учасн. VI Міжнар. наук.-практ. конф. Житомир. 2018. С. 450–454. URL: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/9341/1/Organik_2018_450-454.pdf (дата звернення: 22.11.2019).
4. Осташко О. Сільське населення України за 10 років скоротилося на 16%. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2736219-silske-naselenna-ukraini-za-10-rokiv-skorotilosja-na-16-ekspert.html> (дата звернення: 22.11.2019).
5. AgroPolit.com. Презентовано мапу органічної продукції України. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/v-ukraini-prezentovano-mapu-organichnoi-produkcii> (дата звернення: 22.11.2019).
6. Інститут землеробства NAAAN розробив карту придатності ґрунтів для органічного землеробства [Institute of Agriculture of NAAAS has developed a map of suitability of soil for organic farming] URL: <http://naas.gov.ua/slide/nstitut-zemlerobstva-naan-rozrobiv-kartu-pridatnost-runt-v-dlya-organ-chnogo-zemlerobstva> (дата звернення: 22.11.2019).
7. Чириця І. Бренд Баранівської ОТГ: від фарфору до органічної продукції та туризму Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2441132-brend-baranivskoi-otg-vid-farforu-do-organichnoi-produkcii-ta-turizmu.html> (дата звернення: 22.11.2019).
8. Айзенрінг Т. Карпатська торгова марка. FIBL. URL: <https://ukraine.fibl.org/ua/ua-a-p/ua-project-components0/ua-carpathian-trademark.html> (дата звернення: 22.11.2019).
9. Нечай О. Маркетинг регіону, як метод підвищення конкурентоспроможності. Економіка і регіон. 2010. № 25. С. 41–45.
10. Шатава Ю.Л., Карпищенко М.Ю. Механізм розробки бренду території. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012, № 4. С. 324–329. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_4_324_329.pdf (дата звернення: 22.11.2019).
11. Бойко М.Г. Організаційно-економічний механізм формування національного бренду. Теоретичні та прикладні питання економіки. Випуск 21. С. 304–311. URL: http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2010_21/Zb21_40.pdf (дата звернення: 22.11.2019).

pects of organic production development] *Aghrosvit*. [Agro-world], no. 15–16, pp. 32–45. Available at: http://organic.com.ua/wp-content/uploads/2019/10/naukovo-osvitni_aspekty_milovanov_2018.pdf (accessed 22 November 2019).

2. Mylovanov E.V. (2018) Znachennja orghanichnogho silsjkogho ghospodarstva u systemi rozvytku silsjkykh terytorij [The importance of organic agriculture in the system of rural development]. *Visnyk Ljvivsjkogho nacionalnogho aghrarnogho universytetu* [Bulletin of Lviv National Agrarian University], no. 25, pp. 87–98. Available at: http://organic.com.ua/wp-content/uploads/2019/10/organic_ta_rozvytok_silskykh_terytoriy.pdf (accessed 22 November 2019).
3. Kravchuk I.I., Kravchuk I.A. (2018) Vplyv brendu «orghanik» na rozvytok silsjkykh terytorij [Influence of the Organic brand on rural development]. *Orghanichne vyrobnyctvo i prodovoljcha bezpeka. Zb. dop. uchasn. VI Mizhnar. nauk.-prakt. konf. Zhytomyr*. Pp. 450–454. Available at: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/9341/1/Organik_2018_450-454.pdf (accessed 22 November 2019).
4. Ostashko O. (2019) Siljsjke naselennja Ukrainy za 10 rokiv skorotylosja na 16% [The rural population of Ukraine decreased by 16% in 10 years]. *Ukrinform* [Ukrinform]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2736219-silskenaselenna-ukraini-za-10-rokiv-skorotilosja-na-16-ekspert.html> (accessed 22 November 2019).
5. AgroPolit.com (2019) Prezentovano mapu orghanichnoi produkciji Ukrainy [The map of organic products of Ukraine is presented]. Available at: <https://agravery.com/uk/posts/show/v-ukraini-prezentovano-mapu-organichnoi-produkcii> (accessed 22 November 2019).
6. Instytut zemlerobstva NAAAN rozrobiv kartu prydatnosti gruntiv dlja orghanichnogho zemlerobstva. Available at: <http://naas.gov.ua/slide/nstitut-zemlerobstva-naan-rozrobiv-kartu-pridatnost-runt-v-dlya-organ-chnogo-zemlerobstva> (accessed 11 September 2019).
7. Chyrycja I. (2019) Brend Baranivskoj OTGh: vid farforu do orghanichnoi produkciji ta turyzmu [Baranovskaya OTG brand: from porcelain to organic produce and tourism]. *Ukrinform* [Ukrinform] Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2441132-brend-baranivskoi-otg-vid-farforu-do-organichnoi-produkcii-ta-turizmu.html> (accessed 22 November 2019).
8. Ajzenring T. (2019) Karpatsjka torghova marka [Carpathian trademark]. *FIBL* [FIBL]. Available at: <https://ukraine.fibl.org/ua/ua-a-p/ua-project-components0/ua-carpathian-trademark.html> (accessed 22 November 2019).
9. Nechaj O. (2010) Marketyngh rehionu, jak metod pidvyshhennja konkurentospromozhnosti [Marketing the region as a method of increasing competitiveness]. *Ekonomika i rehion*, no. 25, pp. 41–45.
10. Shatava Ju.L., Karpyschenko M.Ju. (2012) Mekhanizm razrobotky brenda terrytory [Mechanism of territory brand development]. *Marketyngh i menedzhment innovacij* [Marketing and innovation management], no. 4, pp. 324–329. Available at: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_4_324_329.pdf (accessed 22 November 2019).
11. Bojko M.Gh. (2010) Orghanizacijno-ekonomichnyj mekhanizm formuvannja nacionalnogho brendu [Organizational and economic mechanism of national brand formation]. *Theoretical and applied issues of economics* [Teoretychni ta prykladni pytannja ekonomiky], vol. 21, pp. 304–311. Available at: http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2010_21/Zb21_40.pdf (accessed 22 November 2019).

REFERENCES:

1. Mylovanov E.V. (2018) Naukovo-osvitni aspekty rozvytku orghanichnogho vyrobnyctva [Scientific and educational as-

УДК 330.1:338.2:656.7

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-20>**Вовк О.М.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки повітряного транспорту
Національного авіаційного університету***Долгополова Ю.А.***студентка
Національного авіаційного університету***Vovk Olha***PhD in Economics, Associate Professor
Associate Professor at the Department of Air Transport Economics
National Aviation University***Dolhopolova Yuliya***Student
National Aviation University*

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ІННОВАЦІЙНОГО ОНОВЛЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ АВІАПІДПРИЄМСТВ

PERFORMANCE MANAGEMENT OF INNOVATIVE RENEWAL OF THE AVIATION ENTERPRISES' BASIC ASSETS

АНОТАЦІЯ

Технологічні досягнення та динамічність розвитку ринку авіаційних послуг провокують зростання вмотивованості до інноваційного оновлення основних засобів на авіапідприємствах. У статті розглянуто особливості управління основними засобами авіапідприємства: одночасне відшкодування втрати вартості активів із процесом надання авіаційної послуги, виключна роль транспортних засобів та інфраструктури у фондо-віддачі й прибутковості, масштабність і довготривалість процесу інноваційного оновлення авіаційної техніки. Запропоновано організаційно-економічний механізм управління інноваційним оновленням основних засобів авіапідприємства, що, розглядаючи послідовність процесу інноваційного оновлення, поєднує складники, що впливають на ефективність формування і реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії.

Ключові слова: інноваційне оновлення, основні засоби, авіапідприємство, транспортні засоби, транспортна інфраструктура.

АННОТАЦИЯ

Технологические достижения и динамичность развития рынка авиационных услуг провоцируют рост заинтересованности в инновационном обновлении основных средств на авиапредприятиях. В исследовании рассмотрены особенности управления основными средствами авиапредприятия: одновременное возмещение потери стоимости активов с процессом предоставления авиационной услуги, исключительная роль транспортных средств и инфраструктуры в фондоотдаче и прибыльности, масштабность и продолжительность процесса инновационного обновления авиационной техники. Предложено организационно-экономический механизм управления инновационным обновлением основных средств авиапредприятия, который, рассматривая последовательность процесса инновационного обновления, объединяет составляющие, влияющие на эффективность формирования и реализации инновационно-инвестиционной стратегии.

Ключевые слова: инновационное обновление, основные средства, авиапредприятие, транспортные средства, транспортная инфраструктура.

ANNOTATION

The technological advances and the dynamism of the aviation services market development stimulate motivation to increase

innovative renewable of basic assets at the aviation enterprises. The feature of providing transport services at the aviation enterprises is connected with high requirements for safety and technological reliability. Another important motivation factor is the high cost of means of transport, complex technical conditions of reconstruction of the aviation infrastructure and obligation of technical compliance to international standards. The article describes features of management of the enterprise's basic assets, which consist of simultaneous compensation of the loss of assets' cost and providing aviation services, the peculiar role of the means of transport and infrastructure in return on assets and profitability, large scale and continuance of the innovative renewable process of the aviation technology. The basic assets at the aviation enterprises are the value-based economic resources, kept to use when providing aviation and additional services to perform administrative and socio-cultural functions; the expected useful economic life of basic assets is less than a year, their cost decreases and transfers to transportation rates. The ways for intensification renewal of the basic assets for aviation enterprises and airports are formulated. The organizational and economic mechanism for basic assets innovative renewal management of aviation enterprise is proposed, it, when taking into account the algorithm of innovative renewal, unites the components, that influence the effectiveness of the formation and realization of innovation and investment strategy. The realization of the proposed steps for innovative renewal consists in the realization of the purposes of creating new competitive advantages in the dynamic aviation services market, increasing profitability and transportation ramp-up. Cooperation of the elements of the organizational and economic mechanism allows to form the innovative and investment strategy and defines the effectiveness level of the innovative renewal of the aviation enterprises' basic assets.

Key words: innovative renewal, basic assets, aviation enterprise, mean of transport, transport infrastructure.

Постановка проблеми. Діяльність будь-кого авіатранспортного підприємства пов'язана з наявністю та використанням основних засобів, які мають характеризуватися відповідним складом та структурою для здійснення процесу переміщення, обслуговування вантажів і пасажирів. Для забезпечення конкурентоспроможності по-

слуг авіапідприємства та отримання необхідної величини прибутку необхідно здійснювати постійний аналіз ефективності оновлення основних засобів та досліджувати фактори, які впливають на цей показник. Питання ефективності оновлення основних засобів є досить актуальним, оскільки від нього залежить безпека і якість надання авіаційних послуг. Нині аналіз управління інноваційним оновленням основних засобів на авіапідприємствах показує недостатню ефективність використовуваних методів та форм управління. Зазвичай головною причиною низької ефективності управління процесами оновлення основних засобів є невідповідність наявних потреб підприємств їх реальним фінансовим можливостям, а також інвестування у переоснащення, а не у впровадження інноваційних технологій. В описаних умовах доцільно обґрунтувати шляхи та інструментарій інноваційного оновлення основних засобів авіапідприємства.

Аналіз останніх досліджень. Методологічні засади дослідження інноваційного оновлення основних засобів на підприємствах було закладено в наукових працях таких учених, як О. Ареф'єва [1], Г. Астапова [2], І. Євсєєва [3], Н. Коцацька [4], О. Колещук [5] та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Технології надання транспортних послуг авіакомпаніями та аеропортами мають специфічні технологічні особливості, а тому процес управління інноваційним оновленням основних засобів потребує формалізації методичного інструментарію.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування напрямів забезпечення ефективності інноваційного оновлення основних засобів авіапідприємств.

Виклад основного матеріалу. Забезпечення необхідних темпів розвитку і підвищення ефективності основного виду діяльності можливе за умови інтенсифікації оновлення і підвищення ефективності використання наявних основних засобів авіапідприємств. У сучасних умовах господарювання від стратегічних цілей оновлення основних засобів залежить кількісний і якісний стан основних засобів (особливо повітряних суден, транспортної інфраструктури), їхня комерційна завантаженість та ефективність використання.

Відповідно до нормативних документів, під основними засобами розуміють матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).

І досі немає єдиного погляду серед науковців щодо економічних характеристик засобів праці, які використовуються авіапідприємством.

Аналіз визначень поняття «основні засоби», наданих різними авторами, у зв'язку з окремими характеристиками показує, що окремі з них ототожнюють це поняття з засобами праці, а деякі – з матеріальними активами чи матеріальними цінностями [6]. Отже, основні засоби на авіапідприємствах – це вартісно виражені економічні ресурси, які утримуються суб'єктом господарювання з метою використання в процесі надання авіаційних і супутніх послуг, для здійснення адміністративних чи соціально-культурних функцій, очікуваний строк експлуатації яких становить не менше одного року, вартість яких зменшується в процесі використання і переноситься на транспортні тарифи. До активних виробничих основних засобів авіапідприємств відносять транспортні засоби, транспортну інфраструктуру й обслуговуючу техніку.

У практичній діяльності з управління ефективністю інноваційного оновлення основних засобів авіапідприємства найчастіше використовують функціональний підхід, відповідно до якого інноваційна діяльність підприємства являє собою механізм, що містить певний набір функцій. Дослідження показало, що до основних недоліків функціонального підходу до управління процесами інноваційного оновлення слід віднести такі:

- за функціонально структурованої організації інноваційних процесів відсутня зацікавленість співробітників у кінцевому результаті. Найчастіше бачення цілей оновлення технічного забезпечення не виходить за межі підрозділів, працівники не орієнтовані на кінцеві цілі підприємства, на задоволення потреб вантажовласників або пасажирів;

- значна частина робочих процесів на підприємстві включає безліч функцій, тобто виходить за межі перевізного процесу, що провокує відсутність розуміння запитів вантажовласників чи пасажирів, не враховує специфіки надання авіаційних послуг;

- більша частина часу, необхідного для здійснення управлінського впливу на перевізний процес, витрачається на взаємодію між службами і перевищує витрати часу на безпосередню послугу.

Проте застосування функціонального підходу в проактивному управлінні та за умов спрямованості всього колективу на результативність і прибутковість діяльності авіапідприємств дає змогу мінімізувати витрати часу й знаходити нестандартні рішення.

Процес оновлення основних засобів на авіапідприємствах має певні характерні ознаки:

- основні виробничі засоби поступово переносять свою вартість на собівартість авіаційних послуг;

- у процесі відтворення основних засобів одночасно відбувається рух їхньої споживної вартості;

- нарахуванням амортизаційних відрахувань здійснюється нагромадження в грошовій формі частково перенесеної вартості основних засобів на надані послуги. При цьому момент надання і спо-

живання транспортних послуг збігаються у часі, тому відсутнє резервування амортизаційних відрахувань у формі готової нереалізованої продукції;

– основні засоби оновлюються в натуральній формі протягом тривалого часу, що дає можливість маневрувати коштами амортизаційного фонду [2, с. 114].

Важливо зазначити, що необхідність оновлення основних виробничих засобів за ринкових відносин визначається конкуренцією на ринку пасажирських авіаперевезень, оскільки саме конкурентне середовище спонукає підприємства здійснювати прискорене списання основних засобів з метою прискореного впровадження інноваційних технологій, нагромадження фінансових ресурсів для наступного вкладання коштів у придбання більш прогресивного устаткування, впровадження нових технологій та іншого поліпшення основних засобів. За сучасних умов доцільно запровадити і реалізувати такі головні напрями інтенсифікації інноваційного оновлення основних засобів на авіапідприємствах:

– прискорення розвитку авіапромислового комплексу, комплексна перебудова його структури з метою максимально можливого задоволення попиту на повітряні судна та їхні комплектуючі, забезпечення виготовлення нових поколінь літаків та закінчених (технологічно зв'язаних) систем супутніх обслуговуючих машин, розроблення та організація виробництва тих технічних засобів транспортування й обслуговування, які раніше не виготовлялися або імпортувалися з інших країн;

– зосередження зусиль різних галузей науки на пріоритетних напрямках науково-технічного прогресу, розвитку передусім наукомістких виробництв, що мають клієнтоорієнтовані принципи, підвищенні техніко-організаційного рівня та соціально-економічної ефективності, авіаційної безпеки та якості обслуговування;

– покращення всієї організації робіт із техніко-технологічного оновлення та економічного обґрунтування на всіх стадіях відтворювально-го процесу;

– дотримання кожним авіапідприємством власної стратегії технічного, організаційного та економічного розвитку; переорієнтація інвестиційної політики на реконструкцію діючих інфраструктурних об'єктів; збільшення масштабів вилучення з виробництва технічно застарілих і економічно малоефективних транспортних та обслуговуючих засобів, перехід від практики одиничної заміни спрацьованої техніки до систематичного, послідовного і комплексного оновлення техніко-технологічної бази взаємозв'язаних процесів обслуговування вантажів і пасажирів;

– створення ринкового економічного механізму, здатного забезпечити постійну вмотивованість усіх рівнів управління перевізним процесом у здійсненні найбільш ефективних відтворювальних процесів і сприйнятті науково-технічних та організаційних інновацій.

За структурною побудовою організаційно-економічний механізм управління інноваційним оновленням основних засобів авіапідприємства може бути описаний як послідовність етапів, що за дотримання заданих цілей і алгоритмів може поєднати об'єкти, суб'єктів, підсистеми, методи та інші складники через комплекс функціональних взаємозв'язків, створюючи умови для реалізації процесів розроблення та реалізації інноваційних стратегій та досягнення цілей підвищення ефективності модернізації й оновлення. Спрямованість управління в описаному організаційно-економічному механізмі управління інноваційним оновленням основних засобів авіапідприємства проходить повний цикл використання основних засобів (рис. 1).

На першому етапі відбувається визначення цілей інноваційного оновлення транспортних засобів та інфраструктури авіапідприємства на основі аналізу поточних та перспективних планів його діяльності та розвитку. Цілі інноваційного розвитку формуються під впливом факторів спрямованості та появи нових технологій. При цьому визначають характер майбутніх інновацій, принципи та загальну стратегію розвитку авіапідприємства.

На другому етапі проводиться аналіз зовнішнього впливу факторів та оцінюються фактичні ресурси та організаційні можливості здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності.

Метою третього етапу є виявлення прийнятних інструментів формування інноваційних стратегій, оцінювання ефективності, взаємоузгодженості майбутніх інновацій в основні засоби.

Далі проектується система управління інноваційними стратегіями розвитку, місце й умови застосування тих чи інших функцій.

Виходячи з проведеного аналізу, на четвертому етапі формується множина альтернативних інноваційних стратегій та здійснюється вибір оптимальної з них. Обґрунтовані стратегії та проекти інноваційного оновлення основних засобів у підсистемі прийняття рішень проходять процес валідації, оцінювання ефективності та розроблення проектної документації.

П'ятий етап полягає у пошуку ресурсних можливостей для реалізації вибраної інноваційно-інвестиційної стратегії оновлення основних засобів.

Крім пошуку власних внутрішніх ресурсних джерел, авіапідприємство має обґрунтувати та презентувати інноваційний проекти для залучення зовнішніх джерел фінансування. На наступному етапі відбувається формування комплексу заходів для реалізації стратегії чи проекту, вибраної на попередньому етапі, а також вибір інструментарію реалізації інноваційних заходів, визначення оптимізації структури ресурсних джерел, побудова графіків виконання робіт, презентування потенційним інвесторам тощо.

Далі йде етап реалізації вибраної стратегії інноваційного оновлення, тобто практична дія з купівлі або удосконалення наявних тран-

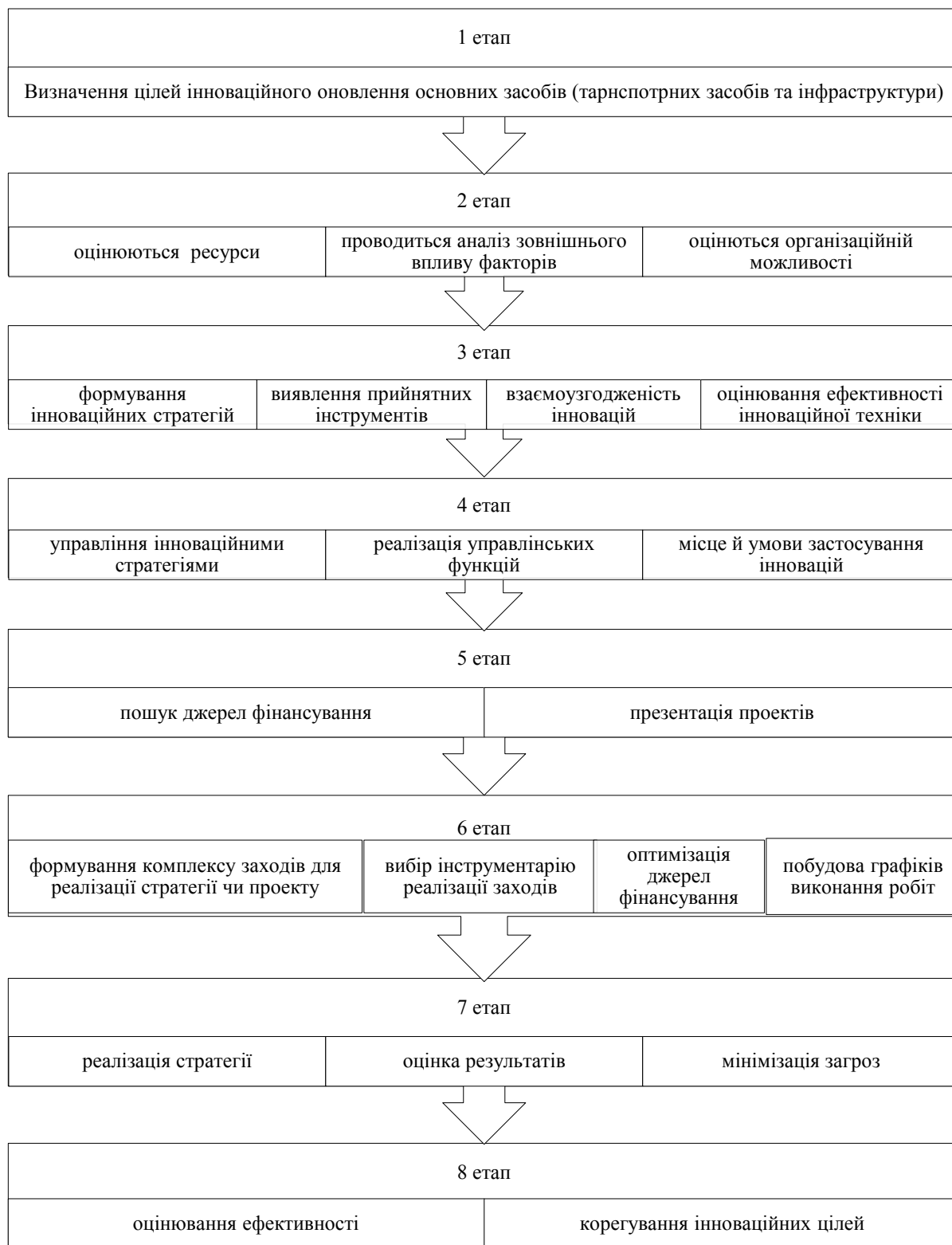


Рис. 1. Реалізація процесного підходу під час проектування організаційно-економічного механізму управління інноваційним оновленням основних засобів авіапідприємства

Джерело: розроблено авторами

спортних засобів та інфраструктури, що включає контроль за їх виконанням та підведення підсумків. Якщо стратегічні цілі не досягнуті, керівникові варто визначити основне коло проблем підприємства, «слабких сторін» та розро-

бити можливі варіанти їх вирішення з метою мінімізації негативних наслідків відхилень від вибраної мети, а також розробити нові стратегічні цілі або переглянути та уточнити наявні, враховуючи ситуацію, що склалася.

Підведення підсумків має обов'язково включати етап оцінювання результатів інноваційно-інвестиційної діяльності та визначення їхньої ефективності. За правильного обґрунтування напрямів, інструментів та прогнозування ефектів авіапідприємство на сьомому етапі управління інноваційним оновленням основних засобів отримує перші економічні ефекти, що стають основою для формування і нарощування виробничого потенціалу.

Заключний етап управління інноваційним оновленням основних засобів відображає ефективність реалізації інноваційних проектів та стратегій.

Одним із найважливіших аспектів у процесі технічного оновлення авіапідприємства є забезпечення ефективного управлінського впливу на цей процес. Із розмаїття концепцій щодо управління основними засобами підприємства слід виокремити такі, що базуються на різних концептуальних положеннях щодо:

- типу реагування (реактивний та проактивний) на імпульси розвитку підприємства;
- методів здійснення управлінського впливу на процес розвитку через адміністрування або керування;
- характеру залучення персоналу до формування напрямів розвитку та відповідальності за отримані результати;
- способу організації управлінського впливу: через створення ієрархічної адміністративної структури або відсутності адміністративних відносин у системі.

Сучасна багатоваріантність методологічних підходів та концепцій управління підприємством породжують широкий спектр управлінських технологій, що застосовуються у процесі функціонування і розвитку системи управління інноваційним оновленням основних засобів авіапідприємства. Управлінською практикою створено чимало інструментів управління, що сприяють ефективному досягненню стратегічних цілей підприємства.

Побудова організаційно-економічного механізму управління інноваційним оновленням основних засобів авіапідприємства створює необхідні передумови підвищення ефективності реалізації інноваційних проектів та забезпечення стійкості та конкурентоспроможності в умовах зростання конкуренції на ринку авіаційних послуг та підвищення рівня глобалізації світового ринку авіаційної техніки.

Висновки. Інноваційне оновлення основних засобів авіапідприємства є складним процесом, що потребує планування й управління інструментарієм інноваційної стратегії відповідно до конкретних ресурсних можливостей підприємств на основі результатів оцінки всіх форм можливої інноваційної діяльності. При цьому завдання вибору ефективного напрямку управління інноваційним оновленням основних засобів авіапідприємства полягає у визначенні такого оптимального варіанту з низки альтер-

натив, що в процесі впровадження інновацій відображає би майбутню поведінку підприємства щодо зовнішнього середовища, а саме до інших суб'єктів господарської діяльності з урахуванням індивідуальних внутрішніх можливостей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ареф'єва О.В., Соборайчук Т.Ю. Управління ефективністю використання виробничого потенціалу транспортного підприємства. Інфраструктура ринку. 2018. № 24. С. 85–90.
2. Астапова Г.В. Неінституціональні підходи щодо відтворення основних фондів підприємств. Вісник СумДУ. Серія «Економіка». 2011. № 1. С. 113–119
3. Євсєєва І.В., Левицька І.В. Механізм інвестування відтворення основних засобів. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2010. № 218. С. 77–82.
4. Коцацька Н.О., Сергєєва С.В. Сучасні методи оцінки ефективності відтворення основних засобів підприємства. Молодий вчений. 2018. № 11(63). С. 433–437.
5. Колешук О.Я., Яневич Н.Я., Удот Н.М. Методичні засади формування стратегії інвестиційного забезпечення оновлення основних засобів. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23(11). С. 313–320
6. Вовк О.М. Управління резервами нарощування ефективності використання основних засобів підприємств. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. Вип. 6(17). С. 144–152. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/28.pdf (дата звернення: 26.12.2019).

REFERENCES:

1. Aref'jeva O.V. and Soborajchuk T. (2018) Upravlinnja efektyvnosti vykorystannja vyrobnychogho potencialu transportnogho pidpryemstva [Management of the efficiency of the production potential of the transport enterprise]. *Market Infrastructure*, no. 24, pp. 85–90.
2. Astapova Gh.V. (2011) eoinstytucionaljni pidkhody shhodo vidtvorennja osnovnykh fondiv pidpryjemstv [Neoinstitutional approaches to reproduction of fixed assets of enterprises]. *Visnyk SumDU. Serija «Ekonomika»*, no 1, pp. 113–119.
3. Jevsjejeva I.V. and Levycjka I.V. (2010) Mekhanizm investuvannja vidtvorennja osnovnykh zasobiv [The mechanism of investment of reproduction of fixed assets]. *Naukovi praci Nacionaljnogho universytetu kharchovykh tekhnologhij*, no. 218, pp. 77–82.
4. Kodacjka N.O. and Serghjejeva S.V. (2018) Suchasni metody ocinky efektyvnosti vidtvorennja osnovnykh zasobiv pidpryemstva [Modern methods of estimation of efficiency of reproduction of the fixed assets of the enterprise]. *Molodyj vchenyj*, no. 11(63), pp. 433–437.
5. Koleshuk O.Ja., Janevych N.Ja. and Udot N.M. (2013) Metodychni zasady formuvannja strateghiji investycijnogho zabezpechennja onovlennja osnovnykh zasobiv [Methodical bases of formation of strategy of investment maintenance of updating of fixed assets]. *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 23(11), pp. 313–320.
6. Vovk O.M. (2018) Upravlinnja rezervamy naroshhuvannja efektyvnosti vykorystannja osnovnykh zasobiv pidpryemstv [Management of reserves for increasing the efficiency of using fixed assets of enterprises]. *Skhidna Jevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnja* (electronic journal). Vol. 6(17), pp. 144–152. Available at: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/28.pdf (accessed: 26.12.2019).

УДК 379.85

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-21>

Горшкова Л.О.

*старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Державного університету «Житомирська політехніка»*

Horshkova Liudmyla

*Senior Lecturer at the Department of Tourism and Hotel and Restaurant
Zhytomyr Polytechnic State University*

ОСОБЛИВОСТІ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДНИКА ІВЕНТ-ТУРИЗМУ

FEATURES OF FESTIVAL TOURISM AS A COMPLEX IST-TOURISM

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сутність та особливості розвитку фестивального туризму. Методом наукового абстрагування уточнено зміст поняття «фестиваль», у складі туристичної галузі, проведено класифікацію форм і видів його функціонування на регіональному рівні. На підставі літератури, що присвячена фестивальному туризму, виокремили шість основних груп факторів: соціально-економічні фактори, демографічні фактори, політичні фактори, соціально-психологічні фактори, культурно-історичні фактори, матеріально-технологічні фактори. Ці групи факторів характеризувалися насамперед у позитивному плані як сприяючі розвитку фестивального туризму. Проте слід зупинитися на факторах, що стримують і навіть гальмують його зростання. Відсутність планування у використанні природних і трудових ресурсів є стримуючими, такими, що негативно впливають на фестивальний туризм.

Ключові слова: фестивальні подорожі, рекреаційно-туристська діяльність, івент-туризм, подієвий туризм, тематичний туризм.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены сущность и особенности развития фестивального туризма. Методом научного абстрагирования уточнено содержание понятия «фестиваль», в составе туристической отрасли проведена классификация форм и видов его функционирования на региональном уровне. На основании литературы, посвященной фестивальному туризму, выделили шесть основных групп факторов: социально-экономические факторы, демографические факторы, политические факторы, социально-психологические факторы, культурно-исторические факторы, материально-технологические факторы. Эти группы факторов характеризовались прежде всего в положительном плане как способствующие развитию фестивального туризма. Однако следует остановиться на факторах, сдерживающих и даже тормозящих его рост. Отсутствие планирования в использовании природных и трудовых ресурсов являются сдерживающими, такими, которые негативно влияют на фестивальный туризм.

Ключевые слова: фестивальные путешествия, рекреационно-туристская деятельность, ивент-туризм, событийный туризм, тематический туризм.

ANNOTATION

The relevance of this research is the need to promote the festival movement in order to develop it internationally. As this type of tourism abroad is capturing an increasing share of the tourist services market, the development of this industry is very promising for our country, as for any other. Festival tourism is an important component of event tourism. The organization of festival tourism has its own peculiarities. This direction in tourism allows to solve many socio-economic problems inherent not only in the tourism industry. Festivals are a powerful stimulator of the tourist flow. They attract more tourists to the country, which in turn helps to increase foreign

exchange earnings. In addition, festival tourism helps to solve the problem of seasonality by attracting tourists during the off-season. In this way, entrepreneurs earn a "low season" profit, infrastructure facilities are not idle - their operation becomes economically viable, and the load on tourist infrastructure becomes more uniform. It can be noted that this can be especially true for countries with a clear specialization in one form or another of tourism. For example, for countries with a subtropical climate where beach holidays are predominantly developed or for countries where ski tourism is predominant. In his research the author highlights the theoretical components of the features of festival tourism as a component of event tourism; analyzes the nature and importance of festival tourism in mass types of tourism; highlights the current state of development of festival tourism; notes the problems and prospects of the development of festival tourism in modern conditions. Festivals vary in scale and content in different countries quite often. However, theorists and practitioners in the field of tourism have not yet substantiated the concept of «festival tourism», its specific characteristics. Considering the growing interest in this type of recreational and tourist activity, attracting more and more people and resources, we consider it necessary to justify the festival tourism. The development of festival tourism contributes to the creation of new additional jobs and provides employment for the population. The potential of festival tourism is inexhaustible. Almost every country has a resource for its development.

Key words: festival trips, recreational and tourist activities, event tourism, event tourism, thematic tourism.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Туризм – подорож із метою відновлення сил і дозвілля, що забезпечується певним набором послуг задля її досягнення. З кожним роком популярність туризму збільшується, і для сучасного туриста дуже важливо забезпечити три складові частини відпочинку: ландшафт – традиції – дозвілля. У цьому контексті особливої уваги заслуговують фестивалі й організовані на їх підґрунті фестивальний туризм. Фестивальний туризм – порівняно новий вид туризму, який в останні роки охоплює все більший сегмент туристичного ринку. Однак вплив цього виду туризму на розвиток туристично-рекреаційної галузі та популяризацію певного туристичного регіону не досить вивчений і проаналізований, тому потребує науково обґрунтованого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи подієвого туризму описані в науковій літературі дуже мало. Україномовних

видань, у яких би розглядалося це поняття, немає. Серед російськомовних слід назвати працю А.В. Бабкіна «Спеціальні види туризму», в якій подієвому туризму присвячений один із розділів. Зокрема, автор пропонує свою класифікацію цього виду рекреації, а також описує організаційні особливості різних його напрямів.

Теоретичну базу дослідження фестивального туризму становлять праці з проблем формування термінології, структури та функцій фестивального процесу М. Шведа, А. Бабкіна, специфічних рис культурно-пізнавального і подієвого туризму України О. Любіцевої, О. Бейдика, М. Мальської, М. Рутинського. Аналіз сучасного музичного фестивального процесу в Україні виконано в дослідженнях О. Дьячкової, О. Зінкевич, Л. Кияновської, С. Кравцової, М. Шведа та ін.

Формування цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування наукових засад і розроблення практичних рекомендацій щодо розвитку фестивального туризму, вдосконалення організаційно-економічних механізмів фестивального руху, виявлення проблем та обґрунтування перспектив його розвитку. Відповідно до поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- дослідити сутність та особливості фестивального туризму як складника івент-туризму;
- встановити місце фестивального туризму у масових видах туризму;
- проаналізувати сучасний стан розвитку фестивального туризму;
- виявити проблеми розвитку фестивального туризму в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «фестивального туризму» чи «фестивального туру» все частіше з'являються у переліку пропонованих туристичних послуг і завоюють усе ширшу аудиторію.

Передумовами розвитку фестивального туризму в Україні є як зовнішні, так і внутрішні чинники. До основних внутрішніх (ендогенних) чинників належать інфраструктурне і технічне забезпечення, сезонність, сприяння розвитку місцевим ремеслам і творчим етноколективам, активність суб'єктів туристичного бізнесу, зростання інформованості споживачів і зміна їх уподобань, підвищення значущості засобів масової інформації в рекламі і просуванні культурно-масових заходів та цільових етнофестивальних турів, забезпеченість кваліфікованими кадрами, зростання ролі координації діяльності в сфері туризму і культури. Зовнішніми (екзогенними) чинниками є історико-географічні, етногеографічні, економіко- і соціально-географічні, демографічні, інформаційні та інтеграційні (глобалізація і принципи збереження етнокультурного розмаїття), екологічні та правові.

Поняття «фестивального туризму» чи «фестивального туру» все частіше з'являються у переліку пропонованих туристичних послуг, однак у розробках відомих вітчизняних вчених

нам не вдалося віднайти відповідних тлумачень цих термінів.

У працях В.Ф. Кифяка та монографії «Міжнародний туризм» А.Ю. Александрової ми не зустрічаємо поняття «фестивального туризму» взагалі. В монографії М.П. Крачила «Географія туризму» знаходимо такий вид туризму, як культурно-розважальний, в якому автор виділяє розважальні подорожі з метою відвідування фестивалів та спортивних змагань. М.П. Кляп [2, с. 77] також виділяє пізнавальні тури, метою яких є відвідування святкових заходів, концертів, виставок, але такого терміну, як «фестивальний» в його роботах немає. Фестивально-видовищний та спортивно-видовищний як підвиди культурно-розважального туризму пропонує в своїх працях О.О. Бейдик [3, с. 91]. Свою систематику рекреаційної діяльності пропонують О. Топчієв та Ц. Ван. Вони класифікують її за мотивацією рекреаційних потреб. Виділяють розважальні потреби, серед яких ми зустрічаємо фестивалі, карнавали та національні свята. Після тривалого пошуку серед інтернет-джерел ми знайшли термін «фестивальний туризм (festival tourism)» [14], але і тут він використовувався як назва подорожей.

Виходячи з філософського поняття детермінізму, яке вивчає взаємозв'язки явищ матеріального та духовного світу, і основним положенням якого є існування залежності між явищами [6, с. 46], ми дійшли висновку, що існуючі класифікації своєю появою вже були на порозі зародження інших. Ми вважаємо, що вже проведена ретельна класифікація підсумовує результати попереднього розвитку даної галузі і разом з тим відмічає початок нового етапу її розвитку. Класифікація сприяє руху науки зі ступеня емпіричного нагромадження знань на рівень теоретичного синтезу цих знань.

Так, Г.Б. Вороніна запропонувала точкою відліку розвитку сучасного туризму вважати кінець другої Світової Війни [10], а щодо фестивального туризму, на нашу думку, в сучасному його розумінні, то він почав розвиватися дещо пізніше, хоча історію має глибшу. Тому, на нашу думку, фестивальний туризм заслуговує бути виділеним в окремий вид туризму.

Підґрунтям фестивального туризму в Україні, зокрема на регіональному рівні, є збережені етнічні та релігійні традиції, чому присвячено низку публікацій [2–6; 10]. Питання класифікації фестивалів частково розглядаються Лесюком А., Бучко Ж.

Для сучасного туризму характерною ознакою є його диверсифікація відповідно до урізноманітнення потреб туристів. Якщо наприкінці ХХ ст. найпопулярнішою концепцією була концепція тріох «S» («Sun – Sea – Sand») – сонце – море – пісок, то в новому тисячолітті їй на зміну приходять концепції тріох «L» («Landscape – Lore – Leisure») – ландшафт – традиції – дозвілля [4, с. 67]. Найбільш вдалою реалізацією такого трактування туризму є,

на наш погляд, організація дозвілля у вигляді традиційних та сучасних свят та обрядів, характерних для корінних етносів, у мінімально перетвореному антропогенному ландшафті. У цьому контексті особливої уваги заслуговують фестивалі та організовані на їх підґрунті фестивальний туризм.

Маємо проаналізувати фактори, що визначають розвиток фестивального туризму. На підставі літератури, що присвячена фестивальному туризму можна виділити шість основних груп факторів:

1. Соціально-економічні фактори. Ці фактори є основоположними і включають: характер суспільно-економічного строю; матеріальний добробут; трудову діяльність; обсяг і структуру вільного часу; культурний рівень, професійну і освітню структуру населення.

2. Демографічні фактори. До них відносяться: чисельність; особливості розміщення населення і його статевовікова структура.

3. Політичні фактори включають: стабільність внутрішньої політики і зовнішньополітичних відносин; розширення міжнародних політичних, економічних, наукових, культурних зв'язків і співробітництва; спрощення паспортного і митного режиму; соціальна політика держави.

4. Соціально-психологічні фактори. До них відносяться: вплив традицій і наявність певних стереотипів поведінки; релігія; підвищення престижу і зростання соціального статусу індивіда; інформаційні засоби і реклама.

5. Культурно-історичні фактори відображають багатство матеріальної і духовної культури народів.

6. Матеріально-технологічні фактори визначаються рівнем техніки і технології в галузях транспорту, будівництва, зв'язку, комунікацій; у засобах масової інформації; системі комунально-побутових служб, торгівлі і громадського харчування.

Підсумовуючи, можемо сказати, що ці групи факторів характеризувалися, перш за все, в позитивному плані як сприяючі розвитку фестивального туризму. Проте слід зупинитися на факторах, стримуючих і навіть гальмуючих його зростання. З соціально-економічних факторів, таких як, інфляція, зростання злочинності і безробіття, кризи, порушення умов товарообміну, а також відсутність планування у використанні природних і трудових ресурсів є стримуючими, такими, що негативно впливають на фестивальний туризм [7, с. 102].

Різноманітні за масштабами і змістом фестивалі відбуваються в різних країнах досить часто. Проте теоретики й практики в галузі туризму досі не обґрунтували поняття «фестивального туризму», його специфічних ознак. Зважаючи на зростання зацікавленості до цього виду рекреаційно-туристської діяльності, залучення до нього все більшої кількості людей та ресурсів, вважаємо за потрібне обґрунтувати приналежності фестивального туризму.

Фестивальні подорожі мають всі ознаки туризму. Фестивальний туризм довгий час знаходився на стику пізнавального, розважального та етнографічного туризму. Ми не відкидаємо можливості знаходження спільних ознак з іншими видами туризму, але у цього виду є яскраво виражені власні особливості, що дає можливість виділити такі 7 ознак фестивального туризму:

– подорожі є нетривалими (в середньому 3–5 днів);

– мають чітко виражені просторові рамки (місця проведення фестивалів);

– в останні роки спостерігається все більша зацікавленість до фестивалів та свят;

– простежується чітка історія розвитку фестивалів;

– мають мету, що відрізняється від мети пізнавального туризму;

– існують зв'язки з іншими видами туризму;

– створена система класифікацій цього виду туризму.

Саме слово «фестиваль» походить від французького слова *festival*, що означає «святковий». За визначенням енциклопедичного словника, фестиваль – масове святкування, музичні виступи, показ досягнень естрадного, кіно- та циркового мистецтва [5, с. 125]. Пов'язуючи фестивальну діяльність із зростаючим туристичним рухом, а також зважаючи на міцний зв'язок з його складовими, можемо дати таке визначення: фестивальний туризм – це організація короткотривалих пізнавальних подорожей терміном на 5–7 днів із метою відвідування певних подій (від концертів сучасної західної музики до релігійних святкувань, від етнічних карнавалів до парадів сучасних субкультур), з періодичністю 1 раз на рік.

За методикою «Класифікація туризму за метою подорожей» О.О. Бейдика [3] ми створили свою систему зв'язків фестивального туризму з іншими видами туризму (рис. 1).

За даною схемою простежуються зв'язки фестивального туризму з культурно-розважальним, релігійним, пізнавальним, спортивним та шоп-туризмом.

Фестивальний туризм (тематичний туризм, подієвий туризм) – різновид туризму, основна мета якого присвячена якій-небудь події. Унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в найбільш видовищних заходах планети, поступово завойовують все більшу популярність.

Подієвий туризм – це чудова атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку і незабутні враження. Головна особливість подієвого туризму – безліч яскравих неповторних моментів. Цільова аудиторія тематичного туризму – це забезпечені туристи з доходом вище середнього, а також компанії, що складаються з декількох пар.

Під фестивальним туризмом дослідники передусім мають на увазі короткотермінові (не більше тижня) пізнавальні подорожі з метою

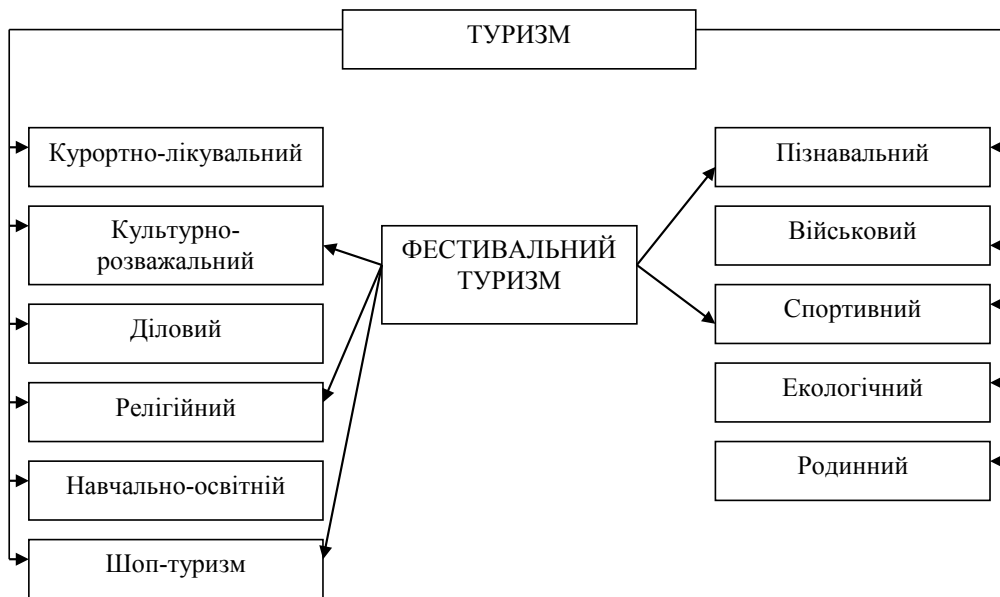


Рис. 1. Місце фестивального туризму в структурі туристичної діяльності [3]

відвідати певні події (музичні, культурні, релігійні, спортивні, масово-розважальні) з періодичністю раз на рік [9].

Доволі часто фестивальний туризм розглядається не як окремий вид туризму, а як складова подієвого туризму або івент-туризму (термін вперше було застосовано ще у 1987 р. Департаментом туризму Нової Зеландії) [1; 3; 4; 5; 6].

Подієвий туризм визначається як вид туризму, який орієнтований на відвідини певного місця в певний час у зв'язку з якоюсь подією. На сьогоднішній день подієвий туризм (event tourism) виступає доволі перспективним видом туризму, який займає другу сходинку за рівнем популярності в Європі. Серед видів подієвого туризму на першому місці знаходяться перш за все фестивалі, які відрізняються за своїм тематичним змістом [10, с. 183].

Не відкидаємо можливості знаходження спільних ознак з іншими видами туризму, але у цього виду є яскраво виражені власні особливості, що дає можливість виділити наступні ознаки фестивального туризму: подорожі є нетривалими (в середньому 3–5 днів); мають чітко виражені просторові рамки (місця проведення фестивалів); в останні роки спостерігається все більша зацікавленість до фестивалів та свят; простежується чітка історія розвитку фестивалів; мають мету, що відрізняється від мети пізнавального туризму; існують зв'язки з іншими видами туризму; створена система класифікацій цього виду туризму [2].

Важко провести межу між подієвим туризмом і фестивальним. Так подієвий туризм включає такі відмінні атракції, як: військові паради, конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації; покази фільму, торжества; торговельні шоу, презентації, відкриття підприємств, прийми, заходи, пов'язані з просуванням торговельної марки, аукціони, авіа- і автосалони і т. ін. [9].

Фестивальний туризм виступає одним з наймасовіших різновидів пізнавального туризму. Сутнісна класифікація фестивального туризму має на меті встановити загальні принципи й закономірності встановлення класів. Для цього ми розглянули всю множину факторів, за якими можуть класифікуватися фестивалі, виділили найбільш суттєві з них і дали змістовну інтерпретацію всім можливим класам досліджуваного об'єкта. Розглянемо можливу типізацію фестивального туризму (рис. 2).

На основі дослідження можемо сказати, що до етнічних фестивалів належать:

- різноманітні свята, пов'язані з язичницькими віруваннями (Африканські фестивалі, Івана Купала, Маланка);
- святкування християнських обрядів та свят (Масляна);
- свята, які були започатковані ще в Дохристиянські часи, але під впливом релігії дещо видозмінилися, набувши статусу християнських (Венеціанський карнавал);
- святкування Нового року у різних народів;
- сучасні «збірні» етнічні фестивалі («Фольклорум» Німеччина).

До релігійних фестивалів належать:

- фестивалі, пов'язані зі світовими релігіями (Християнство, Буддизм, Іслам);
- фестивалі, пов'язані з національними релігіями (Іудаїзм, Зороастризм, Індуїзм);
- фестивалі, пов'язані з місцевими віруваннями (тотемізм, фетишизм, магія, віра в духів предків і т.д.).

До музичних фестивалів належать:

- фестивалі (концерти) етнічної музики;
- фестивалі (концерти) класичної музики;
- фестивалі (концерти) сучасної музики.

До фестивалів сучасних субкультур належать:

- фестивалі та паради представників нетрадиційної сексуальної орієнтації;

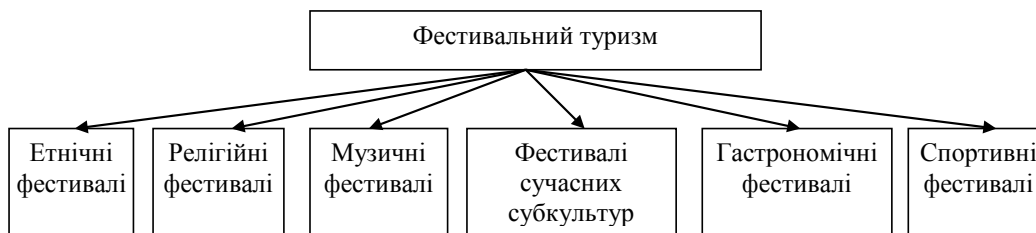


Рис. 2. Типізація фестивального туризму [9]

- фестивалі кохання;
 - різноманітні свята субкультур (Хіпі, Панк, Рок та ін.);
 - кінофестивалі;
 - фестивалі (покази) сучасної моди.
- До гастрономічних фестивалів належать:
- фестивалі, пов'язані зі збором урожаю (Свято винограду);
 - фестивалі, пов'язані певною національною стравою (Фестиваль бринзи);
 - фестивалі, присвячені певному напою («Октоберфест», Свято молодого вина (Грузія).
- Розглянемо класифікацію фестивалів по вертикалі (табл. 1). До уваги ми взяли метод об'єктів просторових таксонів.
- До спортивних фестивалів належать:
- фестивалі, пов'язані зі святкуванням спортивних подій (відкриття – закриття Олімпійських ігор);
 - проведення різноманітних чемпіонатів (Чемпіонати світу з футболу, хокею та ін.).

Під час проведення класифікації фестивалів за часовою ознакою (табл. 2) ми використовували історичний метод, тобто визначили причини й фактори, що зумовили виникнення фестивалів, визначили стадії розвитку фестивалів аж до сучасного стану.

Аналізуючи проведені узагальнення дають нам підстави вважати фестивальний туризм окремим видом, що підтверджує виокремлення його специфічних ознак та аналіз місця фестивального туризму у структурі рекреаційно-туристської діяльності. Спроба типізації та класифікації фестивального туризму дає можливість перспективних досліджень у цій галузі.

Такий підхід до поняття «фестивальний туризм» дозволить розширити існуючі види туризму, розробити концепцію подальшого розвитку туризму та місця фестивалів в економіці регіонів, де вони проводяться.

Висновки з цього дослідження. На сьогодні в світі зростає інтерес до фестивальних турів, які поступово витісняють традиційну купаль-

Таблиця 1

Класифікація фестивального туризму за масштабом проведення [7]

Назва класу	Характерні риси	Назви фестивалів
Міжнародні фестивалі	Приїзд туристів із 3 і більше країн. Значна реклама. Масштаби охоплення туристів.	Карнавал у Ріо-де-Жанейро, Венеціанський Карнавал, Олімпійські ігри, Корида, Томатні бої, Новий рік у Китаї та Таїланді тощо
Національні фестивалі	Фестивалі проводяться в межах однієї країни. Реклама в національних засобах масової інформації. Залучення туристів своєї країни.	Октоберфест (Німеччина), Станфордський фестиваль (Велика Британія), Сорочинський ярмарок (Україна) тощо
Регіональні фестивалі	Свята, що проводяться в межах кількох сіл, або в одному місті. Оголошення лише в районній або в обласній й газеті. Маловивчені і мало розрекламовані події серед туристів інших регіонів та інших країн.	«Храмові свята» у селах. Маланка. Дні міста. Ярмарки.

Таблиця 2

Порівняльно-часова класифікація фестивалів [13]

1	Дохристиянські фестивалі	Олімпійські ігри, Язичницькі карнавали, Гладіаторські бої, Давньогрецькі театри.
2	Фестивалі, пов'язані з появою світових релігій.	З поширенням християнства у світі поширювались і християнські традиції.
3	Етнічні фестивалі, в яких поєднувались християнські та язичницькі звичаї	Задля популяризації нової релігії місцевому населенню дозволялось поєднувати свої язичницькі святкування з християнськими святами.
4	Гастрономічні фестивалі	З установами певних кулінарних традицій виникали і фестивалі
5	Фестивалі сучасної музики	Спостерігалось значне поширення у 20 столітті поряд глобалізацією та утворенням так званої «світової поп-культури»
6	Фестивалі сучасних субкультур	Починають поширюватись у 2 половині 20 століття після так званої «сексуальної революції»

но-пляжну рекреацію. Даний напрям в туризмі дозволяє вирішувати безліч соціально-економічних проблем, властивих не тільки туристській галузі. Фестивалі притягають додаткову кількість туристів до країни, що, в свою чергу сприяє збільшенню валютних надходжень. Крім того, фестивальний туризм допомагає вирішити проблему сезонності, яка особливо виявляється в країнах з субтропічним кліматом, що розвивають пляжний відпочинок, а також для країн, що розвивають гірськолижний туризм. Крім того, він створює додаткові робочі місця і забезпечує зайнятість населення.

На даний момент фестивальний туризм є найперспективнішим видом туризму на міжнародному рівні, який динамічно розвивається та сприяє залученню споживачів туристичних послуг незалежно від сезону. На жаль, фестивальному туризму в Україні не приділяється належна увага, і країна не використовує всі потенціальні ресурси для економічного розвитку пріоритетних районів. Усі заходи позиціонуються лише як культурна, спортивна чи розважальна подія та не асоціюються з підґрунтям для подієвого туризму.

Дослідження подієвого туризму все ще знаходиться на ранній стадії розвитку та потребує більш детального вивчення проблем і сприяння підвищенню мотивації споживачів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України : навчальний посібник. Київ : Альтерпрес, 2010. 404 с.
- Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму : навчальний посібник. Київ : Знання, 2011. 334 с.
- Бейдик О.О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму). Географія та туризм. 2010. № 8. С. 45–49.
- Білоцерківська Т.М. Значення народних звичаїв та традицій для розвитку фестивального туризму в Україні : Збірник наукових праць. Донецьк, 2006. С. 224–228.
- Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України : реалії та перспективи. Економіка і прогнозування. 2011. № 1. С. 104–119.
- Булійенко О. Подієвий туризм як компонент розвитку креативних територій. Географія та туризм. 2012. № 20. С. 174–184.
- Бурачек І.В. Теоретичні аспекти та розвиток івентивного туризму в Україні. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/191-1.pdf> (дата звернення: 16.12.2019).
- Величко В.В. Дослідження факторів розвитку туристської індустрії України. Науково-технічний збірник № 102. 2012. С. 470–475. URL: <http://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/viewFile/392/390> (дата звернення: 10.12.2019).
- Воронина А.Б. Фестивальний туризм, як значима складова подієвого туризму. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского*. 2011. № 1. С. 161–172.
- Воронина Г.Б. Фестивальний туризм як новий напрям світового туризму. Географія та туризм. 2010. № 10. С. 31–34.
- Гандзюк В. Фестивальний рух у мас-медіа на тлі розвитку культури української держави. Вісник Львівського університету. 2013. № 38. С. 127–133. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/5207> (дата звернення: 07.12.2019).
- Грабовенська С.П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної галузі України. Науковий журнал «Молодий вчений». 2016. № 8(35). С. 15–18. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/8/4.pdf> (дата звернення: 25.11.2019)
- Грицьку-Андрієш Ю.П. Фестивальний туризм в системі рекреаційно-туристської діяльності. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2010. № 519–520. С. 56–60.
- Медвідь Л. Фестивальний туризм Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2011. В. 614–615. С. 86–89. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/medvid.htm (дата звернення: 22.11.2019).

REFERENCES:

- Beidyk O.O. (2010) *Rekreationsiini resursy Ukrainy* [Recreational resources of Ukraine]. Kyiv: Alterpres. (in Ukrainian)
- Klyap M.P., Shandor F.F. (2011) *Suchasni riznovydy turyzmu* [Modern types of tourism]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
- Beidyk O.O. (2010) *Heohrafiia ta turyzm* [Geography and Tourism]. *Rozvytok kulturno-rozvezhalnogo turyzmu v Ukraini (na prykladi festyvalnogo turyzmu)* [Development of cultural and leisure tourism in Ukraine (for example, festival tourism)]. Kyjiv : Aljfa-PIK, pp. 45–49.
- Bilotserkivska T.M. (2006) *Znachennia narodnykh zvychaiv ta tradytsii dlia rozvytku festyvalnogo turyzmu v Ukraini* [The importance of folk customs and traditions for the development of festival tourism in Ukraine]. Donetsk: Zbirnyk naukovykh prac, pp. 224–228.
- Bondarenko M.P. (2011) *Ekonomika i prohnouzuvannia* [Economics and forecasting] *Turystychnyi sektor ekonomiky Ukrainy: realii ta perspektyvy* [Tourism sector of Ukrainian economy: realities and prospects]. Kyjiv, pp. 104–119.
- Buliienko O. (2012) *Heohrafiia ta turyzm* [Geography and Tourism] *Podiiyevyi turyzm yak komponent rozvytku kreatyvnykh terytorii* [Event tourism as a component of the development of creative territories]. Kyjiv: Aljfa-PIK, pp. 174–184.
- Burachek I.V. (2017) *Teoretychni aspekty ta rozvytok iventyvnoho turyzmu v Ukraini* [Theoretical aspects and development of eventual tourism in Ukraine], vol. 2, no. 119. Available at: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/191-1.pdf> (accessed 19 December 2019).
- Velychko V.V. (2012) *Doslidzhennia faktoriv rozvytku turystskoi industrii Ukrainy* [Research of factors of development of tourist industry of Ukraine]. *Naukovo-tekhnichnyi zbirnyk № 102*. [Scientific and Technical Collection No. 102], pp. 470–475. Available at: <http://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/viewFile/392/390> (accessed 10 December 2019).
- Voronyna A.B. (2011) *Festyvalnyi turyzm, kak znachymaia sostavliaiushchaia sobytynoho turyzma* [Festival tourism as a significant component of event tourism]. *Scientific notes of the Taurida National University. YOU. Vernadsky*, no. 1, pp. 161–172.
- Voronina H.B. (2010) *Festyvalnyi turyzm yak novyi napriam svitovoho turyzmu* [Festival tourism as a new direction of world tourism]. *Geography and Tourism magazine*, no. 10, pp. 31–34.
- Handziuk V. (2013) *Festyvalnyi rukh u mas-media na tli rozvou kultury ukrainskoi derzhavy* [Festival movement in the media against the background of the development of the culture of the Ukrainian state]. *Bulletin of the University of Lviv*, no. 38, pp. 127–133. Available at: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/5207> (accessed 07 December 2019).

12. Ghrabovensjka S.P. (2016) *Suchasnyj stan i tendenciji rozvytku turystychnoji ghaluzi Ukrainy* [The current state and tendencies of development of tourist industry of Ukraine]. *Scientific journal "Young Scientist"*, no. 8(35), pp. 15–18. Available at: <http://molodyvchenu.in.ua/files/journal/2016/8/4.pdf> (accessed 25 November 2019)
13. Hrytsku-Andriesh Yu.P. (2010) *Festyvalnyi turizm v systemi rekreatsiino-turystskoi diialnosti* [Festival tourism in the system of recreational and tourist activity]. *Scientific Bulletin of Chernivtsi University*, no. 519–520, pp. 56–60.
14. Medvidj L. (2011) *Festyvaljnyj turizm Zakarpattja: suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku* [Festival tourism in Transcarpathia: current state and prospects for development]. *Scientific Bulletin of Chernivtsi University*, vol. 614–615, pp. 86–89. Available at: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/5207> (accessed 22 November 2019).

УДК 659.1.01

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-22>**Громова О.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Українського державного університету залізничного транспорту***Оробінський О.С.***магістрант
Українського державного університету залізничного транспорту***Gromova Olena***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor, Department of Management and Administration of
Ukrainian State University of Railway Transport***Orobinskiy Oleksandr***Undergraduate of the Department of Management and Administration
Ukrainian State University of Railway Transport*

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

COMMUNICATION POLICY IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена розгляду організації комунікаційної політики підприємства із зовнішньоекономічної діяльності, оскільки це перспективний курс дій підприємства (або його представників), спрямований на планування і здійснення взаємодії підприємства з усіма суб'єктами міжнародного бізнес-середовища на основі обґрунтованої стратегії використання комплексу комунікативних засобів (просування-мікс). Ці дії забезпечують стабільне ефективне формування попиту і просування пропозиції (товарів і послуг) на зовнішньому ринку з метою задоволення потреб покупців і отримання прибутку. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств із зовнішньоекономічною діяльністю в сучасних умовах неможливе без інтенсивного використання комплексу комунікацій, спрямованих на інформування, переконання, нагадування контактним аудиторіям про продукцію підприємства, а також створення та підтримання на високому рівні його іміджу.

Ключові слова: просування, стандартизація, інструменти, інформація, комунікація, зовнішньоекономічна діяльність.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена рассмотрению организации коммуникационной политики предприятия по внешнеэкономической деятельности, поскольку это перспективный курс действий предприятия (или его представителей), направленный на планирование и осуществление взаимодействия предприятия со всеми субъектами международной бизнес-среды на основе обоснованной стратегии использования комплекса коммуникативных средств (продвижение-микс). Эти действия обеспечивают стабильное эффективное формирование спроса и продвижение предложения (товаров и услуг) на внешнем рынке с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли. Обеспечение конкурентоспособности предприятий с внешнеэкономической деятельностью в современных условиях невозможно без интенсивного использования комплекса коммуникаций, направленных на информирование, убеждение, напоминание контактными аудиториями о продукции предприятия, а также создание и поддержание на высоком уровне его имиджа.

Ключевые слова: продвижение, стандартизация, инструменты, информация, коммуникация, внешнеэкономическая деятельность.

ANNOTATION

The modern process of informatization leads to the formation of a new communication way of life and professional activity of society. The article is devoted to consideration of the organization of communication policy of the enterprise on foreign economic activity. As it is a promising course of action of the enterprise (or its representatives), aimed at planning and implementing the interaction of the enterprise with all subjects of the international business environment on the basis of a sound strategy of using the complex of communicative means (promotion-mix). These actions ensure a stable and effective formation of demand and promotion of supply (goods and services) in the foreign market in order to meet the needs of customers and profit. Nowadays, communication is becoming the main object of management research, since the level of knowledge of communication processes increasingly depend on the results of entrepreneurial activity. The most important in communication policy in foreign markets is the creation of a unified communication concept for foreign markets, which would form an idea of national enterprises in the world market. Planning a communication mix requires a deep situational analysis of factors related not only to the functioning of a particular domestic enterprise (type of activity, size, financial capacity, development of a partner network), but also to environmental factors of foreign countries. The peculiarities of the functioning of international market networks are reflected in the communication policy of enterprises engaged in international business communications. The process of communicative activity in the foreign economic sphere includes a set of actions (decisions), the implementation of which initiates a communication cycle (interaction) between the sender and the recipient of information. In today's conditions, ensuring the competitiveness of enterprises with foreign economic activity is impossible without intensive use of a complex of communications aimed at informing, persuading, reminding contact audiences about the enterprise's products, as well as creating and maintaining a high level of its image.

Key words: promotion, standardization, tools, information, communication, foreign economic activity.

Постановка проблеми. Сучасний процес інформатизації веде до формування нового комунікаційного устрою життя і професійної діяльності суспільства.

Сьогодні комунікації в організаційному контексті включають взаємодію між людьми. Внутрішні комунікації відіграють особливу роль у груповій динаміці. Без комунікацій немає спілкування, обміну інформацією, а без цього не може бути і групи (організації). Таким чином, комунікації виступають як визначальна умова для формування групи та її життєдіяльності.

Комунікаційна політика в системі зовнішньоекономічної діяльності – це перспективний курс дій підприємства (або його представників), спрямований на планування і здійснення взаємодії підприємства з усіма суб'єктами міжнародного бізнес-середовища на основі обґрунтованої стратегії використання комплексу комунікативних засобів (просування-мікс). Ці дії забезпечують стабільне ефективне формування попиту і просування пропозиції (товарів і послуг) на зовнішньому ринку з метою задоволення потреб покупців і отримання прибутку.

Метою статті є дослідження інструментів комунікаційної політики підприємства із зовнішньоекономічної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Основні теорії комунікацій були висвітлені у працях зарубіжних учених останньої чверті ХХ ст.: І. Ансоффа, М. Бомензата, В. Врума, В. Макелвіла, Е. Персе, Г. Хемел і ін. Фактори, що впливають на комунікаційний процес в управлінні, розглянуто зарубіжними вченими, такими як Е. Алессандра, М. Альберг, Ф. Герцберг, М. Мескон, Ю.Г. Одегов, І.П. Пономарьов та ін.

Виклад основного матеріалу. Безумовно, зовнішньоекономічна діяльність є важливою складовою частиною міжнародних відносин, сприяє посиленню конкурентоспроможності різних суб'єктів господарювання в їхній боротьбі на світових ринках.

Загалом зовнішньоекономічну діяльність будь-якого суб'єкта господарювання слід розглядати як функціонування встановлених економічних зв'язків внаслідок формування і розвитку міжнародних економічних відносин [1].

Комунікація як форма спілкування двох і більше суб'єктів контактування є природною і невід'ємною частиною процесу управління. Метою комунікацій на підприємстві є здійснення змін, вплив на діяльність таким чином, щоб досягти процвітання організації [2].

Значущість комунікацій у діяльності підприємства зумовлена тим, що вони є:

- джерелом і носієм інформації;
- засобом свідомого впливу на ринок;
- інструментом підвищення ефективності маркетингової діяльності.

Для розвитку комунікативних процесів в останні роки характерне зростання розмаїття та інтегрованості комунікацій, з одного боку, і зростання використання диференційованих (зокрема, маркетингових) інструментів – з іншого.

Комунікаційна політика (у розрізі просування товару на ринок) повинна вирішувати активні завдання із формування і стимулювання

попиту на товар з метою збільшення продажів, підвищення їхньої ефективності і загальної прибутковості підприємницької діяльності.

Нині комунікація стає основним об'єктом дослідження менеджменту, оскільки від рівня знань комунікаційних процесів все сильніше залежать результати підприємницької діяльності.

Інформаційно-комунікативні технології як галузь професійної прикладної і наукової діяльності з'явилися в Україні не так давно. Їхня поява була викликана об'єктивними обставинами розвитку суспільних відносин, інститутів громадянського суспільства, а також соціально-економічних, інтеграційних, ринкових механізмів. За цих умов є очевидною необхідність побудови зв'язків як механізму рівноправного діалогу. Проте процес формування зовнішньополітичних комунікативних технологій у нашій країні значно ускладнений деякими причинами як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру, і серед цих причин – серйозна соціально-економічна криза і постійна політична конфронтація. Сукупність цих причин привела до розколу між суспільством і державою та тягне за собою постійні протиріччя і непорозуміння.

Натепер підприємства із зовнішньоекономічною діяльністю все частіше використовують диференційовані маркетингові інструменти для стимулювання механізму просування товару на ринок.

Маркетингові комунікації – це процес взаємодії суб'єктів маркетингової системи з приводу узгодження і прийняття тактичних і стратегічних рішень у маркетинговій діяльності на зовнішньому ринку. Ефективність таких комунікацій залежить від особистісних характеристик кожного із суб'єктів, а також від використовуваних засобів здійснення і методів стимулювання комунікацій [3].

Просування здійснюється за допомогою механізму інформування, впливу, переконання і стимулювання покупців, залучення їх до процесу купівлі-продажу. Механізм просування приводиться в дію за допомогою комплексного інструментарію, до складу якого належать: реклама, стимулювання збуту, особистий продаж, «паблік релейшнз», прямиий маркетинг, спонсорство, продукт-плейсмент, брендинг.

Кожен інструмент просування-мікс впливає на комунікатора за допомогою медіаканалів. Медіа є складовою частиною комплексу комунікацій і виступає інтегратором та інноватором комплексних форм (мультимедіа) просування товарів із використанням сучасних мультимедіатехнологій (аудіо-, відео-, теле-, комп'ютерних технологій) у системі комунікативно-інформаційних процесів. Мультимедіа забезпечує ефект присутності клієнта (продавця) у спілкуванні з комп'ютерним, віртуальним або реальним в часі середовищем за рахунок необмежених можливостей надання інформації та доступу до неї.

Поєднання інструментів просування створює раціональну форму впливу на покупців під час інформування їх про товар або послугу.

Міжнародні ринкові мережі функціонують в умовах, характерними рисами яких є: доступність; загальність ринкових мереж у межах, встановлених господарськими зв'язками; поступовість розвитку з урахуванням накопиченого досвіду, потенціалу і форм інтеграції підприємств у міжнародні мережі; інтенсивне впровадження комп'ютеризації, інформатизації і мультимедіатехнологій, можливість інтерактивної взаємодії як на реальних, так і на віртуальних ринках; конвергенція і дивергенція процесів у сфері національних культур під час упровадження «мультинаціональних» товарів на ринки інших країн; логістизація фінансових ділових комунікацій і формування стандартизації та єдиного життєвого циклу фінансових послуг; формування процесу стандартизації рекламної діяльності [4].

Особливості функціонування міжнародних ринкових мереж відображаються на комунікативній політиці підприємств, що здійснюють міжнародні бізнес-комунікації.

Процес комунікативної діяльності у зовнішньоекономічній сфері включає в себе сукупність дій (рішень), виконання яких дає початок комунікативному циклу (взаємодії) між відправником і отримувачем інформації.

Найважливішим у комунікативній політиці на зарубіжних ринках є створення уніфікованої комунікативної концепції для зовнішніх ринків, яка б формувала уявлення про національні підприємства на світовому ринку.

Для планування комунікативного міксу необхідний глибокий ситуаційний аналіз факторів, пов'язаних не тільки з функціонуванням конкретного вітчизняного підприємства (вид діяльності, розміри, фінансові можливості, розвиненість мережі партнерів), а й із факторами навколишнього зовнішнього зарубіжного середовища.

Під час створення комунікаційної політики підприємства із зовнішньоекономічною діяльністю орієнтуються на локальний або глобальний підхід і використовують три способи:

– міжнародні уніфіковані кампанії – уніфікація комунікативних заходів є передумовою до стандартизації комунікативної політики на зовнішніх ринках (міжнародні єдині стандартизовані комунікативні стратегії застосовуються тоді, коли необхідне формування іміджу у світовому масштабі, їх упровадження може також диктуватися і бюджетними обмеженнями);

– міжнародні диференційовані кампанії – розробки конкретно для тієї країни або цільового ринку, куди передбачається спрямувати товар;

– «директивні» кампанії – являють собою змішану форму зі «стандартизованої» і «диференційованої» [7].

Виходячи з особливостей кожної описаної міжнародної комунікативної кампанії, глобального характеру стратегій, слід враховувати необхідність розроблення локальних тактик, оріє-

нтованих на особливості застосування засобів комунікативного міксу.

У комунікативній політиці підприємств на міжнародних ринках найбільшого поширення набули такі інструменти, як реклама, стимулювання збуту, «паблік рілейшнз», персональні продажі, а останнім часом – глобальна комп'ютерна мережа Інтернет [8].

Реклама на міжнародному рівні регламентується нормами і правилами, встановленими Міжнародним кодексом рекламної практики (МКРП). МКРП – це інструмент самодисципліни промисловців, торговців. Використовується в рекламі будь-яких товарів, послуг, встановлює етичні стандарти, якими повинні керуватися всі, хто займається рекламою, включаючи рекламодавців, виконавців реклами, рекламні агентства і засоби масової інформації.

У міжнародному просторі рекламна політика є ефективною у сфері пропозиції товарів і послуг, визначення ціни товарів, під час вибору каналів збуту.

Висновки. Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності підприємств із зовнішньоекономічною діяльністю в сучасних умовах неможливе без інтенсивного використання комплексу комунікацій, спрямованих на інформування, переконання, нагадування контактним аудиторіям про продукцію підприємства, а також створення та підтримання на високому рівні його іміджу. Ефективна комунікаційна політика дає можливість підприємству більш вільно і впевнено почуватися в міжнародному бізнесовому просторі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Завадський Й.С. Менеджмент. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2003. 640 с.
2. Кіслов Д.В. Термінологія комунікацій: теоретичний дискурс та його практичне використання. *Державне управління: удосконалення та розвиток*, № 3, 2013. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Duur_2013_3_5.pdf (дата звернення: 20.09.2019).
3. Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации. Москва : Эксмо, 2006. 432 с.
4. Канищенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації : навчальний посібник. Київ : ІВЦ «Політехніка», 2004. 152 с.
5. Пилипенко А.А. Менеджмент: навчальний посібник. Харків : Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2005. 456 с.
6. Афанасьев Н.В. Экономика предприятия. Харьков : ИД «ИНЖЭК», 2004. 528 с.
7. Окландер М.А. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки : [монографія] / М.А. Окландер, І.Л. Литовченко, М.І. Ботушан. Київ : Знання, 2011. 265 с.
8. Гайтина Н.М. Новітні інструменти маркетингових комунікацій. *Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. О. Балацького*, м. Суми, 6-8 травня 2014 р. Суми : СумДУ, 2014. Том 2. С. 198–200.
9. Громова О.В., Карпенко Л.С. Інформаційні технології в системі комунікацій зед підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Харків, 2018. № 64. С. 18–23.

REFERENCES:

1. Zavadskiy Y.S. (2003) Menedzhment [Management]. Kiev: Vid-vo Evrop. un-tu, pp. 640. (in Ukrainian)
2. Kislov D.V. (2013) Terminologia komunikatsiy: teoretychniy dyskurs ta yogo praktychne vykorystannia [Communication terminology: theoretical discourse and its practical use]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, no. 3. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Duur_2013_3_5.pdf (date of issue 20.09.2019).
3. Romanov A.A., Panko A.V. (2006) Marketingovi komunikatsiyi [Marketing communications]. Moscow: *Eksmo*, pp. 432.
4. Kanischenko O.L. (2004) Mizhnarodniy marketing: Teoriya i gospodarski situatsiyi: navch. pos. [World marketing. Theory and economic situations]. Kiev: «Politehnika», pp 152.
5. Pilipenko A.A. (2005) Menedzhment [Management]. Harkiv: Vidavnychiy Dim «INZhEK», pp. 456. (in Ukrainian)
6. Afanasev N.V. (2004) *Ekonomika predpriyatiya* [Enterprise of economy]. Harkov: ID «INZhEK», pp. 528.
7. Oklander M.A., Litovchenko I.L., Botushan M.I. (2011) Marketingovi komunikatsiyi promislovih pidpriemstv v umovah informatsiyanoi ekonomiki [Marketing communications of industrial enterprises in the conditions of information economy]. Kiev: Znannya, pp. 265.
8. Gaytina N.M. (2014) Novitni instrumenti marketingovih komunikatsiy [Latest marketing communications tools]. *Economic problems of sustainable development: materials of the International Scientific and Practical Conference devoted to the memory of prof. O. Balatsky*, vol. 2, pp. 198–200.
9. Gromova O.V., Karpenko L.S. (2018) Informatsiyni tehnologii v syytemi komunikatsiy zed pidpriemstv [Information technologies in the enterprise communications system]. *Bulletin of Economics of Transport and Industry*. Kharkiv, vol. 64, pp. 18–23.

УДК 65.011

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-23>**Громова О.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Українського державного університету залізничного транспорту***Шилова О.В.***магістрант
Українського державного університету залізничного транспорту***Gromova Olena***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor, Department of Management and Administration of
Ukrainian State University of Railway Transport***Shylova Olena***Undergraduate of the Department of Management and Administration
Ukrainian State University of Railway Transport*

МЕХАНІЗМ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ

MECHANISM OF USE OF LOGISTIC OUTSOURCING IN ACTIVITIES OF UKRAINIAN COMPANIES

АНОТАЦІЯ

У сучасному постійно мінливому світі, в який дуже міцно за останні десятиліття інтегрувалася Україна, відбуваються постійні зміни і нововведення в усіх галузях життєдіяльності. Ці зміни безпосередньо стосуються економічної, технологічної та комерційної діяльності торговельних підприємств, зокрема в питаннях управління ланцюгами поставок продукції і логістичних функцій. Управління бізнес-процесами в глобальних ланцюгах поставок стає все більш складним і дорогим. Аутсорсинг як особлива форма ділових відносин належить до числа найбільш поширених інституційних інновацій. Створені на основі аутсорсингу логістичні системи спрямовані на підвищення ефективності діяльності зацікавлених у ланцюгах поставок організацій шляхом зниження адміністративних і транзакційних витрат, підвищення продуктивності праці, отримання доступу до наявних на ринку активів і зниження вартості поставок.

Ключові слова: аутсорсинг, логістичний ланцюг, контрагент, бізнес-процес, оптимізація.

АННОТАЦИЯ

Управление бизнес-процессами в глобальных цепях поставок становится все более сложным и дорогим. Аутсорсинг как особая форма деловых отношений относится к числу наиболее распространенных институциональных инноваций. Созданные на основе аутсорсинга логистические системы направлены на повышение эффективности деятельности задействованных в цепях поставок организаций путем снижения административных и транзакционных издержек, повышения производительности труда, получения доступа к имеющимся на рынке активам и снижения стоимости поставок. В современном постоянно меняющемся мире, в который очень крепко за последние десятилетия интегрировалась Украина, происходят постоянные изменения и нововведения во всех сферах жизнедеятельности. Эти изменения непосредственно касаются экономической, технологической и коммерческой деятельности торговых предприятий, в частности в вопросах управления цепями поставок продукции и логистических функций.

Ключевые слова: аутсорсинг, логистическая цепь, контрагент, бизнес-процесс, оптимизация.

ANNOTATION

In today's ever – changing world, in which Ukraine has become very integrated over the last decades, there are constant changes and innovations in all spheres of life. These changes directly relate to the economic, technological and commercial activities of commercial enterprises, in particular with regard to supply chain management and logistics functions. The relevance of the study is due to the fact that in a modern, constantly changing world, which has been very firmly integrated over the last decades Ukraine, there are constant changes and innovations in all areas of life. These changes directly relate to the economic, technological and commercial activities of commercial enterprises, in particular in the areas of supply chain management and logistics functions. Managing business processes in global supply chains is becoming increasingly complex and expensive. Outsourcing, as a special form of business relationship, is one of the most common institutional innovations. Outsourced logistics systems are designed to increase the efficiency of the organizations involved in supply chains by reducing administrative and transaction costs, increasing productivity, gaining access to assets on the market and reducing the cost of supply. Some companies in Ukraine are still mistrustful of the possibility of switching to industrial outsourcing. This is because companies: are wary of losing intellectual capital, know-how and experience; not sure about the quality of products and reliability of supply; have difficulty in choosing a qualified service company; have concerns about transferring knowledge (core capabilities) and their own technologies to a third party. However, when outsourcing the logistics chain of an enterprise, such fears are unfounded, as logistics is usually not a specialized activity for enterprises, and can be performed more efficiently by a specialized service organization. The choice of outsourcing as the main strategy for the development of logistics systems highlights not the availability of own resources, but the ability to organize, utilize available external resources in the framework of mutually beneficial cooperation of companies in the supply chain.

Key words: outsourcing, logistics chain, counterparty, business process, optimization.

Постановка проблеми. Глобалізація світової економіки та тенденції подальшого міжнародного поділу праці збільшують значущість управління потоковими процесами і сприяють

формуванню на ринку складних інтегрованих структур, переважно мережевого характеру, з безліччю потокових процесів, єдиним інформаційним простором, які об'єднують різні за спеціалізацією суб'єкти ринку.

Актуальність дослідження зумовлена там, що у сучасному постійно мінливому світі, в який дуже міцно за останні десятиліття інтегрувалася Україна, відбуваються постійні зміни і нововведення в усіх галузях життєдіяльності. Ці зміни безпосередньо стосуються економічної, технологічної та комерційної діяльності торговельних підприємств, зокрема в питаннях управління ланцюгами поставок продукції і логістичних функцій.

Метою статті є дослідження особливостей розвитку українських інформаційно-логістичних і вантажоросподільних центрів, розроблення пропозицій з удосконалення роботи логістичного бізнесу, зокрема з використанням аутсорсингу.

Дослідження останніх публікацій. У зв'язку з поширенням інтересу до логістичного аутсорсингу почали активно проводитися наукові дослідження, конференції, публікуються статті за цією тематикою. Значний внесок у розвиток цього виду логістичних послуг зробили: Б.А. Анікін [1], В.І. Сергеев [2], Г.Г. Суворов [3], А.І. Телегин [4], Д.Б. Хейвуд [5].

Виклад основного матеріалу. Управління бізнес-процесами в глобальних ланцюгах поставок стає все більш складним і дорогим. Багато компаній світового класу мають сучасні підходи до оптимізації ланцюга створення споживчої вартості в межах концепції управління ланцюгами поставок (SCM), що дає змогу скоротити загальні логістичні витрати ланцюга. При цьому, як правило, використовуються принципи логістичного аутсорсингу (передачі виконання певних логістичних функцій посередника логістичному провайдеру), кооперації, створення альянсів у ланцюгах поставок, що дають змогу більш успішно реагувати на запити споживачів.

Аутсорсинг – це укладання договору між двома компаніями на передачу деяких функцій, завдань, бізнес-процесів. Організація, що приймає на себе певні функції, повинна професійно спеціалізуватися в цій сфері. Аутсорсинг має тривалий характер взаємодій, на відміну від разових послуг (наприклад, послуг сервісу).

Аутсорсинг передбачає наявність бізнес-процесу, окремих систем і інфраструктури, які передаються на базі контракту тривалого періоду іншій організації.

Аутсорсинг можна віднести до розряду стратегічних рішень. Основний принцип аутсорсингу – «Залишаю за своєю фірмою тільки те, що можу зробити краще, ніж інші. Зовнішнім компаніям відаю те, що вони можуть зробити краще, ніж інші». Найчастіше на аутсорсинг віддаються такі завдання, як: ведення бухгалтерського обліку, прибирання приміщень і прилеглих територій (або, як його ще називають,

клінінгові послуги), організація харчування співробітників, навчання молодих співробітників, послуги переказів, автотранспортні послуги, обслуговування та ремонт обладнання, охоронні послуги, IT-послуги та інші. У принципі, передати на аутсорсинг можна будь-яку сферу діяльності, яка не є профільною для цієї компанії.

Аутсорсинг як особлива форма ділових відносин належить до числа найбільш поширених інституційних інновацій. Створені на основі аутсорсингу логістичні системи спрямовані на підвищення ефективності діяльності задіяних у ланцюгах поставок організацій шляхом зниження адміністративних і транзакційних витрат, підвищення продуктивності праці, отримання доступу до наявних на ринку активів і зниження вартості поставок.

Деякі компанії в Україні поки ставляться з недовірою до можливості переходу на виробничий аутсорсинг. Це відбувається через те, що компанії:

- остерігаються втратити інтелектуальний капітал, ноу-хау і накопичений досвід;
- не впевнені в якості продукції та надійності постачання;
- зазнають труднощів у виборі кваліфікованої сервісної компанії;
- мають побоювання щодо передачі знань (основних здібностей) і власних технологій третій стороні.

Однак у разі передачі на аутсорсинг функцій логістичного ланцюга підприємства такі побоювання безпідставні, тому що зазвичай логістика не є для підприємств профільною діяльністю, і її з більшою ефективністю може виконати спеціалізована сервісна організація.

На основі зарубіжних джерел можна сказати, що аутсорсингом логістичних послуг (Third Party Logistics Services – 3PL / Logistics Outsourcing) визначається передача частини або всіх логістичних функцій, в основному невиробничого характеру, стороннім логістичним організаціям або провайдерам логістичних послуг (3PL-провайдерам).

Транспортні провайдери, вони ж провайдери логістичних послуг, вони ж 3PL-провайдери (Logistic Service Providers – LSPs, 3PLs, TPLs) – комерційні організації, які здійснюють надання послуг у сфері логістики, що виконують окремі операції або комплексні логістичні функції (складування, транспортування, управління замовленнями, фізичний розподіл і ін.), а також здійснюють інтегроване управління логістичними ланцюгами підприємства-клієнта.

У компанії є можливість віддати під контроль зовнішнього партнера відразу всі логістичні операції, а також консультації, виконання необхідних експертиз, запровадження інформаційних систем. Як правило, у таких компаній накопичений багатий досвід у логістичному управлінні, в них працює кваліфікований персонал і є розвинена інфраструктура (термінал або термінальна мережа, парк різно-

манітних автомобілів, а також мережа міжнародних транспортних агентів).

В основному 3PL-провайдери є дочірніми компаніями, які виділилися з бізнесу основної батьківської організації (компанії-експедитора, компанії, що надає послуги складування, тощо), щоб задовольняти зростаючі потреби покупців і надавати їм більш широкий спектр послуг.

Можна виділити п'ять основних типів логістичних провайдерів (табл. 1), створених на основі:

- компаній-перевізників;
- складських операторів;
- брокерських/експедиторських компаній;
- компаній, що займаються оптимізацією транспортних послуг, формуванням відправок;
- консалтингових компаній, що розробляють і/або впроваджують програмне забезпечення.

Ці компанії можна розділити на дві основні категорії: компанії з реальними фізичними активами (asset based) і компанії, що використовують у своїй діяльності аутсорсинг (non-asset based).

Компанії, які володіють реальними активами, мають у власності або набувають у лізинг транспортні засоби, складські приміщення тощо.

Компанії, що користуються послугами аутсорсингу, укладають угоди з іншими компаніями, що надають всі або частину послуг у сфері фізичного розподілу.

Компанії, які надають інформаційні послуги, є різновидом «компаній без фізичних активів», що діють як посередники під час оптимізації логістичних систем підприємств і взаємодіють з іншими компаніями на контрактній основі.

Доцільність застосування логістичного аутсорсингу зумовлюється, крім перерахованих раніше загальних переваг:

- поліпшенням сервісу;
- підвищенням гнучкості і досягненням ефекту синергії (поліпшуються відносини і співпраця між транспортними компаніями, що працюють у регіоні, підвищується ефективність

їхньої роботи і поліпшується інфраструктура перевезень загалом);

- недостатністю знань і досвіду у компанії у сфері логістики;
- стратегічними міркуваннями.

У логістиці є безліч комплексних активностей, які можуть бути передані на аутсорсинг. Це можуть бути: управління вхідними потоками матеріалів (управління закупівлями), управління запасами, управління процедурами замовлень, упаковка, транспортування, постачання «just-in-time», складування та інформаційно-комп'ютерна підтримка.

Хоча загальний відсоток компаній, що використовують послуги логістичних провайдерів, залишається приблизно постійним рік від року, відсоток їх використання відрізняється за галузями промисловості.

Найбільш активні у світі користувачі послуг 3PL-провайдерів – комп'ютерна промисловість і виробництва товарів широкого споживання (90% і 85% відповідно).

Не так активно користуються логістичним аутсорсингом автомобільна, хімічна промисловість та роздрібна торгівля. Від 50% до 60% фірм цих галузей використовують послуги логістичних провайдерів.

Особливості розвитку українських інформаційно-логістичних і вантажорозподільних центрів:

- незначне число компаній, що позиціонують себе як логістичні;
- високий ступінь криміналізації ринку. Корупція, будучи неринковим фактором у конкурентній боротьбі, дуже спотворює ринкові механізми. У результаті виявляється, що вигідніше везти вантаж не за схемою, розробленою відповідно до логістики, а виходячи зі зручності реалізації, наприклад, митних процедур, подолання хаосу портових процедур, рухомого складу Державної адміністрації залізничного транспорту поза квотами і черг тощо;
- надзвичайна закритість. Навіть стандартних даних про ринок, його сегменти, його лідерів, їхні частки немає ніде – ні в державних

Таблиця 1

Типи логістичних провайдерів

Типи логістичних провайдерів	Основні послуги	Приклади компаній
Провайдери з транспортування (на основі компаній-перевізників), які володіють реальними активами	Логістика «розміщення» (dedicated logistics). Транспортування, централізовані перевезення, обслуговування, маршрутизація	Danzas, TNT, UPS, FedEx, DHL
Провайдери оптимізації транспортних послуг, що не мають реальних активів	Інтегрована логістика. Сервісоорієнтована логістика, сфокусована на технології та інжинірингу	Ryder, UPS Worldwide, Menlo, FedEx, Varova OY
Провайдери складування, формують додану вартість	Інтегрована і логістика «розміщення». Технології, складування і транспортування	Fiege Group, Menlo, FM Logistic
Міжнародна експедиція, що здійснює аутсорсинг логістичних функцій (які не мають реальних активів)	Інтегрована логістика з можливостями міжнародного експедирування.	AEI, Circle, MSAS, Kintetsu
Провайдери програмного забезпечення	Пакети логістичних програм	Manugistics, 12 / Intertrans, McHugh, Logility, Extricity, Manhattan

органах, ні в асоціаціях експедиторів і комерційних складів, ні у дослідницьких компаній. Ситуація ускладнюється ще й тим, що експедиторська діяльність не підлягає ліцензуванню, а офіційна форма державної статистичної звітності для підприємств і організацій не містить відповідного рядка;

– низький рівень менеджменту українських вантажовласників. Більшість нинішніх керівників підприємств мислять ще радянськими стереотипами. Вони не визнають аутсорсинг, більше покладаючись на «натуральне господарство»; витрачають величезні кошти на утримання складів для своєї продукції і сировини (комплектуючих), не бажаючи і не вмючи працювати «з коліс», як це прийнято в усьому світі;

– відсутність ліцензування експедиторської діяльності. Відсутність закону про обов'язкове ліцензування діяльності експедиторів приводить до того, що дуже багато маленьких компаній прийшли на цей ринок, але вони працюють безсистемно, не можуть забезпечити гарантії збереження доставки вантажів. Все це приводить до того, що серйозні вантажовідправники ставляться з недовірою до експедиторських компаній і, як наслідок, воліють мати свій транспортний парк або вимагати наявності такого від експедиторів;

– відсутність обов'язкового страхування відповідальності перевізника. Цей пункт особливо актуальний для внутрішніх українських автомобільних перевезень. Зазвичай перевізники не страхують свою відповідальність, і в разі псування або про пажі вантажу дуже складно юридичним шляхом відшкодувати втрати;

– система спрощеного оподаткування для перевізників. Ми вважаємо, що система спрощеного оподаткування привела до того, що зараз на ринку автоперевезень понад 90% розрахунків між перевізниками та експедиторами/вантажовідправниками здійснюється «чорним налом»;

– обмежена кількість закладів, що випускають фахівців у сфері практичної логістики, і дуже низький загальний рівень освіченості логістів на підприємствах;

– висока відсоткова ставка під час кредитування. Відсоткова ставка на кредити в Україні ніколи не дасть українським компаніям можливості інвестувати кошти в будівництво терміналів, покупку сучасної техніки.

Пропозиції щодо зміни ситуації:

– ввести закон про обов'язкове ліцензування експедиторської діяльності;

– ввести закон про обов'язкове страхування відповідальності перевізника;

– скасувати систему спрощеної податкової звітності для перевізників;

– ввести спеціальні програми надання коштів під будівництво складських терміналів і

покупку транспортної техніки під процентну ставку, що відповідає європейському рівню;

– внести зміни в освітню програму вищих навчальних закладів на спеціальностях, пов'язаних із менеджментом та управлінням народним господарством, де приділити особливу увагу предметам, пов'язаним із міжнародними транспортними операціями, логістичними процесами, митним оформленням вантажів.

Подібні заходи дадуть змогу зробити логістичний бізнес цивілізованим і прозорим, а значить, і тут з'являться великі гравці. І ми нарешті зможемо сказати, що в Україні є національні логістичні оператори.

Висновки. Таким чином, вибір аутсорсингу як основної стратегії розвитку логістичних систем виводить на перший план не наявність власних ресурсів, а здатність організувати, задіяти доступні зовнішні ресурси в межах взаємовигідного співробітництва компаній у ланцюгах поставок.

Найважливішою стає здатність логістичного менеджменту перетворювати відмінності контрагентів ланцюга поставок не в основу для протистояння, а в конкурентні переваги. «Взаємодія, щоб конкурувати» – цей принцип стає основним для успішного ведення бізнесу в умовах глобальної конкуренції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента : учебное пособие. Москва : ИНФРА-М, 2009. 30 с.
2. Сергеев В.И. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов. Москва : ИНФРА-М, 2005. 976 с.
3. Суворов Г.Г. Аутсорсинг в логистике. Логистика и управление цепями поставок. 2009. № 33. С. 53–63.
4. Телегин А.И., Костров В.В., Ничипорук А.О. Транспортное экспедиционное : учебное пособие. Н. Новгород : Издательство ФГОУ ВПО «ВГАВТ», 2010. 400 с.
5. Хейвуд Д.Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2002. 176 с.

REFERENCES:

1. Anikin, B.A. and Rudaja, I.L. (2009). Outsourcing i autstaffing: vysokie tehnologii menedzhmenta [Outsourcing and outstaffing is hightech of management]. Moscow: INFRA-M, pp. 30. (in Russian)
2. Sergeev, V.I. (2005). Korporativnaja logistika. 300 otvetov na voprosy professionalov [Corporate logistic. 300 answers for the questions of professionals]. Moscow: INFRA-M, pp. 976. (in Russian)
3. Suvorov, G.G. (2009). «Outsourcing is in logistic», Logistika i upravlenie cepjami postavok, vol. 33, pp. 53–63.
4. Telehyn, A.V. Kostrov V.N. Nychyporuk A.O. (2010). Transportnoe ekspedyrovanye [The Transport expedition]. N. Novhorod: FHOU VPO, «VHAVT», pp. 400. (in Russian)
5. Hejvud, D. (2002). Outsourcing: in search of competitive edges. Moscow: «Villjams», pp. 176.

УДК 681.3

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-24>

Жигалкевич Ж.М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Чухліб В.Є.
магістр менеджменту,
People partner,
Playtini

Zhygalkevych Zhanna
Candidate of Sciences (Economics), Associate professor,
Associate Professor of the Department of Management
National technical university of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Chuhlib Viktoriia
master degree of management,
People partner,
Playtini

УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ТА ЇХ РИЗИКАМИ: ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ

PROJECT AND RISK MANAGEMENT: APPROACHES AND METHODS

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено вивченню проблеми проектного менеджменту на підприємстві та виявленню факторів, що впливають на ризики реалізації проектів. Наведені визначення проекту та управління проектами. Визначено основні відмінності проектів від поточної діяльності підприємства. Наведено переваги методів управління проектами. Запропоновано всі методи управління проектами розподіляти на жорсткі та гнучкі. Виявлено значення методу «ітеративний водоспад». Надано характеристики методам: Agile, Scrum, Lean, Kanban, PRINCE2. Розроблено модель системи управління проектами на підприємстві та наведено її графічне зображення. Запропоновано перелік методів, що знижують ризики реалізації проектів. Серед таких: Total Productive Maintenance, Kaizen, Performance management system, Tagging, 5S, Single Minute Exchange of Die, Value Stream Mapping. Зазначено вплив оцінювання рівня стратегічної зрілості управління проектами на підприємстві на ризикованість проекту.

Ключові слова: проект, підприємство, управління проектами, методи, інструменти, ризики.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена изучению проблемы проектного менеджмента на предприятии и выявлению факторов, влияющих на риски реализации проектов. Даны определения проекта и управления проектами. Определены основные отличия проектов от текущей деятельности предприятия. Перечислены преимущества методов управления проектами. Предложено все методы управления проектами распределять на жесткие и гибкие. Определено значение метода «итеративный водопад». Предоставлены характеристики методам: Agile, Scrum, Lean, Kanban, PRINCE2. Разработана модель системы управления проектами на предприятии и представлено ее графическое изображение. Предложен перечень методов, которые снижают риски реализации проектов. Среди них: Total Productive Maintenance, Kaizen, Performance management system, Tagging, 5S, Single Minute Exchange of Die, Value Stream Mapping. Отмечено влияние оценки уровня стратегической зрелости управления проектами на предприятии на рискованность проекта.

Ключевые слова: проект, предприятие, управление проектами, методы, инструменты, риски.

ANNOTATION

The article is devoted to studying the problems of project management at the enterprise and identifying factors affecting the risks of project implementation. Project definitions and project management are given. Project definitions and project management are presented. The project refers to a set of inter-related activities aimed at creating a unique product or service in terms of time and resource constraints. Project management involves planning, organizing and controlling the labor, financial and material and technical resources of the project, aimed at the effective achievement of the project objectives. The main differences between the projects and the current activities of the enterprise are identified: temporary and uniqueness; certainty of purpose; specialization functionality; limited time. The advantages of project management methods are presented, oriented to: validity; structurality; resource reclamation; financial opportunity; staffing; communication; controllability. It is proposed to distribute all project management methods into rigid and flexible ones. Tough methods are applied in conditions of strict formal project management. Flexible methods of project management are based on the division of managerial work, is horizontal. The value of the iterative «waterfall» method has been revealed. Characteristics given to the methods: Agile, Scrum, Lean, Kanban, PRINCE2. The project management system model was developed and presented her graphic image. It traces theism pact of risks on project implementation. The definition of project risks as an uncertain event or condition is given, in case of occurrence it affects (positive or negative) at least one of the project goals, for example, timing, cost, content or quality A list of methods is proposed that reduce the risks of project implementation. Among them: Total Productive Maintenance, Kaizen, Performance management system, Tagging, 5S, Single Minute Exchange of Die, Value Stream Mapping. The influence of assessing the level of strategic maturity of project management at the enterprise as a method of influencing project riskiness is noted. Conclusions are drawn. The recommendations developed in the article will significantly increase the efficiency and effectiveness of the implementation of project management at the enterprise.

Key words: project, enterprise, project management, methods, tools, risks.

Постановка проблеми. Трендом сучасного ринку, на якому діють підприємства всього світу, в тому числі й України, є постійні зміни, динаміка яких зростає із року в рік. Зміни відбуваються у зовнішньому середовищі підприємств і змушують їх змінюватися зсередини, щоб відповідати новим вимогам споживачів, протистояти викликам конкурентів та використовувати можливості нових технологій.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку економічних відносин здатність підприємства адаптуватися до змін є одним із ключових чинників його виживання в довгостроковій перспективі. Управління проектами на підприємстві і комплексне налаштування процесів управління всередині підприємства можуть надати істотну допомогу у розвитку економіки компанії в позитивному напрямі.

Саме проектний підхід дасть змогу вирішити проблеми та забезпечити високу ефективність проектно-орієнтованої діяльності.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми управління проектами досліджували зарубіжні та вітчизняні вчені: І. Ансофф, Ю. Бріггем, М. Котлер, К. Макконел, Д. Нортон, А. Асаул, І. Мазур, С. Коростельов, Н. Ольдерогге, М. Рімер, В.Д. Шапіро, М. Федотов та інші.

Питанням ризиків у проектах присвячені роботи: Ф. Найта, Дж. Неймана, А. Маршалла, А. Сміта, І. Бланка, В. Вітлінського, Н. Внукової, Б. Райзберга, С. Ілляшенка, С. Солнцева та інших.

Проте проектно-управління поки що не має широкого розповсюдження на підприємствах України. Ключовою проблемою в цій ситуації є недосконалість моделей систем управління проектами та їхніми ризиками на вітчизняних виробничих підприємствах. Тому постає проблема щодо впровадження проектного менеджменту з урахуванням ризиків на вітчизняних виробничих підприємствах.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розвиток положень щодо вдосконалення управління промисловим підприємством на основі моделювання ефективної системи управління проектами з урахуванням їхніх ризиків.

Виклад основного матеріалу. Проект – це комплекс взаємопов'язаних заходів, що спрямований на створення унікального продукту чи послуги в умовах часових та ресурсних обмежень. Управління проектом розглядається як планування, організація і контроль трудових, фінансових і матеріально-технічних ресурсів проекту, що спрямовані на ефективне досягнення цілей проекту [1].

Управління проектами – це галузь менеджменту, що охоплює ті сфери діяльності організації, де створення продукту, послуги реалізуються як унікальний комплекс взаємопов'язаних заходів. Головна відмінність проектів полягає в тому, що вони згортаються, як тільки будуть реалізовані поставлені цілі, тоді як будь-який процес, який не є проектом, приймає новий набір цілей і триває таким же чином, як і раніше [2].

Ефективному управлінню проектами присвячено дослідження багатьох професійних асоціацій, міжнародних співтовариств. Розроблені в результаті цього стандарти містять не обов'язкові до виконання, а такі, що мають рекомендаційний характер, методи, поради з управління проектами, засновані на узагальненні кращого світового досвіду в цій сфері.

До основних відмінностей проектів від поточної діяльності підприємства віднесено такі:

- на відміну від поточної діяльності, що є постійною, проект є тимчасовим і унікальним;
- проекти завжди мають визначену мету, тоді як у повсякденному житті організації така єдина визначена мета часто відсутня або не досить зрозуміла;

- внаслідок наявності чітко визначеної мети проекти мають конкретний і завчасно встановлений момент завершення, що нехарактерно для постійно виконуваних обов'язків у процесі повсякденної діяльності організації;

- для проектів характерно комбінувати та поєднувати зусилля найрізноманітніших фахівців, тоді як більшість видів організаційної роботи поділяється за принципом функціональної спеціалізації;

- проект завжди має якісь елементи унікальності;

- проекти характеризуються обмеженнями за часом, витратами і особливими вимогами до виконання робіт [3].

Є багато методів впровадження проектного управління на підприємствах. Залежно від галузі, спеціалізації, мети, яку прагне досягнути компанія, має бути вибрано певний метод, який підходить найкраще для конкретного випадку.

Методи управління проектами дають змогу:

- визначити мету проекту і провести його обґрунтування;

- виявити структуру проекту (підділі, основні етапи роботи, що мають бути виконані);

- визначити необхідні обсяги й джерела фінансування;

- підібрати виконавців на основі торгів і конкурсів;

- підготувати й укласти контракти;

- визначити строки виконання проекту, скласти графік його реалізації, розрахувати необхідні ресурси;

- розрахувати кошторис і бюджет проекту, планувати й урахувати ризики;

- забезпечити контроль над процесом виконання проекту.

Зазвичай методи управління проектами включають: сіткове планування й керування, календарне планування, логістику, стандартне планування, структурне планування, ресурсне планування, імітаційне моделювання на ЕОМ та інші [4].

Усі методи управління проектами можна розподілити на жорсткі та гнучкі. Жорсткі методи застосовуються в умовах суворого формального управління проектом, зі зниженою довірою й підвищеною відповідальністю замовника і виконавця.

Як правило, вони є наслідком впливу політичних ризиків. Гнучкі ж методи управління проектами базуються на поділі управлінської праці, що носить горизонтальний характер: розподіл конкретних керівників на чолі окремих підрозділів.

У зазначених методах використовуються різні техніки. Наприклад, так званий «ітеративний водоспад», у якому кожен етап являє собою якийсь підпроект, виконання якого реалізується за фіксованими ітераціями. Але сутність залишається одна – проект розбитий на етапи, які виконуються в суворій послідовності.

У зазначеному підході використовуються інструменти календарно-сіткового планування. Найпоширенішим інструментом такого планування є діаграма Ганта. Є безліч інструментів для її побудови – від простих таблиць Excel і Smartsheet до професійних програмних пакетів, таких як Microsoft Project і Primavera [5].

Не всі проекти можуть бути структуровані таким чином, щоб бути реалізованими за класичним проектним підходом, тоді в нагоді використання техніки Agile.

Agile – сімейство гнучких ітеративно-інкрементальних методів управління проектами. Відповідно до цього підходу проект розбивається не на послідовні фази, а на маленькі підпроекти, які потім об'єднуються в готовий продукт [6]. Таким чином, ініціація і верхньорівневе планування проводяться для всього проекту, а наступні етапи (розроблення, тестування та інші) проводяться для кожного міні-проекту окремо. Це дає змогу передавати результати цих міні-проектів (інкремент) швидше, а приступаючи до нового підпроекту (ітерації), в нього можна внести зміни без великих витрат і впливу на інші частини проекту.

На основі Agile були розроблені окремі гнучкі методи, або, як їх іноді називають, фреймворки (frameworks): Scrum, Lean, Kanban, Crystal, і багато інших.

Відповідно до принципів Agile, Scrum розбиває проект на частини, які відразу можуть бути використані замовником для отримання цінності (productbacklog). І потім ці частини пріоритезуються власником продукту – представником замовника в команді. Найважливіші «шматочки» першими відбираються для виконання в спринті – так називаються ітерації в Scrum, що тривають від 2 до 4 тижнів. У кінці спринту замовнику видається робочий інкремент продукту – ті найважливіші частини, які вже можна використовувати. Після цього команда проекту переходить до наступного спринту. Тривалість у спринту фіксована, але команда вибирає її самостійно на початку проекту, виходячи з проекту і власної продуктивності [7].

Основна структура процесів Scrum обертається навколо п'яти основних зустрічей: упорядкування беклога, планування спринту, щоденних летючок, підведення підсумків спринту і ретроспективи спринту.

Щодо Lean, він додає до принципів Agile схему потоку операцій (workflow) для того, щоб кожна з ітерацій виконувалася однаково якісно. У Lean,

так само, як і в Scrum, робота розбивається на невеликі пакети поставки, які реалізуються окремо і незалежно. Але в Lean для розроблення кожного пакета поставки є потік операцій з етапами. Як і в класичному проектному менеджменті, це можуть бути етапи планування, розроблення, виробництва, тестування і поставки або будь-які інші необхідні для якісної реалізації проектів етапи. Сам по собі Lean виглядає абстрактним, але в комбінації з Kanban його стає набагато простіше використовувати для побудови власної системи управління проектами.

Для роботи з Kanban необхідно визначити етапи потоку операцій (workflow). У Kanban вони зображуються як стовпці, а завдання позначають спеціальні картки. Картка переміщується по етапах подібно до деталі на заводі, що переходить від верстата до верстата, і на кожному етапі відсоток завершення стає вищим. На виході – готовий до постачання замовнику елемент продукту [8].

Ще одна технологія управління проектами – шість сигм, що дуже схожа на Kanban, але жорсткою вимогою є лише ретельне вимірювання і контроль показників проекту на етапах реалізації, оскільки без цього неможливо постійне довгострокове поліпшення процесів реалізації проекту.

У 1989 році була створена британська методологія «PRINCE2». Назва походить від акронима «PROjects IN Controlled Environments version 2».

PRINCE2 концентрується на управлінських сторонах проекту, виражених в семи принципах, семи процесах і семи темах проекту:

- 7 принципів визначають загальні правила управління проектами по PRINCE2, визначають базу методології;
- 7 процесів визначають кроки просування по проектному циклу;
- 7 тем – аспекти, за якими проводиться контроль для досягнення успіху проекту.

PRINCE2 може бути адаптований для проектів будь-якого масштабу і будь-якої предметної області. Методологія пропонує конкретні рекомендації щодо зміни життєвого циклу проекту, рольової моделі і набору обов'язкових документів відповідно до потреб проекту [9].

Вибір правильної методики управління проектами важливий, оскільки він визначає, як буде працювати команда над проектом. Методи управління проектами забезпечують структури, які можуть привести до успіху або невдачі проекту. Тому, вирішуючи, яким методом управляти проектом, необхідно враховувати складність проекту, клієнта, наявні ресурси та обмеження проекту (в тому числі, зміни та ризик), часові межі, інструменти та персонал.

Коли планується великий проект, що комплексно впливає на всю архітектуру, зачіпає крос-функціональні бізнес-процеси та діючі регламенти, більш привабливими виглядають waterfall-методи. Але оскільки виробництво – формалізований процес, то вбачається, що Agile для підприємств України є «занадто гнучким».

І саме тому в виробники намагаються знайти баланс між класичними підходами та Agile.

Апробація впровадження сучасних підходів до управління проектами на ПАТ «Яготинський маслозавод» дозволила зробити висновок, що найбільш адаптивним методом є використання Lean – оццадливого виробництва. В його основі:

- 1) усунення відходів;
- 2) розширення прав і можливостей працівників;
- 3) зменшення запасів;
- 4) підвищення продуктивності.

У такому підході всі ресурси компанії, навіть людські, використовуються в повному обсязі. Кожен учасник проекту може запропонувати способи покращення, може перевірити свою ідею на практиці та є відповідальним за комплексний результат. Така гнучкість дає змогу вносити зміни моментально, а значить, і реагувати на запити споживачів, випадки конкurentів і коливання ринку [10].

Важливе значення в управлінні проектами має моделювання системи управління. Реалізація системи управління проектом полягає в підготовці однієї або декількох моделей на фазі розроблення та втілення ідей, закладених у модель управління проектами. На основі первісної моделі будеться подальша, що відображає фактично досягнуті результати. Логіко-структурну схему моделі системи управління проектами наведено на рис. 1.

У наведеній моделі вже відстежується вплив ризиків на реалізацію проектів.

Будь-який проект супроводжується численними ризиками. І багато науковців і практиків працюють над проблемою їх зниження.

Ризик проекту – це невизначена подія або умова, що в разі виникнення має вплив (позитивний чи негативний) щонайменше на одну

з цілей проекту, наприклад терміни, вартість, зміст або якість [11].

Управління проектними ризиками неможливе без виявлення та систематизації видів ризиків, їх оцінки і контролю. Задля їх уникнення або зменшення їхнього впливу пропонується використовувати підходи, що частково можуть використовуватися або комплексно доповнювати загальні напрями управління проектами:

– TPM (Total Productive Maintenance) – загальний догляд за обладнанням, концепція менеджменту виробничого обладнання, націлена на підвищення ефективності технічного обслуговування;

– Кайдзен (Kaizen) – система безперервного поліпшення якості, технологій, процесів, корпоративної культури, продуктивності праці, надійності, лідерства тощо;

– PMS (Performance management system) – система управління результативністю, система ефективного управління окремими співробітниками та командами, покликана забезпечити досягнення максимальної результативності діяльності організації;

– Tagging (ярлики) – вивішування тегів (ярликів) на несправне обладнання або на обладнання, яке працює неналежним чином, що дає змогу своєчасно запобігти поломці тощо;

– 5S – метод організації робочого простору, який забезпечить створення оптимальних умов щодо виконання операцій, підтримки порядку, чистоти, акуратності, економії часу та енергії;

– SMED (Single Minute Exchange of Die) – спосіб, який сприятиме скороченню витраті втрат під час переналаштування і переоснащення обладнання;

– VSM (Value Stream Mapping) – складання карт (схем) послідовності дій, що створю-

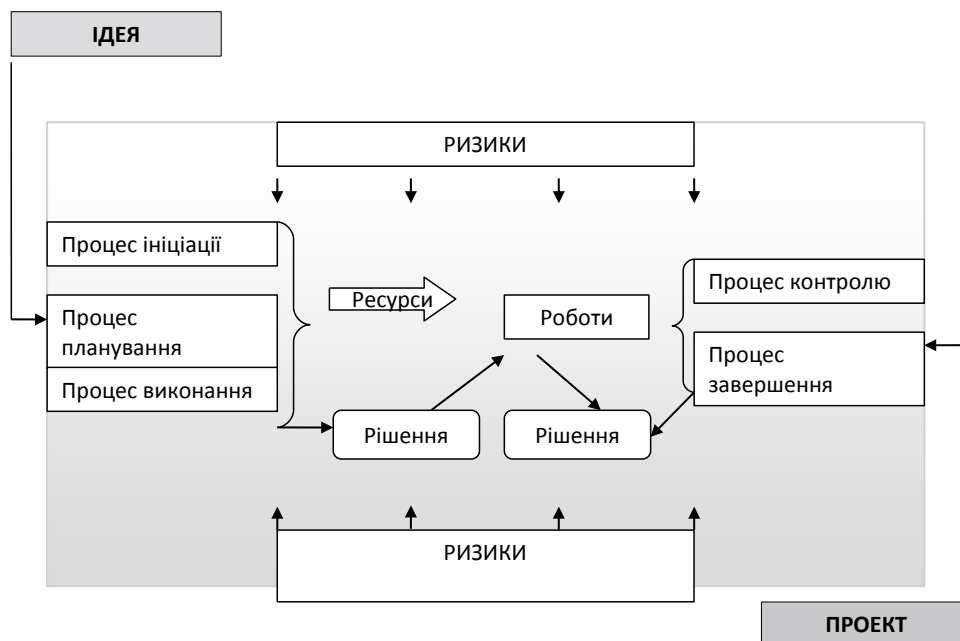


Рис. 1. Логіко-структурна схема моделі системи управління проектами на підприємстві

Джерело: власна розробка

ють цінність (товару або послуги), допоможе об'єктивно поглянути на наявні виробничі процеси і намітити шляхи їх поліпшення [12].

Ще однією можливістю запобігання ризиків реалізації проектів може стати оцінювання рівня стратегічної зрілості управління проектами на підприємстві:

$$KC3_{yn} = 2 \times \frac{OAAAL}{1 + CAAL}, \quad (1)$$

де $OAAAL = \sum_{i=1}^n \frac{m_i}{M}$ (Over all Average Alignment) –

загальний середній рівень відповідності системи управління проектами стратегії довгострокового успіху;

$$CAAL = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{m_i}{M}}{N} \text{ (Categorized Average Alignment)}$$

– середній відносний рівень відповідності системи управління проектами стратегії довгострокового успіху за категоріями;

M – загальна кількість категоризованих кращих практик управління проектами;

m_i – кількість застосовуваних кращих практик управління проектами в категорії i ;

N – загальна кількість характеристик довгострокового успіху;

n_i – загальна кількість кращих практик, відповідно категорії i концепції довгострокового успіху [11].

За повної відсутності принципів концепції довгострокового успіху в практиках управління проектами значення коефіцієнта дорівнює 0, за повної відповідності системи управління проектами концепції довгострокового успіху коефіцієнт дорівнює 1.

Реалізація наведених вище рекомендацій дозволить значно підвищити ефективність і оперативність впровадження проектного менеджменту на підприємстві. Система управління проектами дасть змогу істотно скоротити терміни реалізації та підвищити рентабельність проектів, а також забезпечити виконання стратегічних проектів і заходів.

Висновки із цього дослідження. Вибір оптимальної методики управління проектами важливий. Це забезпечить успіх реалізації проекту. Тому, вирішуючи, який метод управління проектами використовувати, необхідно враховувати потреби зацікавлених сторін, пов'язані з проектом ризику, розмір проекту, вартість і, звичайно ж, складність проекту.

Управління проектами на підприємстві та комплексне налаштування процесів управління всередині підприємства можуть надати істотну допомогу в розвитку економіки компанії в позитивному напрямі.

Використання waterfall-методів Agile та Lean багато в чому визначає швидкість створення нових продуктів і успіх компаній. Але впровадження проектів супроводжується ризиками. Тому необхідні поглиблені дослідження саме в методах оцінювання проектних ризиків. Це стане темою наступних досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Методи управління проектами URL: https://vuzlit.ru/2283992/metodi_upravlinnya_proektami (дата звернення: 10.12.2019).
2. Дипроуз Д. Управление проектами. Москва : «Эксмо», 2016. 240 с.
3. Капінос Г. І., Бабій І.В. Операційний менеджмент : навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 352 с.
4. Сучасні методи управління проектами. URL: <http://diplomba.ru/work/33052> (дата звернення: 10.12.2019).
5. Сазерленд Джефф. Scrum. Революционный метод управления проектами. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015. 288 с.
6. Корзаченко О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських підприємств: проблеми та перспективи. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2013. № 3. С. 64–69.
7. Kanban. Just-In-Time at Toyota. Management Begins at the Workplace Hardcover. December, 1986. 212 p.
8. Projects IN Controlled Environments (PRINCE2) the Office of Government Commerce (OGC), United Kingdom. URL: <https://discovery.nationalarchives.gov.uk/details/r/C11669509> (дата звернення: 09.12.2019).
9. Червінська С.Л. Особливості визначення фінансових результатів діяльності аграрних підприємств. *Облік і фінанси*. 2009. № 6. С. 107–110.
10. Управление проектами: риски. URL: <https://mipt.ru/diht/upload>
11. Тарасюк Г.М. Управління проектами : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Каравела, 2006. 320 с.

REFERENCES:

1. Metody upravlinnya proektamy [Project management methods]. URL: https://vuzlit.ru/2283992/metodi_upravlinnya_proektami (accessed 10 December 2019).
2. Diprouz D. (2016) Upravleniye proyektami [Project Management]. Moscow: Eksmo. (in Russian)
3. Kapinos G.I., Babiy I.V. (2013) Operatsiynny menedzhment : navchalnyy posibnyk [Operational management: a textbook]. Kyiv: Tsentri uchbovoyi literatury [Educational Literature Center]. (in Ukrainian)
4. Suchasni metody upravlinnya proektamy. URL: <http://diplomba.ru/work/33052> (accessed 10 December 2019).
5. Sazerlend Dzheff (2015) Scrum. Revolyutsionnyy metod upravleniya proyektami [The revolutionary project management method]. Moscow: Mann, Ivanov, Ferber. (in Russian)
6. Korzachenko O.V. (2013) Optyimizatsiya biznes-protsesiv ukraiyinskykh pidpriyemstv: problemy ta perspektivy [Optimization of business processes ukrainian companies: problems and prospects]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Economic science*, no. 3, pp. 64–69.
7. Kanban. Just-In-Time at Toyota. Management Begins at the Workplace Hardcover. December, 1986. 212 p.
8. Projects IN Controlled Environments (PRINCE2) the Office of Government Commerce (OGC), United Kingdom. URL: <https://discovery.nationalarchives.gov.uk/details/r/C11669509> (accessed 9 December 2019).
9. Chervinska S.L. (2009) Osoblyvosti vyznachennya finansovykh rezul'tativ diyalnosti ahrarnykh pidpriyemstv [Determination Specifics of financial results of agrarian enterprises]. *Accounting and Finance*, no 6, pp.107–110.
10. Upravleniye proyektami: riski [Project Management: Risks]. URL: <https://mipt.ru/diht/upload> (accessed 10 December 2019).
11. Tarasyuk G.M. (2006) Upravlinnya proektamy: navchalnyy posibnyk dlya studentiv vyshchykh navchalnykh zakladiv [Project Management: A Textbook for Higher Education Students]. Kyiv: Karavela. (in Ukrainian)

УДК 338.36

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-25>**Карачарова К.А.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління державними і корпоративними фінансами
Українського державного університету залізничного транспорту***Єрємона М.О.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління державними і корпоративними фінансами
Українського державного університету залізничного транспорту***Кошак М.Ю.***магістр
Українського державного університету залізничного транспорту***Karacharova Katerina***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management
of State and Corporate Finance
Ukrainian State University of Railway Transport***Yeromina Marina***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management
of State and Corporate Finance
Ukrainian State University of Railway Transport***Koshak Nikita***master's degree
Ukrainian State University of Railway Transport*

ДО ПИТАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ВИСОКОШВИДКІСНОГО РУХУ В УКРАЇНІ TO THE ISSUE OF IMPLEMENTATION HIGH-SPEED MOVEMENT IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуті основні положення теоретичних та організаційно-економічних аспектів впровадження інвестиційних проектів високошвидкісного руху на території України з урахуванням особливостей функціонування галузі в сучасних умовах. Визначено, що план проекту включає в себе такі складові частини: видаткову, прибуткову, схему фінансування (у разі використання для реалізації проекту механізму зовнішнього фінансування), податкове оточення і грошові потоки за проектом. Показано, що ефективність проекту визначається за рахунок приросту доходів у результаті реалізації проекту або скорочення експлуатаційних витрат. Визначено, що бюджетна ефективність формується тільки для проектів, фінансування яких здійснюється із залученням коштів державного і місцевих бюджетів, основою для розрахунку показників бюджетної ефективності є суми податкових надходжень до бюджету і виплат для бюджетів різних рівнів із додаванням прибуткового податку на заробітну плату. Зроблено висновок, що застосування адаптованих критеріїв для відбору варіантів для подальшого порівняння, а також використання комплексного показника «питомих витрат» дасть змогу більш достовірно вибирати ефективний варіант інвестиційного проекту впровадження високошвидкісного руху пасажирських поїздів.

Ключові слова: інвестиційні проекти, високошвидкісний рух, інвестиційні витрати, ефективність проекту, бюджетна ефективність, внутрішня норма прибутковості, індекс прибутковості, термін окупності.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные положения теоретических и организационно-экономических аспектов внедрения инвестиционных проектов высокоскоростного движения на

территории Украины с учетом особенностей функционирования отрасли в современных условиях. Определено, что план проекта включает в себя следующие составляющие: расходную, доходную, схему финансирования (в случае использования для реализации проекта механизма внешнего финансирования), налоговое окружение и денежные потоки по проекту. Показано, что эффективность проекта определяется за счет прироста доходов в результате реализации проекта или сокращения эксплуатационных расходов. Определено, что бюджетная эффективность формируется только для проектов, финансирование которых осуществляется с привлечением средств государственного и местных бюджетов, основой для расчета показателей бюджетной эффективности являются суммы налоговых поступлений в бюджет и выплат для бюджетов различных уровней с добавлением подоходного налога на заработную плату. Сделан вывод, что применение адаптированных критериев для отбора вариантов для дальнейшего сравнения, а также использование комплексного показателя «удельных расходов» позволит более достоверно выбирать эффективный вариант инвестиционного проекта внедрения высокоскоростного движения пассажирских поездов.

Ключевые слова: инвестиционные проекты, высокоскоростное движение, инвестиционные расходы, эффективность проекта, бюджетная эффективность, внутренняя норма доходности, индекс доходности, срок окупаемости.

ANNOTATION

The article deals with the basic provisions of theoretical and organizational-economic aspects of implementation of high-speed traffic investment projects on the territory of Ukraine, taking into account the peculiarities of functioning of the industry in modern conditions. It is determined that the project plan includes the following

components: expenditure, profit, financing scheme (if used to implement the project external financing mechanism), tax environment and cash flows of the project. It is shown that project effectiveness is determined by the increase in revenues because of project implementation or reduced operating costs. It is determined that budget efficiency is formed only for projects financed with the involvement of state and local budgets and the basis for calculating the budget efficiency indicators is the amount of tax revenues to the budget and payments for budgets of different levels with the addition of income tax on wages. It is concluded that the use of adapted criteria for selection of options for further comparison, as well as the use of a complex indicator of «specific costs» will allow you to more reliably choose an effective version of the investment project for the introduction of high-speed passenger train traffic. It is established that in accordance with the current classification of investment projects implemented by PJSC «Ukrzaliznytsya», the project of organizing high-speed traffic of passenger trains refers to projects aimed at the complex development of railway infrastructure of individual transport landfills. The project plan includes the following components: expenditure, revenue, financing scheme (if used to implement the project external financing mechanism), tax environment and project cash flows. When analyzing the effectiveness of an investment project, only costs and future periods directly incurred in the implementation of the project are taken into account. It is determined that the project efficiency is determined by the increase in revenues because of the project implementation or reduced operating costs. When evaluating the effectiveness of an investment project, the impact of the investments on key performance indicators of railways, branches (eg, capital productivity, labor productivity, resource intensity, profitability) can also be considered. Other income and expenses, the occurrence of which is not related to the implementation of the investment project, are not taken into account in the analysis of this project. Income and expenses are planned without VAT. Depreciation is calculated on a straight-line basis. The investment part of the project takes into account additional investment costs and operating costs of the project.

Key words: investment projects, high-speed movement, investment expenses, project efficiency, budget efficiency, internal rate of return, rate of return, payback period.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку залізничного транспорту Україна є однією з країн, що реалізує інвестиційні проекти впровадження високошвидкісного руху пасажирських поїздів. Оскільки ці проекти є новими, то розгляд питань удосконалення методики економічної оцінки їхньої ефективності є актуальним. При цьому можливість реалізації таких проектів в умовах України, а також достовірність економічної оцінки ефективності багато в чому залежать від технічної оснащеності інфраструктури залізниці та технології пропуску поїздів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи дослідження ефективності впровадження високошвидкісного руху на залізницях України були закладені ще в праці Г. Кірпи [6]. Дослідження щодо визначення розмірів економії поточних витрат під час впровадження швидкісного руху продовжені М. Курганом [1], Ю. Барашем [2], Т. Суворовою [3]. Дослідниками встановлено вплив прискорення пасажирських перевезень на витрати енергоресурсів, витрати, пов'язані зі зносом колійної інфраструктури, тощо. Комплексних результатів оцінки ефективності впровадження високошвидкісного руху досягнули В. Дикань, Ю. Пашенко [4; 5] та А. Шестобітов [8].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Але, незважаючи на досить велику кількість науковців, які вирішували питання впровадження високошвидкісного руху в Україні, розгляд питань удосконалення методики економічної оцінки ефективності інвестиційних проектів впровадження високошвидкісного руху пасажирських поїздів в Україні є актуальним.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних та організаційно-економічних аспектів впровадження інвестиційних проектів високошвидкісного руху на території України з урахуванням особливостей функціонування галузі в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до чинної класифікації інвестиційних проектів [5], що реалізуються ПАТ «Укрзалізниця», проект організації високошвидкісного руху пасажирських поїздів належить до проектів, спрямованих на комплексний розвиток залізничної інфраструктури окремих транспортних полігонів. План проекту [9] включає в себе такі складові частини: видаткову, прибуткову, схему фінансування (в разі використання для реалізації проекту механізму зовнішнього фінансування), податкове оточення і грошові потоки за проектом. Під час аналізу ефективності інвестиційного проекту враховуються тільки витрати і доходи майбутніх періодів, безпосередньо викликані з реалізацією цього проекту.

Ефективність проекту визначається за рахунок приросту доходів у результаті реалізації проекту або скорочення експлуатаційних витрат [4]. Під час оцінки ефективності інвестиційного проекту також може бути розглянуто вплив вкладених коштів на ключові показники роботи залізниць, філій (наприклад, фондоддачу, продуктивність праці, ресурсомісткість, прибутковість).

Інші доходи і витрати, виникнення яких не пов'язане з реалізацією інвестиційного проекту, в аналізі цього проекту не враховуються. Доходи і витрати плануються без урахування ПДВ. Розрахунок амортизаційних відрахувань здійснюється лінійним методом. У видатковій частині проекту враховуються додаткові інвестиційні витрати і експлуатаційні витрати за проектом.

Інвестиційні витрати за проектом визначаються [2]:

– для об'єктів будівництва по об'єктах-аналогах. У разі відсутності таких розрахунок ведеться за укрупненими нормативами з приведенням до поточного рівня цін і використанням індексів перерахунку кошторисної вартості будівництва;

– для закупівлі обладнання, техніки на основі даних про вартість у минулих періодах із застосуванням індексів-дефляторів.

Експлуатаційні витрати за проектом визначаються на основі одиничних і укрупнених витратних ставок, на основі мережевого або

дорожнього довідника з економічної оцінки показників експлуатаційної роботи, а також накопиченої статистики про витрати, пов'язаних з експлуатацією об'єктів основних фондів з розбивкою по роках експлуатації.

У дохідній частині проекту враховуються:

- додаткові доходи, отримані від надання послуг із вантажних перевезень;
- додаткові доходи, отримані від надання послуг із пасажирських перевезень;
- додаткові доходи від надання інших послуг;
- економія експлуатаційних витрат.

У дохідній частині проекту не враховується ліквідаційна вартість об'єктів основних засобів.

Під час формування плану проекту можуть враховуватися такі види податків: на додану вартість, на прибуток, на майно, прибутковий податок із заробітної плати працівників і єдиний соціальний податок.

Розрахунок майбутніх грошових потоків інвестиційного проекту здійснюється шляхом прогнозування складу та величини надходжень і витрачання грошових коштів у результаті реалізації інвестиційного проекту.

У процесі аналізу інвестиційного проекту оцінюється економічний ефект, отриманий від його реалізації. Приріст потоку грошових коштів визначається як різниця між величиною потоків грошових коштів з урахуванням реалізації інвестиційного проекту і без нього.

Для оцінки ефективності проекту використовуються показники економічної, технологічної, соціальної, бюджетної та екологічної ефективності.

За кожним варіантом реалізації проекту розраховуються такі показники [7].

Грошові потоки – це грошові надходження і платежі за проектом, визначаються на протязі всього розрахункового періоду. На кожному кроці значення грошового потоку характеризується:

- припливом, рівним розміру грошових надходжень (або результатів у вартісному вираженні) на цьому кроці;
- відтоком, рівним платежам на цьому кроці;
- сальдо (активним балансом, ефектом), рівним різниці між припливом і відтоком.

Величина потреби в додатковому фінансуванні показує мінімальний обсяг зовнішнього фінансування проекту, необхідний для забезпечення його фінансової реалізованості. Тому потребу в додатковому фінансуванні називають ще капіталом ризику. Він є імовірнісною величиною, тобто реальний обсяг потреби в додатковому фінансуванні не зобов'язаний збігатися з його розрахунковою величиною.

Соціальний фактор необхідно враховувати під час будівництва додаткової інфраструктури та організації швидкісного руху, оскільки досягається збільшення вільного часу працівників підприємств і населення (у людино-годинах). Згідно з методичними рекомендаціями [5], під час вартісної оцінки цього виду результатів на передпроектній стадії рекомендується викорис-

товувати «норматив експертної оцінки однієї людино-години економії в розмірі 50% середньогодинної заробітної плати за контингентом працездатного населення». Тоді соціальний ефект визначається множенням економії часу в дорозі у разі прискорення доставки пасажирів на вартість людино-години.

Технологічна ефективність інвестиційного проекту виражається в зміні основних показників діяльності підприємства, господарства або мережі залізниць загалом у результаті його реалізації.

Основними соціальними ефектами від реалізації проекту є:

- а) для ПАТ «Укрзалізниця»:
 - поліпшення умов праці працівників залізниць;
 - зміна стану здоров'я працівників залізниць і населення;
 - зміна числа робочих місць на підприємствах залізничного транспорту.
- б) для області, в якій реалізується проект:
 - підвищення транспортної доступності;
 - зміна кількості робочих місць в області;
 - економія вільного часу населення.

Бюджетна ефективність формується тільки для проектів, фінансування яких здійснюється із залученням коштів державного і місцевих бюджетів. Основою для розрахунку показників бюджетної ефективності є суми податкових надходжень до бюджету і виплат для бюджетів різних рівнів із додаванням прибуткового податку на заробітну плату.

Після розрахунку показників економічної ефективності проводиться аналіз ризиків методом аналізу чутливості проекту [7]. Сутність аналізу чутливості інвестиційного проекту полягає в оцінці впливу основних вихідних параметрів інвестиційного проекту на кінцеві показники його ефективності.

Для всіх інвестиційних проектів проводиться однопараметричний аналіз чутливості до зміни таких вихідних параметрів, як:

- інвестиційні витрати;
- доходи за проектом;
- експлуатаційні витрати.

Для виділених інвестиційних проектів проводиться двопараметричний аналіз чутливості до зміни інвестиційних витрат і доходів за проектом.

Кінцевими показниками, за якими аналізується чутливість проекту, є:

- чистий дисконтований дохід;
- внутрішня норма прибутковості;
- індекс прибутковості;
- термін окупності;
- дисконтований термін окупності.

З метою підвищення стійкості інвестиційного проекту розробляються заходи щодо зниження ризиків і проводиться оцінка їх вартості.

Заходи щодо зниження ризиків інвестиційних проектів можуть включати в себе:

- розподіл ризиків між учасниками інвестиційного проекту;

- страхування проектних ризиків;
- створення резервів коштів для реалізації проекту.

Таким чином, відповідно до традиційної методики оцінки економічної ефективності проєкту організації високошвидкісного руху поїздів повинен оцінюватися з позиції компанії, що займається швидкісними перевезеннями. Однак на залізничному транспорті під час реалізації таких проєктів можуть виникати додаткові інвестиції в розвиток інфраструктури для організації вантажного і приміського руху, а також експлуатаційні витрати і доходи, які відповідно до наявної методики не враховані.

Це, наприклад, експлуатаційні витрати, пов'язані з пробігом додаткових вантажних поїздів, і доходи, пов'язані зі збільшенням вантажопотоків під час розвитку полігону залізниці.

Висновки з проведеного дослідження. Незважаючи на безліч перешкод та великі фінансові витрати, в Україні просто необхідно будувати сучасні високошвидкісні магістралі.

Застосування адаптованих критеріїв для відбору варіантів для подальшого порівняння, а також використання комплексного показника «питомих витрат» дасть змогу більш достовірно вибирати ефективний варіант інвестиційного проєкту впровадження високошвидкісного руху пасажирських поїздів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Курган М.Б., Корженевич Д.М., Бараш Ю.С. Вплив підвищення швидкості поїздів на витрати, пов'язані із зносом колійної інфраструктури. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. акад. В. Лазаряна*. 2008. № 21. С. 233–239.
2. Бараш Ю.С., Покотілов А.А., Чаркіна Т.Ю. Теоретико-методичний підхід до визначення конкурентоспроможності послуг, що надаються пасажирськими видами транспорту. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. акад. В. Лазаряна*. 2011. № 38. С. 233–237.
3. Суворова Т.А. Скоростные железнодорожные поезда Франции: история возникновения и развития. *Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*. 2011. № 4. С. 52–63.
4. Дикань В.Л. Швидкісний рух залізничного транспорту у світі та перспективи його розвитку в Україні *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2010. № 32. С. 15–25.
5. Інтегральна ефективність швидкісних залізничних магістралей : монографія / Ю.Є. Пащенко та ін.; за ред. С.І. Дорогунцова. Київ : РВПС України НАН України, 2005. 266 с.
6. Кірпа Г.М. Інтеграція залізничного транспорту України в Європейську транспортну систему : монографія. Дніпропетровськ : ДНУЗТ, 2004. 248 с.
7. Бараш Ю.С., Гненний О.М., Момот А.В. Аналіз роботи швидкісного руху в Україні. *Залізничний транспорт*. 2014. № 8. С. 53–62.
8. Шерстобитов А.С. Мировой опыт организации скоростного железнодорожного пассажирского сообщения. *Назва з екрана*. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer35/446.pdf> (дата звернення: 22.10.2019).
9. Концепція Державної цільової програми впровадження на залізницях швидкісного руху пасажирських поїздів на 2005–2015 рр. : Розпорядження Кабінету Міністрів України No 979 від 31 грудня 2004 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/979-2004-p> (дата звернення: 24.10.2019).

REFERENCES:

1. Kurghan M.B., Korzhenevych D.M., Barash Ju.S. (2008) Vplyv pidvyshhennja shvydkosti pojizdiv na vytraty, pov'jazani iz znosom kolijnoji infrastruktury [The impact of train speeds on the cost of track infrastructure wear and tear]. *Bulletin of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport. Acad. V. Lazaryan*, no. 21, pp. 233–239.
2. Barash Ju.S., Pokotilov A.A., Charkina T.Ju. (2011) Teoretyko-metodychnyj pidkhid do vyznachennja konkurentospro-mozhnosti poslugh, shho nadajutjsja pasazhyrskymy vydamy transportu [Theoretical and methodological approach to determining the competitiveness of services provided by passenger modes of transport]. *Bulletin of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport. Acad. V. Lazaryan*, no. 38, pp. 233–237.
3. Suvorova T.A. (2011) Skorostnye zheleznodorozhnye poezda Francyy: ystoryja voznyknovenija i razvytyja [High-speed rail trains in France: history of origin and development]. *Bulletin of the Pridneprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture*, no. 4, pp. 52–63.
4. Dykanj V.L. (2010) Shvydkisnyj rukh zaliznychnogho transportu u sviti ta perspektyvy jogho rozvytku v Ukraini [High-speed movement of railway transport in the world and prospects for its development in Ukraine]. *Bulletin of Economics of Transport and Industry*, no. 32, pp. 15–25.
5. Doroghuncova S.I. (ed.) (2005) Integhralna efektyvnistj shvydkisnykh zaliznychnykh maghistralej [Integral efficiency of high-speed rail lines]. Kyiv: RVPS Ukrainy NAN Ukrainy.
6. Kirpa Gh.M. (2004) Integhracija zaliznychnogho transportu Ukrainy v Jevropejsku transportnu systemu [Integration of Ukrainian rail transport into the European transport system]. Dnipropetrovsjk: DNUZT.
7. Barash Ju.S., Ghnennyj O.M., Momot A.V. (2014) Analiz roboty shvydkisnogho rukhu v Ukraini [Analysis of high-speed traffic operation in Ukraine]. *Railways*, no. 8, pp. 53–62.
8. Sherstobytov A.S. Myrovoj opyt orghanyzacyu skorostnogho zheleznodorozhnogho passazhyrskogho soobshhenija [Analysis of high-speed traffic operation in Ukraine]. Available at: <http://www.sworld.com.ua/konfer35/446.pdf> (accessed 22 October 2019).
9. Kabinet Ministriv Ukrainy (2004) Kontseptsyja Derzhavnoji ciljovoji prohramy vprovadzhennja na zaliznycjakh shvydkisnogho rukhu pasazhyrskjykh pojizdiv na 2005–2015 rr. [Concept of the State Target Program for the Implementation of High-Speed Passenger Rail Trains for 2005–2015]. Ordinance of the Cabinet of Ministers of Ukraine No 979 of December, 31. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/979-2004-p> (accessed 24 October 2019).

УДК 331.101

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-26>**Ковальова В.І.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Національного фармацевтичного університету***Kovalova Viktoriia***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Management and Administration
National Pharmaceutical University*

РІВНІ ВИНИКНЕННЯ КАДРОВИХ РИЗИКІВ ТА ЗАХОДИ ЩОДО ЇХ ЗМЕНШЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

LEVELS OF OCCURRENCE OF PERSONNEL RISKS AND MEASURES TO REDUCE THEM IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуті основні підходи до визначення сутності кадрових ризиків. Проаналізовані рівні виникнення кадрових ризиків на підприємстві, а саме мікро-, мезо й макрорівень. Мікрорівень виникнення кадрових ризиків пов'язаний із деструктивними формами поведінки, а саме з порушенням норм, приписів, дисциплінарних меж. Для зменшення ризиків на мікрорівні керівництву підприємства необхідно проводити оцінку благонадійності кандидата, оцінювати стиль його поведінки в різних ситуаціях, його комунікативні здібності, лояльність до компанії. Кадрові ризики на мезорівні пов'язані з недосконалою кадровою політикою на підприємстві. У статті наведена детальна класифікація виникнення кадрових ризиків за функціональними сферами управління персоналом. Запропоновані основні принципи й напрями зменшення їхнього впливу. Макрорівень виникнення кадрових ризиків пов'язаний із негативним впливом зовнішнього середовища, а саме економічних, соціально-демографічних і ринкових факторів. Для зменшення їхнього впливу запропоновані певні дії.

Ключові слова: ризики, персонал, управління, кадрові ризики, рівні кадрового ризику.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные подходы к определению сущности кадровых рисков. Проанализированы уровни возникновения кадровых рисков на предприятии, а именно: микро-, мезо и макроуровень. Микроуровень возникновения кадровых рисков вытекает из деструктивных форм поведения, связанных с нарушением норм, предписаний, дисциплинарных рамок. Для уменьшения рисков на микроуровне руководству предприятия необходимо проводить оценку благонадежности кандидата, оценивать стиль его поведения в разных ситуациях, его коммуникативные способности, лояльность к компании. Кадровые риски на мезоуровне связаны с несовершенной кадровой политикой на предприятии. В статье представлена детальная классификация возникновения кадровых рисков по функциональным сферам управления персоналом. Предложены основные принципы и пути уменьшения их влияния. Макроуровень возникновения кадровых рисков связан с негативным влиянием внешней среды, а именно экономических, социально-демографических и рыночных факторов. Для уменьшения их влияния предложены определенные действия.

Ключевые слова: риски, персонал, управление, кадровые риски, уровни кадрового риска.

ANNOTATION

The theoretical analysis of the main approaches for identifying the essence of the personnel risks is provided in the article. On the basis of the analysis performed the levels of occurrence of the per-

sonnel risks are identified, such as micro-, meso- and macro-level. The micro-level of occurrence the personnel risks is connected with the destructive behaviour of personnel. In view of this, there was performed the analysis of forms of the destructive behaviour in the article, particularly, the delinquent, administrative and managerial, dysfunctional, imitative, deviant types of behaviour. The article describes the experience of companies, which perform the diagnostics of personnel risks at the enterprise. Particularly, the experience of MIDOT, the company, which developed the technology for assessing the risks of destructive workplace behaviour of personnel with the following components: 1) Integrity is for assessment of the applicant's integrity; 2) Trustee is for the personnel's loyalty assessment. Integrity as a system of moral values and norms of the applicant's behaviour is the most important element of forecasting whether he/she is a successful employee, submits to the workplace discipline, etc. The program Extended Disc, which allows to designate the individual peculiarity of an employee to do certain kind of work, is analyzed. The personnel management system Extended DISC characterizes the nature of a person's natural behaviour or his/her mode of behaviour in different situations and allows a person to understand his/her own and other's behaviour, to avoid the communicational problems in work and life. In the result of the analysis performed it is concluded that the personnel risks occur at the meso-level in the result of the imperfect HR policy when the enterprise's administration make mistakes in the personnel management system. In view of this, the extended classification of the personnel risks according to the functional personnel's management system is proposed, the managerial mistakes which inflict risks (at the stages of planning, organization, motivation and control) are identified. It is justified that the macro-level of occurrence the personnel risks is the negative influences of the external environment, which also affect the internal process of an enterprise and its personnel security, as a whole. The measures for their reduction have been proposed in the article.

Key words: risks, personnel, management, personnel risks, levels of personnel risk.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Діяльність будь-якого підприємства визначається насамперед ефективністю використання персоналу – ключового фактора виробництва. Відповідальним за розвиток підприємства, його економічну безпеку та стабільність завжди є персонал. Проте саме люди, їхня поведінка та рішення є носієм різних видів ризиків і загроз для підприємства, що потребує уваги з боку керівництва. Оптимізація системи управління персоналом з урахуванням ідентифікації та

профілактики кадрових ризиків є дуже актуальною сьогодні в HR-практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спираються автори. Серед вітчизняних і зарубіжних дослідників проблемі кадрових ризиків присвячували свої праці такі науковці, як: Л. Андрушко, О. Буланова, М. Гайфуліна, Є. Гончаров, І. Горбачова, В. Жуковська, А. Митрофанова, О. Пахлова, Н. Серафим, О. Хитра, І. Чумарин та ін. Проте проблема кадрової безпеки досить складна і має міждисциплінарний характер, тому потребує деталізації в HR-практиці.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення рівнів виникнення кадрових ризиків та обґрунтування заходів щодо їх зменшення в системі управління персоналом.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Відповідно до результатів п'ятого щорічного дослідження корпоративних ризиків Allianz Global Corporate & Specialty у 2016 р. ризики, що пов'язані з персоналом, входять до 15 основних бізнес-ризиків як великих, так і середніх та малих компаній. Управлінська практика стверджує, що в середньому близько 80% матеріального збитку компанія отримує в результаті дій власного персоналу [1, с. 112].

Аналіз сучасної літератури дав змогу визначити основні підходи до визначення сутності кадрових ризиків підприємства. Перший підхід розглядає кадровий ризик тільки як загрозу у некваліфікованій поведінці персоналу, що може привести до небезпеки для підприємства (І. Горбачова (2), І. Проніна (3), О. Пахлова (4), В. Жуковська, Н. Серафим (5) та ін.). Другий підхід визначає кадрові ризики з позиції функціонування зовнішнього середовища та пов'язує їх із відсутністю кваліфікованого персоналу на ринку праці (Є. Гончаров (6)). Третій підхід визначає кадрові ризики як виникнення ситуації, з одного боку, в результаті некваліфікованої діяльності персоналу, з іншого у зв'язку з недосконалою кадровою політикою підприємства [7; 8].

Узагальнюючи ці підходи, можна виокремити мікро-, макро- та мезорівні виникнення кадрових ризиків (рис. 1).

Якщо ми говоримо про мікрорівень, то слід зазначити, що прогнозувати поведінку людини у виробничо-господарській діяльності досить складно. Особистості властива творчість, ірраціональність, вона прагне до унікальності, неповторності.

В організації, де люди добровільно об'єднуються для досягнення спільними зусиллями загальноорганізаційних і особистих цілей, діють численні правила, норми, приписання, без яких недосяжні потрібні результати. Ці приписання й норми можуть бути письмовими й усними, індивідуальними й груповими, загальноорганізаційними і більш високого рівня. Їхнє порушення, як правило, викликає збій в діяльності організації, шкодить їй.

За даними дослідження, яке було проведено однією з найбільших консалтингових компаній КPMG, станом на 2016 рік Україна займає 6 місце в рейтингу країн світу за кількістю розкрадань і шахрайських дій співробітників [1].

Форми поведінки, пов'язані з порушенням норм, приписань, дисциплінарних рамок, називаються деструктивними формами поведінки. Аналіз літератури [9; 10] показав кілька форм деструктивної поведінки:

1. Протиправна поведінка, яка виникає у разі недотримання норм права. Зазвичай її прояви переслідуються законом.

2. Адміністративно-управлінська поведінка – перевищення і зловживання в особистих цілях своїми правами і повноваженнями, невиконання прямих обов'язків.

3. Дисфункціональна поведінка – некомпетентна поведінка персоналу на робочому місці.

4. Імітаційна поведінка, коли дійсні егоїстичні цілі ховаються під псевдоактивністю.

5. Девіантна поведінка – коли працівники реалізують на підприємстві свої асоціальні звички й схильності, демонструють засуджувані суспільством форми поведінки.

Щодо зменшення кадрових ризиків на мікрорівні, то тут заслуговує на увагу досвід компанії MIDOT, яка розробила технологію оцінки ризиків деструктивної поведінки персоналу на роботі, що містить: 1) оцінку благонадійності кандидата на посаду – Integritytest; 2) оцінку лояльності персоналу – Trustee [11].

Благонадійність як система моральних цінностей і стандартів поведінки претендента на



Рис. 1. Рівні виникнення кадрових ризиків

посаду є найважливішим елементом прогнозування, чи буде він успішним співробітником, чи буде дотримуватися трудової дисципліни тощо.

Оцінка благонадійності з подальшою особистою співбесідою та оцінкою професійних і ділових якостей – це надійна основа прийняття правильного кадрового рішення. Неякісна оцінка благонадійності – це головна причина нецільності майбутніх співробітників, зловживань і порушень на роботі.

Особливим різновидом тестування є перевірка на детекторі неправди (поліграфі). Поліграф використовується для вирішення двох основних завдань: профілактика правопорушень і їх розкриття [11].

Досить важливим для керівництва підприємства є перевірка документів кандидатів, їх резюме, а також рекомендацій з попереднього місця роботи, якщо таке можливо.

Також заслуговує уваги програма Extended DISC. Це комп'ютерна програма, яка дозволяє визначити індивідуальні особливості співробітника для виконання тієї чи іншої роботи.

Система управління персоналом Extended DISC описує характер природної реакції людини, або стиль поведінки в різних ситуаціях та надає можливість людині розуміти свою і чужу поведінку, уникати проблем у спілкуванні і досягати успіху в роботі і житті [11].

Кадрові ризики на мезорівні виникають у результаті недосконалої кадрової політики, коли керівництво підприємства припускає помилки в системі управління персоналом. У табл. 1.5. наведені основні кадрові ризики, які виникають за функціональними сферами управління персоналом.

Для зменшення кадрових ризиків на мезорівні необхідно впроваджувати певні принципи в загальній системі управління кадровими ризиками на підприємстві, такі як:

- оптимізація прийняття рішень в кризових умовах у разі кадрових ризиків;
- зменшення кількості непередбачуваних ситуацій і збитків у сфері управління персоналом;
- управління всією сукупністю кадрових ризиків у діяльності організації;
- використання інтегрованих методів управління кадровими ризиками;
- використання потенційних можливостей, що полягають у виявлених непередбачених подіях;
- оптимізація розподілу і використання фінансових ресурсів як наслідок більш повної інформації про кадрові ризики.

До основних заходів профілактики щодо зниження мезорівня кадрових ризиків слід віднести такі:

1. Своєчасне і регулярне інформування керівництва про кадрові ризики в діяльності, що сприятиме прийняттю об'єктивних та адекватних управлінських рішень.
2. Проведення атестації співробітників, оцінювання компетенцій працівників із ви-

користанням методів: асесмент-центр, оцінка 360 градусів, тестування.

3. Створення ефективної процедури навчання персоналу (правильний вибір черговості навчальних курсів і програм, відповідність цілей навчання цілям підприємства).

4. Розроблення системи мотивації з урахуванням уподобань працівників, використання стимулів.

5. Впровадження комплексу процедур, спрямованих на недопущення або виявлення порушень вимог законодавства, нормативних актів та стандартів професійної діяльності, врегулювання конфліктів.

6. Запобігання кадровим ризикам у надзвичайних ситуаціях та ризикам кримінального характеру шляхом забезпечення інформаційної та технологічної безпеки, складання плану антикризового управління та ін.

Макрорівень виникнення кадрових ризиків – це негативні впливи зовнішнього середовища, які діють і на процеси усередині підприємства загалом, і на її кадрову безпеку.

Сучасні дослідники до таких ризиків відносять: політичні – недосконалість законодавчої бази, діяльність громадських організацій, рухів, партій тощо; економічні – інфляційні процеси, складна ситуація на ринку праці й ін.; соціально-демографічні – попадання співробітників у різні види залежності (алкогольна, наркотична й ін.), діяльність кримінального середовища тощо; природно-кліматичні – поєднані, зсуви тощо; техногенні фактори; ринкові (конкурентні) – наявність у конкурентів більш привабливих умов праці, переманювання співробітників, надання зовнішнього тиску на співробітників (підкуп, шантаж) та ін. [12].

Для зменшення кадрових ризиків на макрорівні необхідні певні дії, а саме:

1. Керівництво підприємства повинно більше уваги приділяти питанням мотивації персоналу. Крім матеріальних стимулів, таких як збільшення заробітних плат і бонусів, велику увагу сьогодні потребують системи мотивації, які повинні бути націлені на створення сприятливих, комфортних умов праці, щоб працівник був толерантним до своєї компанії.
2. Керівництво підприємства має бути максимально чесними і відкритими, коли озвучують завдання, вакансії та умови праці. Інакше це створює додаткові кадрові ризики, а саме: розірвання трудового договору з ініціативи працівника або з ініціативи власника; швидкий пошук нових співробітників та зростання напруги та незадоволення серед персоналу; дає конкурентам додаткові можливості для підкupu працівників.
3. Створення передумов для активізації участі бізнесу у формуванні сучасних компетенцій, які відповідатимуть потребам робочих місць, шляхом запровадження незалежної кваліфікаційної атестації, участі у підготовці, реєстрації та ліцензуванні навчальних програм, створення та розвитку сучасних навчально-ви-

Таблиця 1.5

Класифікація кадрових ризиків за функціональними сферами управління персоналом

Функції управління	Вид кадрових ризиків	Помилки в системі управління персоналом
1	2	3
Планування	Ризики, пов'язані з плануванням та маркетингом персоналу	Неефективне визначення необхідної чисельності персоналу; неоптимальний кількісний склад; незбалансованість гендерних, вікових і освітніх груп персоналу; необґрунтованість чисельності персоналу з урахуванням стратегії розвитку підприємства
Організація	Ризики, пов'язані з наймом персоналу	Низька кваліфікація менеджерів з підбору персоналу; неефективна система відбору персоналу; недосконале складання трудових контрактів; помилки при підборі персоналу
	Ризики, пов'язані з організаційною структурою	Нераціональність оргструктури підприємства; відсутність служби управління персоналом; неефективне функціональний розподіл відповідальності і обов'язків щодо управління людськими ресурсами
Організація	Ризики оптимальних умов і охорони праці	Відсутність заходів щодо збереження та підтримання фізичного і психологічного здоров'я персоналу; неефективні соціально-економічні умови праці; несприятливі психофізіологічні та санітарно-гігієнічні умови праці; неефективна організація праці персоналу; нераціональні режими праці і відпочинку
	Ризики навчання і розвитку персоналу	Відсутність зв'язку навчання та оцінки результатів; структура і культура підприємства, не сприяють реалізації отриманих знань; відсутність взаємозв'язку між навчанням і процедурою атестації; відсутність якісної системи управління діловою кар'єрою персоналу; неправильний вибір черговості навчальних курсів і програм
	Ризики комунікацій	Відсутність інформаційно-роз'яснювальної роботи з працівниками про правила проведення конфіденційних ділових переговорів, спілкування з клієнтами, тактики поведінки при спробах вербування і шантажу, забезпечення інформаційної безпеки роботодавця в робочий і в неробочий час; несвоєчасне забезпечення повною та достовірною інформацією, необхідною для виконання трудових обов'язків
Мотивація	Ризики матеріальної мотивації персоналу	Відсутність програми мотивації та стимулювання персоналу; використання неефективних систем мотивації; низький рівень моральної і матеріальної мотивації; відсутність у працівників мотивації до внесення ініціативних пропозицій; відсутність механізмів виявлення мотивів і причин звільнення цінних співробітників і місця їх подальшого працевлаштування
	Ризики нематеріальної мотивації та соціального розвитку персоналу	Відсутність умов, спрямованих на підвищення лояльності співробітників; Відсутність додаткових соціальних гарантій персоналу, який скорочують і не сприяють при працевлаштуванні; Відсутність соціального пакету з урахуванням вимог безпеки з боку підприємства і працівника
Контроль	Ризики оцінки персоналу	Відсутність оцінки різних форм прояву нелояльності і несприятливої надійності працівників підприємства; Різні стандарти для працівників, що виконують однакову роботу; Суб'єктивність методів ділової оцінки персоналу; Відсутність висновків ділової оцінки, управлінських рішень
	Ризики правового контролю	Відсутність контролю над дотриманням працівником чинного трудового та цивільного законодавства при виконанні трудових обов'язків; Відсутність заходів щодо мінімізації матеріальної відповідальності працівника і роботодавця по виникаючим трудовим спорам; Відсутність локальних нормативних актів, що стосуються забезпечення кадрової безпеки

Джерело: узагальнено за [12; 13; 14]

робничих комплексів на базі університетів, для забезпечення надбання професійних компетенцій у процесі освіти.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Отже, у процесі дослідження було виявлено рівні ви-

никнення кадрових ризиків та запропоновані заходи щодо їх профілактики. Перспективи подальших досліджень повинні бути спрямовані на формування системи управління кадровими ризиками з метою мінімізації їх впливу на діяльність організації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чобіток В. Методичний підхід до формування системи оцінки ризиків на промислових підприємствах. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2016. № 1. С. 69–73.
2. Горбачова І. Управління кадровими ризиками в умовах ринку. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 8. С. 37–42.
3. Хитра О., Андрушко Л. Поняття, фактори і наслідки кадрових ризиків на підприємстві. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. № 1(48). С. 163–167.
4. Пахлова О. Оцінка ризиків персоналу в умовах виробничого підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Випуск 9–1. Частина 1. С. 136–140.
5. Жуковська В., Серафим Н. Теоретичні аспекти дослідження кадрових ризиків на підприємстві. *Вісник національного університету водного господарства та природокористування*. 2009. № 4(48). С. 112–118.
6. Гринева Н.Е., Гончаров Е.В., Додонов О.В. Формирование механизма снижения кадровых рисков предприятия в условиях интернационализации производства и глобализации экономики. *Науковий журнал "Менеджер"*. 2007. № 3(41). С. 130–135.
7. Гайфуллина М.М. Интегральный подход к оценке кадрового потенциала предприятия. *Вестник ВЭГУ*. 2015. № 4. С. 22–33.
8. Определение понятия кадрового риска/ Е.Н. Буланова и др. / под ред. д.э.н., проф. В.К. Потемкина. Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургской академии, 2007. 334 с.
9. Молчанова А.О., Воляник І.В., Кондратьєва В.П. Організаційна поведінка: Навч. посібн. / за наук. ред. А.О. Молчанової. Івано-Франківськ : Лілея НВ, 2015. 176 с.
10. Басенко В.П., Жуков Б.М., Романов А.А. Организационное поведение: современные аспекты трудовых отношений : учебное пособие. Москва : Издательско торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. 384 с.
11. Чумарин І.Г. Что такое кадровая безопасность компании. *Кадры предприятия*. 2009. № 2. С. 6–11.
12. Митрофанова А.Е. Классификация кадровых рисков в системе управления персоналом организации. *Вестник Университета*. 2013. № 7. С. 228–232.
13. Дуднева Ю.Є. Сутність та класифікація кадрових ризиків організацій. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 245–249.
14. Мішина С., Мішин О. Класифікація кадрових ризиків підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 53. С. 87–92.
2. Horbachova I. (2014) Upravlinnia kadrovymy ryzykamy v umovakh rynku [Personnel risk management in a market environment]. *Ukraina: aspekty pratsi*, vol. 8, pp. 37–42.
3. Khytra O., Andrushko L. (2013) Poniattia, faktory i naslidky kadrovyykh ryzykiv na pidpriemstvi [Concepts, factors and consequences of personnel risks in the enterprise]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, vol. 1(48), pp. 163–167.
4. Pakhlova O. (2014) Otsinka ryzykiv personalu v umovakh vyrobnychoho pidpriemstva [Assessment of personnel risks in a manufacturing facility]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, vol. 9–1, chastyna 1, pp. 136–140.
5. Zhukovska V., Serafym N. (2009) Teoretychni aspekty doslidzhenia kadrovyykh ryzykiv na pidpriemstvi [Theoretical aspects of the study of personnel risks in the enterprise]. *Visnyk natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia*, vol. 4(48), pp. 112–118.
6. Grineva N.E., Goncharov E. V., Dodonov O. V. (2007) Formirovaniye mekhanizma snizheniya kadrovyykh riskov predpriyatiya v usloviyakh internatsionalizatsii proizvodstva i globalizatsii ekonomiki [Formation of a mechanism for reducing personnel risks of an enterprise in the context of internationalization of production and the globalization of the economy]. *Naukovyi zhurnal "Menedzher"*, vol. 3(41), pp. 130–135.
7. Gayfullina M.M. (2015) Integral'nyy podkhod k otsenke kadrovogo potentsiala predpriyatiya [An integrated approach to assessing the personnel potential of an enterprise]. *Vestnik VEGU*, vol. 4, pp. 22–33.
8. E. N. Bulanova i dr. (2007) Opredelenie ponyatiya kadrovogo riska [The definition of personnel risk]. Sankt-Peterburg: Izd-vo Sankt-Peterburgskoy akademii. (in Russian)
9. Molchanova A.O., Volianyk I.V., Kondratieva V.P. (2015) Orhanizatsiina povedinka [Organizational behavior]. Ivano-Frankivsk: Lileia NV. (in Ukrainian)
10. Basenko V.P., Zhukov B.M., Romanov A.A. (2012) Organizatsionnoye povedeniye: sovremennyye aspekty trudovykh otnosheniy [Organizational behavior: current aspects of labor relations]. Moskva: Izdatel'sko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i K°». (in Russian)
11. Chumarin I.G. (2009) Chto takoe kadrovaya bezopasnost' kompanii [What is company personnel security]. *Kadry predpriyatiya*, vol. 2, pp. 6–11.
12. Mitrofanova A.E. (2013) Klassifikatsiya kadrovyykh riskov v sisteme upravleniya personalom organizatsii [Classification of personnel risks in the personnel management system of the organization]. *Vestnik Universiteta*, vol. 7, pp. 228–232.
13. Dudnieva Yu.Ye. (2017) Sutnist ta klasyfikatsiia kadrovyykh ryzykiv orhanizatsii [The essence and classification of personnel risks of organizations]. *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 8, pp. 245–249.
14. Mishyna S., Mishyn O. (2016) Klyasyfikatsiia kadrovyykh ryzykiv pidpriemstva [Classification of personnel risks of the enterprise]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, vol. 53, pp. 87–92.

REFERENCES:

1. Chobitok V. (2016) Metodychny pidkhd do formuvannia systemy otsinky ryzykiv na promyslovykh pidpriemstvakh [Methodical approach to the formation of risk assessment system at industrial enterprises]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky*, vol. 1, pp. 69–73.

УДК 658.6

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-27>**Коптева Г.М.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та оподаткування
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»***Koptieva Hanna***PhD (Economics), Associate professor
Department of management and taxation
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

CURRENT STATE AND TRENDS OF RETAIL ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сучасний стан, умови функціонування і розвиток торговельної галузі в Україні, а також чинники, які впливають на розвиток підприємств роздрібною торгівлі. На основі проведеного аналізу динаміки та структури підприємств роздрібною торгівлі України з'ясовано, що за останнє десятиріччя суттєво скоротилася кількість підприємств роздрібною торгівлі, на внутрішньому ринку працюють переважно малі підприємства. На основі аналізу статистичних даних Державної служби статистики України проаналізовано основні показники, які свідчать про розвиток галузі торгівлі. Проаналізовано динаміку та структуру роздрібною товарообороту і фінансових результатів підприємств роздрібною торгівлі України. Досліджено основні проблеми, які стримують розвиток ринку роздрібною торгівлі, та визначено тенденції розвитку підприємств роздрібною торгівлі.

Ключові слова: торгівля, торговельне підприємство, торговельна галузь, товарооборот, фінансовий результат.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены современное состояние, условия функционирования и развитие торговой отрасли в Украине, а также факторы, которые влияют на развитие предприятий розничной торговли. На основе проведенного анализа динамики и структуры предприятий розничной торговли Украины выявлено, что за последнее десятилетие существенно сократилось количество предприятий розничной торговли, в основном на внутреннем рынке работают малые предприятия. На основе анализа статистических данных Государственной службы статистики Украины проанализированы основные показатели, свидетельствующие о развитии отрасли торговли. Проанализированы динамика и структура розничного товарооборота и финансовых результатов предприятий розничной торговли Украины. Исследованы основные проблемы, которые сдерживают развитие рынка розничной торговли, и определены тенденции развития предприятий розничной торговли.

Ключевые слова: торговля, торговое предприятие, торговая отрасль, товарооборот, финансовый результат.

ANNOTATION

The conditions of functioning and development of retail industry require a deep analysis to identify the key factors that influence economic development in Ukraine in general and, in particular, in retail. It is important not only to identify these factors but also to find out their place and role in the overall economic system. The purpose of this article is to study the current state of retail enterprises in Ukraine, to identify the conditions of their economic activity and to conduct the analysis of trends in retail industry. The article considers the current state, conditions of functioning and development of retail industry in Ukraine. The factors influencing the development of retail enterprises are identified. Based on the analysis of the dynamics and struc-

ture of retail enterprises in Ukraine, it was found that the number of these enterprises has significantly decreased over the past decade, small businesses dominate in the domestic retail market. Based on the statistical data provided by the State statistics service of Ukraine, the dynamics and structure of retail turnover and financial results of retail enterprises in Ukraine are analyzed. The obtained results show that during the period of 2010-2018 there was a huge growth of retail turnover (more than 2,4 times). At the same time financial results were unstable, although the number of unprofitable retail enterprises decreased. Based on the statistical data, the main factors favoring and hindering the development of Ukrainian retail are investigated, and the development trends of retail enterprises are estimated. The author also substantiates that the innovative economic development requires new approaches to conducting retail, taking into account European and world technologies in this field. The obtained analytical results allow the author to identify the overall positive dynamics, trends, and potential of the further development of the Ukrainian retail industry. All this is an important condition for the justification and development of necessary measures to increase the economic efficiency of the retail industry and to promote its dynamic development.

Key words: trade, trade enterprise, trade industry, trade turnover, financial result.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Торгівля є одним із найдавніших і найпривабливіших видів підприємницької діяльності, пов'язаних із купівлею-продажем товарів. Сфера роздрібною торгівлі є основною ланкою організації внутрішнього ринку споживчих товарів, яка впливає на його розвиток та збалансованість і спричиняє певні структурні зміни в економіці країни. Вона є однією з найдинамічніших галузей економіки України, внесок якої у ВВП країни становить 14,55%.

Умови функціонування і розвиток торговельної галузі потребують проведення глибокого наукового аналізу для виявлення ключових чинників, які є потенціалом розвитку економіки України у цілому і роздрібною торгівлі зокрема. Актуальним є визначення низки чинників, що впливають на основні тенденції її розвитку, з'ясування місця і ролі цих факторів в їх загальній системі. Це є найважливішою умовою обґрунтування та розроблення перспективних заходів щодо підвищення економічної ефективності торговельної галузі та її динамічного розвитку.

Роздрібна торгівля в Україні недостатньо розвинена за європейськими стандартами, особливо в умовах значного за обсягом тіньового обороту, за якістю надання торговельних послуг тощо, тому актуальним завданням є акумуляція ресурсів (фінансових, матеріальних, кадрово-інтелектуальних, інноваційних та ін.) для підвищення якості відповідних послуг та ефективної діяльності підприємств роздрібною торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Діяльність та розвиток роздрібною торгівлі є об'єктом дослідження багатьох учених, зокрема таких, як В.В. Апопій [1], Т.Г. Васильців, Л.О. Лігоненко, В.Л. Вороніна [3], Н.О. Власова [4], Г.В. Кошельок та ін. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць, питання сучасних особливостей розвитку підприємств роздрібною торгівлі залишаються актуальними та потребують подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження сучасного стану підприємств роздрібною торгівлі в Україні, умов їх господарювання та аналіз динаміки показників роздрібною торгівлі для виявлення тенденцій щодо подальшого розвитку торговельної галузі України і потенціалу торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Торгівля України займає провідне місце в сучасній економічній системі й соціальної сфері держави та її регіонів, у формуванні економічного потенціалу, забезпеченні ефективного функціонування системи відтворення, товарно-грошового обігу та задоволенні потреб населення в товарах і послугах.

Універсальним показником, що характеризує масштаби і рівень задоволення попиту населення на споживчому ринку, обсяги залучення купівельних фондів населення, є роздрібний товарооборот. Динаміка даного показника є свідченням розвитку виробництва і його стимулювання, сприяння прискоренню обороту капіталу виробничих підприємств і стану грошового

обігу. Отже, роздрібний товарооборот підприємств торгівлі є характеристикою соціально-економічного розвитку країни (регіону).

Товарооборот є одним з основних показників комерційної діяльності торговельного підприємства. Структуру роздрібною товарообороту підприємств – юридичних осіб в Україні у 2010–2018 рр. наведено в табл. 1.

Здійснений аналіз динаміки роздрібною товарообороту (табл. 1) свідчить про виражену тенденцію до зростання протягом 2010–2018 рр. у 2,4 рази. Обсяг роздрібною товарообороту України, згідно з даними Державного комітету статистики [5], у 2018 р. становив 668 369 млн грн, що на 82 038,9 млн грн більше обсягу минулого року. Індекс фізичного обсягу роздрібною товарообороту підприємств (юридичних осіб) до попереднього року у порівнянних цінах за 2018 р. становив 105%, що є позитивним. У 2017 р. структура роздрібною товарообороту практично відповідає тенденціям 2010 р.: частка продовольчих товарів становить 40%, а непродовольчих – 60% від загального обсягу. Аналізуючи структуру роздрібною товарообороту за 2018 р., можна побачити збільшення питомої ваги продовольчих товарів до 43,3% (найбільше значення показника за весь аналізований період) та зменшення питомої ваги непродовольчих товарів до 56,7% (найменше значення показника за весь аналізований період).

Нерівномірною є структура підприємств роздрібною торгівлі за розмірами (табл. 2).

Отже, розглядаючи структуру підприємств роздрібною торгівлі, можна відзначити, що найбільшу питому вагу становлять малі підприємства (понад 99%) і незначну частку – великі підприємства. Така тенденція спостерігається протягом років, що аналізуються, і пояснюється рішенням власників і менеджерів торговельних підприємств оптимізувати рівень податкового навантаження, підвищити рівень потенціалу їхньої конкурентоспроможності.

Значення прибутку для господарюючих суб'єктів у сучасних економічних умовах є надзвичайно важливим, що проявляється у його

Таблиця 1

Основні показники роздрібною торгівлі України

Роки	Роздрібний товарооборот підприємств (юридичних осіб), млн грн	У тому числі питома вага, %		Індекс фізичного обсягу роздрібною товарообороту підприємств (юридичних осіб) до попереднього року у порівнянних цінах, %	Кількість об'єктів роздрібною торгівлі підприємств (юридичних осіб) на кінець року, тис. од.
		продовольчих товарів	непродовольчих товарів		
2010	280890	39,5	60,5	110,1	64,8
2011	350059	38,9	61,1	113,2	64,2
2012	405114	40,2	59,8	112,3	62,2
2013	433081	41,1	58,9	106,1	59,8
2014	438343	41,3	58,7	90,0	49,6
2015	487558	41,1	58,9	80,2	49,6
2016	555975	41,0	59,0	104,5	49,3
2017	586330,1	39,8	60,2	106,0	39,3
2018	668369	43,3	56,7	105,0	38,7

Джерело: розраховано та складено автором за даними [5]

Таблиця 2
Динаміка та структура підприємств роздрібної торгівлі України за 2010–2018 рр.

Роки	Кількість підприємств							
	Усього, одиниць	у тому числі у відсотках до загальної кількості						із них мікропідприємства
		великі підприємства		середні підприємства		малі підприємства		
		одиниць	%	одиниць	%	одиниць	%	
2010	934998	58	0,01	1230	0,13	933710	99,86	924881
2011	707314	64	0,01	1194	0,17	706056	99,82	697425
2012	637280	86	0,01	1053	0,17	636141	99,82	628721
2013	668900	77	0,01	981	0,15	667842	99,84	661285
2014	745206	53	0,01	914	0,12	744239	99,87	739153
2015	736287	46	0,01	824	0,11	735417	99,88	732178
2016	674551	48	0,01	815	0,12	673688	99,87	669545
2017	609974	47	0,01	834	0,14	609093	99,86	604423
2018	588379	51	0,01	878	0,15	587450	99,84	581552

Джерело: складено автором за даними [5]

функціях як економічної категорії [4]. По-перше, прибуток є ефективним джерелом забезпечення підприємства фінансовими ресурсами; по-друге, частка прибутку через механізми розподілу наповнює дохідну частину бюджетів різних рівнів, позабюджетних ресурсів і благодійних фондів; по-третє, прибуток є інструментом здійснення соціальної політики підприємства та держави; по-четверте, прибуток є показником ефективності діяльності підприємства та захисним механізмом від банкрутства; по-п'яте, прибуток виступає основним показником економічної безпеки підприємства. Отже, на основі наведених характеристик можна дійти висновку, що дана категорія є однією з найважливіших показників результатів господарської діяльності, метою підприємницької діяльності, показником успіху підприємства.

Як кінцевий результат господарської діяльності підприємства та індикатор її ефективності прибуток є результатом поєднання дії зовнішніх та внутрішніх чинників. Диспропорції та дисбаланси в економіці країни, що супроводжуються макроекономічною невизначеністю, політичною нестабільністю, знеціненням національної валюти, деструктивно позначаються на економічному стані та прибутковості вітчизняних підприємств.

Процес створення системи економічної безпеки підприємств можна розглядати як процес запобігання можливим збиткам від негативних впливів на систему безпеки підприємства за різними аспектами її фінансово-господарської діяльності. Отже, під час проведення аналізу необхідно з'ясувати фінансові результати, які отримали підприємства роздрібної торгівлі за аналізований період. Основним критерієм оцінювання тенденцій розвитку підприємств торгівлі є динаміка їхніх фінансових результатів до оподаткування (табл. 3).

Таким чином, за даними, наведеними у табл. 3, можна дійти висновку, що фінансові результати діяльності підприємств роздрібної торгівлі впродовж 2010–2018 рр. були нестійкими. У 2011 р. та в період 2016–2018 рр. діяльність підприємств роздрібної торгівлі загалом в Україні була прибутковою, у 2012–2015 рр. – збитковою. В економіці України протягом усього періоду дослідження мала місце тенденція до зменшення кількості збиткових підприємств: у 2010 р. їхня частка становила 33,2% від загальної кількості підприємств, у 2018 р. вона зменшилася на 9,3%, до 23,9%.

За підсумками 2018 р. прибуток підприємств роздрібної торгівлі становив 26,86 млрд грн. Та-

Таблиця 3
Фінансові результати підприємств до оподаткування за видами економічної діяльності (роздрібна торгівля), 2010–2018 рр., млн грн

Роки	Фінансовий результат до оподаткування	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
2010	-447,4	66,8	3683,5	33,2	4130,9
2011	205,4	66,7	2577,0	33,3	2371,6
2012	-3218,6	69,1	4870,2	30,9	8088,8
2013	-3206,2	71,6	5345,2	28,4	8551,4
2014	-21718,3	73,1	4029,8	26,9	25748,1
2015	-9003,2	80,4	11060,7	19,6	20063,9
2016	702,1	79,1	13769,5	20,9	13067,4
2017	6414,1	75,9	16710,7	24,1	10296,6
2018	26885,9	76,1	20460,2	23,9	6425,7

Джерело: розраховано та складено автором за даними [5]

кож позитивною є динаміка кількості підприємств, які одержали позитивний фінансовий результат, тобто прибуток. Їхня частка зросла до 76,1% від загального обсягу в 2018 р.

Серед основних чинників, які вплинули на стан торговельної галузі України загалом та безпосередньо підприємств роздрібною торгівлі, слід виділити такі, як: кризові явища в глобальній та вітчизняній економіках, політична нестабільність, високий рівень конкуренції, дефіцит професійних торговельних приміщень і високі орендні ставки на них, деформація внутрішнього ринку праці та зайнятості населення, зниження рівня життя населення і купівельної спроможності, від'ємний темп приросту населення, що негативно впливає на інвестиційну привабливість ринку роздрібною торгівлі, та ін.

У світовій практиці відомим є міжнародний рейтинг привабливості роздрібного бізнесу А.Т. Kearney, Global Retail Development Index (GRDI) [6], який розраховується за чотирма категоріями, кожна з яких оцінюється у 25%: привабливість ринку, ризик країни, насиченість ринку, фактор часу. Аналіз привабливості ринків станом на 2019 р. показує найвищий індекс GRDI для Китаю – 70 балів, друге місце посіла Індія – 69,2 бали і третє місце у Малайзії – 61,9 бали. Україна у 2019 р. так і не увійшла до тридцятки країн, що були включені у цей рейтинг. Серед країн СНД у цей перелік увійшли Казахстан (47 балів), Азербайджан (45,4 бали), Російська Федерація (43,6 бали). Згідно з результатами аналізу розвитку роздрібною торгівлі в Україні та європейських країнах, можна виділити тенденцію до істотного відставання вітчизняного ритейлу.

Незважаючи на відносно позитивну динаміку товарообороту у вітчизняному секторі роздрібною торгівлі, більшість потенційних інвесторів зайняла вичікувальну позицію щодо входження на роздрібний ринок через збереження високих внутрішніх і зовнішніх ризиків [7]. Отже, вітчизняним підприємствам необхідно розвивати власне підприємницьке середовище у сфері роздрібною торгівлі за рахунок диверсифікації торговельних послуг, упровадження сучасних технологій, удосконалення методів продажу та обслуговування покупців, розвитку нових форм продажу товарів, удосконалення електронної комерції, пошуку резервів, підвищення результативності торговельних операцій, формування інтелектуального капіталу, забезпечення економічної безпеки тощо.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, аналіз стану та тенденцій розвитку підприємств роздрібною торгівлі України дав змогу виявити загалом позитивну динаміку та тенденції щодо подальшого розвитку торговельної галузі України і потенціалу торговельних підприємств. За останнє десятиріччя суттєво скоротилася кількість підприємств роздрібною торгівлі, на внутрішньому ринку працюють переважно

малі підприємства. Інноваційний розвиток ритейлу потребує нових підходів до здійснення торговельної діяльності з урахуванням європейських та світових технологій у торговельній галузі.

Подальші дослідження будуть спрямовані на розроблення рекомендацій щодо підвищення результативності діяльності роздрібних підприємств, що створить підґрунтя для стабілізації їх функціонування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / І. Копич та ін. ; за ред. В. Апопія. Львів : Новий світ, 2014. 565 с.
2. Васильців Т.Г., Магас Н.В. Передумови конкурентоспроможності підприємств роздрібною торгівлі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.2. С. 218–222. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvntu_2014_24 (дата звернення: 09.08.2019).
3. Вороніна В.Л. Оцінка результатів управління господарською діяльністю торговельних підприємств України. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. Вип. 27. С. 128–134.
4. Власова Н.О., Коліучкова О.В. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : монографія. Харків : АдваTM, 2012. 255 с.
5. Матеріали Державного комітету статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 09.08.2019).
6. Міжнародна дослідницька мережа GfK Group. URL: <http://www.gfk.com/ua/> (дата звернення: 09.08.2019).
7. Козуб В.О., Чернишова Л.О., Кот О.В. Порівняльний аналіз розвитку роздрібною торгівлі в Україні та країнах Європи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 20. 37–42.

REFERENCES:

1. Kopych I., Nestulya O. and Apopiya V. (2014) Vnutrishnja torghivlja v Ukraini [Domestic trade of Ukraine: problems and prospects]. Lviv: Novy svit. (in Ukrainian)
2. Vasylytsiv T.H., Mahas N.V. (2014) Peredumovy konkurentospromozhnosti pidpriemstv rozdribnoi torhivli [Prerequisites for the competitiveness of retail enterprises]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. Vyp. 24.2. pp. 218–222. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvntu_2014_24 (accessed 09 August 2019). (in Ukrainian)
3. Voronina V.L. (2019) Otsinka rezultativ upravlinnia hospodarskoju diialnistiu torhovelnykh pidpriemstv Ukrainy [Assessment of results of management of economic activity of trade enterprises of Ukraine]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*. Vypusk 27. pp. 128–134. (in Ukrainian)
4. Vlasova N.O., Koliuchkova O.V. (2012) Rozdribni torhovelni merezhi: rehionalni faktory rozvytku [Retail chains: regional development factors] : monohrafiia. Kharkivskiy derzhavnyi universytet kharchuvannia ta torhivli. Kharkiv: AdvTM. (in Ukrainian)
5. State Statistics Service of Ukraine (2019). Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 09 August 2019).
6. Mizhnarodna doslidnytska merezha GfK Group [International research network GfK Group]. Available at: <http://www.gfk.com/ua/> (accessed 09 August 2019).
7. Kozub V.O., Chernyshova L.O., Kot O.V. (2017) Porivnialnyi analiz rozvytku rozdribnoi torhivli v Ukraini ta krainakh Yevropy [Comparative analysis of retail trade development in Ukraine and European countries]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. Vypusk 20, pp. 37–42. (in Ukrainian)

УДК 378.33:339.137

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-28>**Криховецька З.М.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів**Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника***Кропельницька С.О.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів**Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника***Кондур О.С.***доктор педагогічних наук, доцент,
директор Педагогічного інституту**Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника***Krykhovetska Zoriana***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University***Kropelnytska Svitlana***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University***Kondur Oksana***Doctor of Sciences (Pedagogics), Associate Professor,
Head of the Pedagogical Institute
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*

ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ (ЗВО)

PROJECT ACTIVITIES AS A FACTOR OF IMPROVING COMPETITIVENESS OF DOMESTIC HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS (HEES)

АНОТАЦІЯ

Дослідження спрямоване на визначення проєктної діяльності як одного з важливих у сучасних умовах факторів формування та підвищення конкурентоспроможності закладу вищої освіти. Визначено основні фактори забезпечення конкурентоспроможності ЗВО в сучасних умовах. Встановлено, що в сучасному світовому освітньому просторі успішними стають ті ЗВО, які активно поєднують надання базових освітніх послуг із новітніми науковими проєктами і технологіями, тобто проєктною діяльністю. Обґрунтовано необхідність пошуку дієвих механізмів фінансування досліджень ЗВО. Визначено, що найефективнішим джерелом фінансування досліджень ЗВО є гранти. Визначено переваги участі у грантових програмах для учасників проєктної діяльності. Розроблено алгоритм підготовки проєкту на грантову програму. Встановлено, що проєктна діяльність ЗВО має вплив на його рейтинг в освітньо-науковому просторі. Наприклад, проаналізовано результати проєктної діяльності Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника за 10 років та їхній вплив на підвищення його рейтингу серед ЗВО.

Ключові слова: заклад вищої освіти, проєктна діяльність, грант, конкурентоспроможність, рейтинг, грантова програма, фінансування.

АННОТАЦІЯ

Исследование направлено на определение проектной деятельности как одного из важных в современных условиях фактора формирования и повышения конкурентоспособности учреждения высшего образования (УВО). Определены

основные факторы обеспечения конкурентоспособности УВО в современных условиях. Установлено, что в современном мировом образовательном пространстве все чаще успешными становятся те УВО, что активно сочетают предоставления базовых образовательных услуг с новейшими научными проектами и технологиями, то есть проектной деятельностью. Обоснована необходимость поиска действенных механизмов финансирования исследований УВО. Определено, что наиболее эффективным источником финансирования исследований УВО есть гранты. Определены преимущества участия в грантовых программах для участников проектной деятельности. Разработан алгоритм подготовки проекта на грантовую программу. Установлено, что грантовая деятельность УВО влияет на его рейтинг в образовательно-научном пространстве. К примеру, проанализированы результаты проектной деятельности Прикарпатского национального университета им. Василя Стефаника за 10 лет, и их влияние на повышение его рейтинга среди ЗВО.

Ключевые слова: учреждение высшего образования, проектная деятельность, грант, конкурентоспособность, рейтинг, грантовая программа, финансирование.

ANNOTATION

In today's market conditions, stakeholders - the Ministry of Education and Science of Ukraine, enrollees, and employers raise requirements to HEES. It causes a aggravation of competition between HEES. The national government intends to create leading scientific and educational centers in which the powerful scientific potential will be concentrated, promising scientific and technical

developments will be carried out. The enrollees pay attention to further employment, taking into consideration increasing opportunities to get education abroad. Employers strive to employ the knowledgeable specialists in various fields. In such conditions HEEs pay more attention to the problem of ensuring of the own competitiveness. The research is aimed at justifying the project activity as one of the important factors in the formation and enhancement of the competitiveness of HEEs. The main factors of ensuring the competitiveness of HEEs are identified. It is established that in today's world educational space, the HEEs that actively combine the provision of basic educational services with the latest scientific projects and technologies, that is, project activities, become more successful. Project development and participation in various funding programs organized by domestic and foreign donors is a key factor of the competitiveness of the HEE. In addition, the development of project activity influences the innovation activity of economic entities. The necessity to find effective mechanisms of financing of scientific projects is substantiated. Grants have been identified as the most effective source of funding of HEE research because of competitive selection of projects. Benefits of participation in grant programs for participants of the project activity are identified. The algorithm of project preparation to the grant program has been developed. The more grants HEE has, the higher rating HEE has in the educational and scientific space. This is facilitated by the key indicators achieved as a result of this project activity. For example, the results of project activities and participation in various grant programs of the Vasyl Stefanyk Precarpathian National University for 10 years and impact on improvement of its rating among the HEEs have been analyzed.

Key words: higher educational establishment, project activity, grant, competitiveness, rating, grant program, financing.

Постановка проблеми. В умовах поглиблення формування ринкового середовища в Україні відбувається постійне загострення конкуренції в науково-освітній сфері між закладами вищої освіти (ЗВО). Основною причиною є зростання вимог до ЗВО з боку стейкхолдерів – Міністерства освіти і науки України, абітурієнтів, роботодавців.

Держава прагне посилити роль ЗВО у соціально-економічному розвитку суспільства і тому ставить перед ними завдання трансформації у провідні науково-освітні центри, в яких концентруватиметься потужний науковий потенціал, провадитимуться перспективні науково-технічні розробки.

Жорсткий відбір із боку абітурієнтів спричинений їхньою орієнтацією на такі спеціальності та рейтинг ЗВО, які гарантують із високою вірогідністю подальше працевлаштування, і це відбувається на тлі щорічного зростання можливостей отримати освіту за кордоном, причому у більшості випадків – на безкоштовній основі. Вхідження України в Європейський освітній і науковий простір суттєво загострює конкурентну боротьбу між вітчизняними і зарубіжними ЗВО. У більшості випадків вітчизняні ЗВО виявляються неконкурентоспроможними по відношенню до іноземних.

Підвищення вимог роботодавців до випускників ЗВО вимагає мобільності освітніх програм щодо корегування відповідно до потреб ринку праці. Роботодавці прагнуть мати необхідних їм спеціалістів, які б володіли новітніми знаннями в тих чи інших сферах, які брали активну участь у науково-дослідних проектах

ЗВО, які будуть корисні для роботодавців. За таких умов, наука і практика все більше уваги приділяє проблемі забезпечення конкурентоспроможності ЗВО, що визначає необхідність і актуальність даного дослідження, яке спрямоване на визначення проєктної діяльності як одного з важливих у сучасних умовах фактору формування та підвищення конкурентоспроможності ЗВО.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми підвищення конкурентоспроможності ЗВО розглядали ряд вітчизняних та зарубіжних учених. Зокрема, факторам підвищення конкурентоспроможності вузів приділяли увагу I. Labas, E. Darabos, T.O. Nagy [1], I. Tarasenko, T. Nefedova [2], N. Kireeva, E. Slepenskova, T. Shipunova, R. Iskandaryan [3], V. Prisacaru, A. Caradja [4], O. Bosak [5], B. Sačik [6]. Визначення стратегій, які забезпечують формування і підвищення конкурентоспроможності вузів продемонстровано у працях К. Кравченко [7], B. Саціка [8]. Питанням фінансування наукової діяльності присвячені праці O. Другова, B. Сухаревича [9], M. Кузалева [10], Г. Пурій [11], M. Сбруєва [12], H. Шевченко [13]. Питання грантової підтримки наукових досліджень розглядаються такими вченими, як M. Сбруєв, E. Стрельцова [14; 15], H. Шевченко. Проте проєктна діяльність як фактор конкурентоспроможності ЗВО вивчена не досить.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення ролі проєктної діяльності у забезпеченні конкурентоспроможності ЗВО.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність ЗВО визначає ефективність його функціонування на ринку освітніх послуг та ринку праці для кваліфікованих кадрів загалом. Зауважимо, що не слід розглядати університети виключно як освітні установи. Адже ЗВО апіорі є мозковими центрами розвитку, які формують і мобілізують інтелектуальний капітал, що продукує високу додану вартість. Водночас відірваність від інших суспільно-економічних сфер розвитку не дає можливості ефективно використовувати цей інтелектуальний капітал.

Аналіз напрацювань вітчизняних та закордонних учених дав змогу виділити такі основні фактори конкурентоспроможності університетів:

- талановиті дослідники, викладачі та студенти, які широко використовують мобільність для обміну досвідом, знаннями та поширюють їх в інших закладах, у тому числі за кордоном;
- проривні наукові дослідження, активне залучення студентів до проведення наукових досліджень, науково-технічних розробках;
- високо розвинута система фінансування освітньої та наукової діяльності;
- поєднання науки і практики шляхом активної співпраці з бізнесом, іншими організаціями та випускниками.

У сучасному світовому освітньому просторі все частіше успішними стають ті ЗВО, які активно поєднують надання базових освіт-

ніх послуг із новітніми науковими проектами і технологіями, тобто проектною діяльністю. Розроблення проектів та участь в різноманітних програмах їх фінансування, які організують вітчизняні та зарубіжні донори, є ключовим фактором конкурентоспроможності ЗВО. Крім того, розвиток проектною діяльністю впливає на активізацію інноваційної діяльності суб'єктів економіки. А має вплив на підвищення конкурентоспроможності економіки держави та продуктивності праці.

З огляду на це постає необхідність розроблення та реалізації університетами ефективних наукових проектів для забезпечення їхньої конкурентоспроможності, що є актуально для України з метою виходу з кризи.

Пріоритетом сучасної державної політики у багатьох країнах світу є розробка та реалізація ефективних загальнонаціональних стратегій розвитку університетів на засадах, які дозволяють їм інтегруватись у глобальну систему знань, забезпечувати найвищі освітні стандарти та результати наукових досліджень і тим самим досягати високого конкурентного статусу. Для досягнення задекларованих цілей уряди країн удосконалюють законодавство, розробляють відповідні механізми та інструменти їх забезпечення, імплементують ті чи інші завдання в загальнонаціональні плани заходів щодо розвитку провідних університетів. Обов'язковим елементом при цьому є додаткове цільове фінансування університетських видатків з державного бюджету, обсяги яких фіксуються в офіційних документах, а використання чітко регламентується [12]. Конкурентні відносини в освітній сфері спонукають ЗВО розвивати матеріально-технічну базу, поліпшувати якість викладання. Проте українська сфера освіти і науки, незважаючи на певні успіхи, не відповідає провідним світовим стандартам через низку причин. Однією з найважливіших із них є несприятлива для її розвитку система фінансово-го забезпечення.

У країнах ОЕСР у середньому 25% усіх витрат ЗВО спрямовується саме на науково-дослідну діяльність. У Швеції, Швейцарії, Великобританії рівень витрат на наукові дослідження перевищує 45%. В Україні цей показник у 2011 році становить 3%, хоча згідно із Законом України "Про освіту" рівень витрат на дослідження повинен бути не менше 10% від загальних державних витрат на вищу освіту. Така суттєва різниця порівняно із розвиненими країнами світу не могла не позначитися негативно на стані науково-дослідної діяльності українських університетів. Окрім цього, у розвинених країнах фінансування досліджень науково-дослідних підрозділів відбувається за суттєвої підтримки приватного бізнесу [11].

У скрутних воєнних та економічних умовах українським науковцям розраховувати на значні бюджетні кошти недоречно. В умовах низького рівня фінансування наукових організацій

відбувається скорочення витрат на обладнання, матеріали, згортання досліджень на перспективу, перехід до виконання короткострокових проектів на основі вже існуючих напрацювань. Матеріально-технічна база нашої науки фізично й морально застаріла. З іншого боку, низька платоспроможність більшості господарюючих суб'єктів зумовила зниження фінансово підтриманого попиту на науково-технічну продукцію. Український бізнес взагалі не бажає фінансувати науку, знаходячи в умовах нестабільності інші пріоритети для витрачання коштів. Склалася стійка тенденція до скорочення перспективних наукових розробок, які могли б забезпечити розвиток високотехнологічних і наукомістких виробництв. Наука і, зокрема, університетська наука, дуже слабо включена у процес соціально-економічних перетворень і, насамперед, у становлення інноваційної економіки в країні [12].

Обсяги фінансування впливають на результативність її наукового та науково-технічного ресурсу. Недостатність фінансового забезпечення наукової діяльності породжує низький економічний ефект від наукових досліджень за наявного значного науково-технічного потенціалу країни. Належне фінансове забезпечення наукової діяльності є матеріальною основою для реалізації наукових ідей, необхідною умовою їх втілення в науково-технічну продукцію.

Світовий досвід показує, що рівень фінансування науки відіграє важливу роль у забезпеченні добробуту держави, тому важливим є фінансування як фундаментальних, так і прикладних наукових досліджень. Наука – найбільш ефективна сфера капіталовкладень. У світовій практиці прийнято вважати, що прибуток від капіталовкладень у цю сферу становить 100–200% і набагато перевищує прибутки інших галузей.

Підвищення якості наукових досліджень, забезпечення конкурентоспроможності науки, її затребуваності промисловістю та суспільством обумовлює: необхідність створити оновлені організаційно-правові та ресурсні умови для стимулювання наукових досліджень, ефективний механізм визначення пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки; формування дієвої системи перетворення наукових знань на практичні результати; втілення результатів наукових напрацювань у виробництво, що приведе до можливості сконцентрувати ресурси і кошти на пріоритетних сьогодні для держави напрямках досліджень, посилити відповідальність виконавців науково-технічних розробок за результати [11]. Однак це все можливо досягти тільки тоді, коли результати наукових досліджень будуть потрібні та цікаві не лише державі, а й світовій спільноті.

Низькі обсяги бюджетного фінансування вимагають від ЗВО постійного пошуку інших джерел залучення фінансових ресурсів для свого стабільного розвитку. У сучасних умовах

найперспективнішим джерелом є залучення коштів на фінансування проектів університетів, що забезпечить їх конкурентоспроможність в сучасних умовах. Ними можуть стати гранти, які надають різноманітні донори, розробляючи грантові програми. Цей спосіб є в даний час домінуючим в Європі та США. Його очевидною перевагою є можливість контролю ефективності наукових досліджень, що розуміється як ступінь задоволення потреб суспільства в науковому знанні. Ідея ефективності грантової підтримки науки заснована на тому, що отримання гранту передбачає конкурентний процес, а ефективний конкурентний механізм є гарантією успішної еволюції [10, с. 130].

Великою перевагою грантових програм є конкурсний відбір проектів, що дозволяє визначити найбільш оптимальний спосіб вирішення проблеми, оскільки обирається найбільш життєздатний, найефективніший проект. Це породжує здорову конкуренцію між аплікантами, та стимулює до розробки ефективних проектів, спрямованих на вирішення актуальних проблем.

Гранти присуджуються тим дослідницьким проектам і дослідникам, які отримали найвищі оцінки за результатами експертизи, що проводиться експертною комісією програми. Саме наявність експертного відбору відрізняє систе-

му грантів від пожертвувань, що, як правило, надаються без проведення експертної оцінки за бажанням жертводавця й у більшості випадків не вимагають підготовки та подачі спеціальної конкурсної документації. У найбільших наукових фондах світу частка підтриманих проектів, у загальній кількості заявлених рідко перевищує 30%, що дозволяє розглядати грантові конкурси як середовище високої конкуренції між науковцями та науковими колективами.

Як механізм фінансування наукових досліджень грант відрізняє низка ознак: 1) безоплатність (він надається безкоштовно); 2) безповоротність; 3) цільовий характер, адресність підтримки; 4) суспільна корисність; 5) конкурсність. Використання процедури рецензування (peer-review) як ключового елементу оцінки дослідницьких проектів, заявлених на конкурс, визначає символічну цінність грантів. Високо оцінюючи грантові заявки, своїм авторитетним рішенням експерти "гарантують" відповідність дослідження високим вимогам науковості, актуальності, новизни. Дослідницький грант, таким чином, є механізмом розподілу не тільки економічних ресурсів, а й наукового капіталу [14].

Сучасна система дослідницьких грантів не тільки слугує чинником підтримки якості наукових результатів за рахунок конкурсності наукових

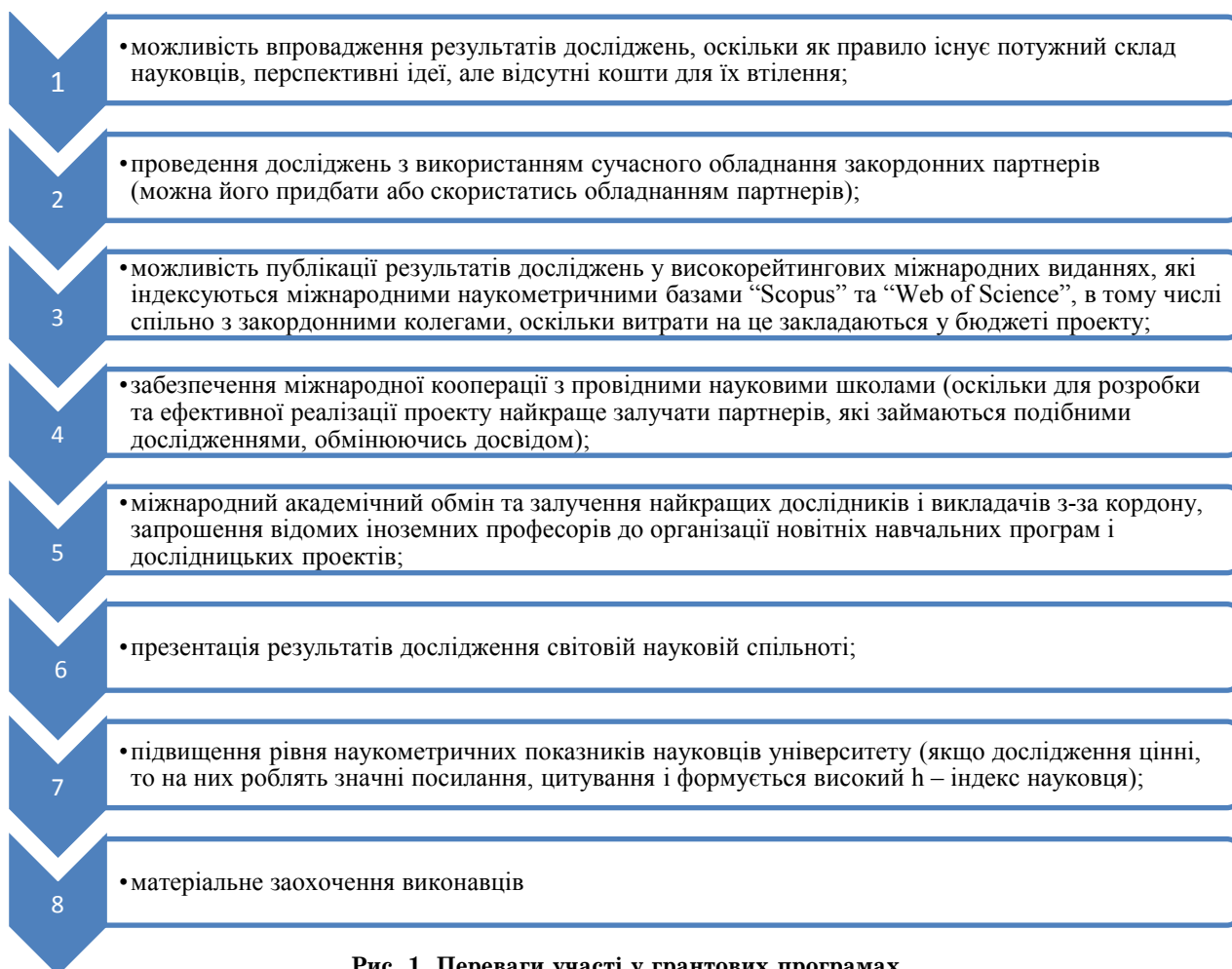


Рис. 1. Переваги участі у грантових програмах

проектів, але і є одним із механізмів трансляції наукового капіталу в поле науки, тому що за допомогою присудження грантів відбувається розподіл не лише економічних, а й не менш важливих для науковців символічних ресурсів (визнання науковим співтовариством відповідних досягнень науковця). Поряд із публікаціями в наукових журналах із високим імпаکت-фактором, науковими нагородами тощо отримання дослідницького гранту веде до підвищення рейтингу науковця в загальній структурі наукового поля [16].

Для учасників проектної діяльності перевагами участі в грантових програмах є зазначені на рис. 1.

Формування проекту починається з формування ідеї, яка виникає як реакція на будь-яку проблему, що потребує вирішення. Основні етапи підготовки проекту на грантову програму подані на рис. 2.

Сьогодні грантова активність виходить зі сфери виключно індивідуального інтересу самих науковців і все більше становить значний інтерес для керівництва організацій, співробітниками яких вони є. По-перше, деяка частка грантів, яка варіюється залежно від внутрішніх правил та статутних умов організацій, надходить до бюджету університетів і дослідницьких інститутів з метою підтримки й розвитку інфраструктури, за-

безпечення інших потреб. По-друге, у низці країн успішність наукових організацій у залученні конкурсного фінансування є одним з основних критеріїв оцінки їх результативності, який використовується під час розподілу бюджетних коштів, що виділяються на науку. По-третє, кількість отриманих грантів є важливим компонентом престижу університету, його наукової репутації. Усі ці фактори спонукають керівництво університетів посилювати тиск на дослідників і стимулювати їх участь у грантових конкурсах [12].

Чим більше грантів має ЗВО, тим вищий його рейтинг в освітньо-науковому просторі. Цьому сприяють досягнуті в результаті такої проектно-грантової діяльності ключові показники: публікація статей у виданнях, які індексуються у SCOPUS та WoS, захищені докторські та кандидатські дисертації, отримані патенти України на винаходи, авторські свідоцтва на наукові твори тощо. До прикладу, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (далі – ПНУ) займає станом на 2019 рік у національних та міжнародних рейтингах вузів України такі позиції:

1) Консолідований рейтинг університетів України:

16 позиція у загальному рейтингу;

8 позиція серед класичних університетів;



Рис. 2. Алгоритм підготовки проектів для отримання фінансування

Джерело: розробка авторів

4 позиція серед класичних університетів західного регіону України.

2) Рейтинг у наукометричній базі “Scopus”: 13 позиція.

3) Рейтинг наукометричної системи SCImago Institutions Rankings:

1 позиція серед усіх вітчизняних закладів вищої освіти;

2 позиція серед наукових організацій України [17].

У загальному проектну діяльність ПНУ, як і інших ЗВО України, зважаючи на вплив секторальних реформ, що відбуваються в державі, можна структурувати таким чином:

– держбюджетні теми щодо фундаментальних досліджень;

– держбюджетні теми щодо прикладних розробок;

– госпдоговірні теми;

– грантові проекти, програми (в т.ч. “Горизонт – 2020” – Рамкова програма Європейського Союзу з фінансування науки та інновацій);

– проекти партнерства/мобільності (нд., ЕРАЗМУС+);

– проекти регіонального/місцевого розвитку.

Якщо зважати на аналітику щодо проектної діяльності, яка є доступною у більшості публічних інформаційних джерелах, то, на жаль, вона у переважній більшості демонструє результативні показники та інформацію щодо обсягів фінансування на фундаментальні та прикладні науково-дослідні розробки (проекти), більшість з яких виконуються за державної підтримки (рис.3).

Дослідити, а тим більше, провести аналіз впливу конкретних проектів ЗВО в розрізі їх типів та джерел фінансування, а також їх результатів на показники всіх видів діяльності закладу, що сприяють досягненню високих позицій у рейтингах та підвищенню рівня його конкурентоспроможності, зазвичай не вдається через брак інформації та відсутність цілісної картини проектної діяльності в освітній установі.

Водночас ПНУ розпочав структурування власної проектної діяльності та удосконалення стратегічного планування свого розвитку, розробляючи і застосовуючи на практиці власний підхід у рамках реалізації діючого проекту “Створення проектно-освітнього центру розвитку інновацій та інвестицій в регіоні”. Проект став першим проектом регіонального розвитку, що виконується ЗВО за секторальної бюджетної підтримки. Це джерело фінансування має таку особливість – воно здійснюється за кошти державного бюджету, отриманих від Європейського Союзу. Таким чином, відбувається поєднання внутрішніх вітчизняних та міжнародних умов та процедур проектно-грантової діяльності.

Зважаючи на власний класифікаційний підхід (м’які / соціальні; тверді (інфраструктурні) / інвестиційні; дослідницькі / інноваційні; проекти індивідуальної мобільності / партнерства; міжнародні / транскордонні, проекти регіонального / місцевого розвитку) [18] перші емпіричні дослідження дали змогу отримати таку інформацію щодо результатів проектної діяльності в університеті.

За останні 10 років ЗВО постійно посилював власну проектну спроможність від 1-2-ох діючих проектів до понад 40 різноманітних за типами, за строками початку та тривалості реалізації, за джерелами фінансування, за формою участі (грантхолдер/партнер), за приналежністю до певної галузі знань або міжгалузевих.

Слід зауважити, що активізація та диверсифікація проектної діяльності почала здійснюватися з 2015 року (рис.4), коли університет став партнером за двома м’якими, інноваційними, міжнародними проектами в рамках програми Еразмус + КА2 (GameHub, GeSt), що реалізуються у сфері ігрової індустрії, гендерних студій та дослідницьким проектом в галузі права за фінансової підтримки Вишеградського фонду (Company Law of Visegrad Group States) [19].

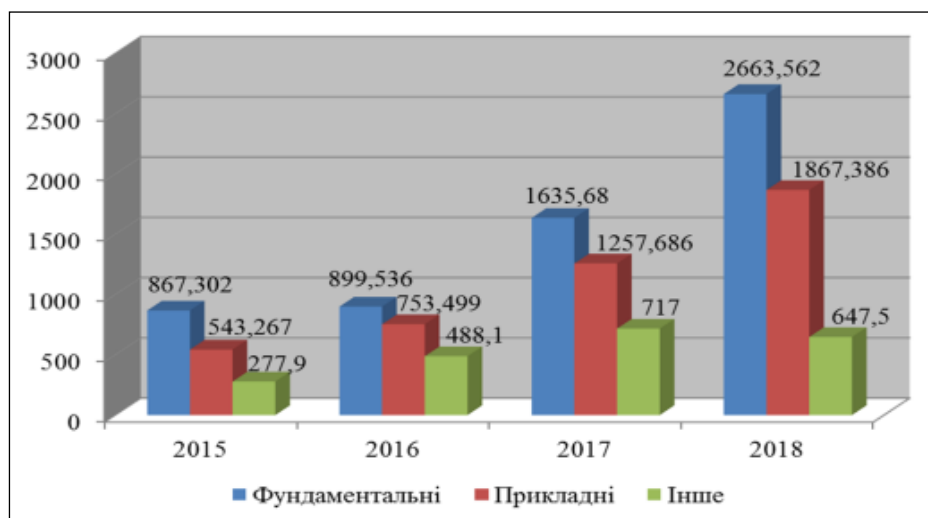


Рис. 3. Динаміка фінансування досліджень ПНУ за кошти державного бюджету, тис. грн.

Джерело: Звіт про НДР ПНУ за 2019 рік



Рис. 4. Динаміка активізації проектної діяльності в ПНУ*

*Складено на основі первинних даних університету станом на липень 2019 року. Не враховано незаконфр-актовані проекти та подані на конкурси проекти, за якими ще офіційно не оприлюднені результати.

Формування позитивної й успішної проектної історії сприяло нарощенню проектного потенціалу, розширенню проектної діяльності у наступних роках. У середньому тривалість реалізації проектів становить до трьох років, винятком є проекти “Гірська школа: стан, проблеми, перспективи розвитку” (2006–2022 рр.) та Міжнародний архітектурний проект відбудови астрономічно-метеорологічної обсерваторії на горі Піп Іван, фінансування якого триває з 2011 року.

Варто зауважити, що вже у 2017 році вперше в історії українських ЗВО Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника став грантхолдером за програмою Еразмус+КА2 в рамках міжнародного проекту “Модернізація педагогічної вищої освіти з використанням інноваційних інструментів викладання” (MoPed), що дало можливість вийти на новий рівень в управлінні проектами.

Ще однією особливістю проектної діяльності університету стало спрямування її векторів у проекти регіонального та місцевого розвитку, які фінансуються в рамках програми секторальної бюджетної підтримки Євросоюзу, прямого фінансового забезпечення від Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Програми польського співробітництва з розвитку “Polska Pomoc” Міністерства закордонних справ Республіки Польща та за рахунок міської цільової програми “Партиципаторне бюджетування (бюджет участі) у м. Івано-Франківську”.

Активізація глобалізаційних процесів зумовлює необхідність інтенсифікації наукових зв’язків із зарубіжними країнами. Значним ресурсом розвитку фундаментальних та прикладних досліджень має стати активізація співпраці з технологічно розвинутими країнами світу. Для переведення національної економіки на інноваційний шлях розвитку необхідно активізувати проведення прикладних досліджень і

розробок, результати яких можуть бути безпосередньо використані у виробничому процесі.

Висновки. У сучасних умовах все більше уваги необхідно приділяти управлінню конкурентоспроможності ЗВО. Основними складовими, які її забезпечують, є активізація науково-педагогічного потенціалу у проектній діяльності із залученням талановитих студентів. Одними з перспективних шляхів удосконалення системи фінансування проектів ЗВО є залучення донорських коштів через участь у різноманітних грантових програмах.

Національна система вищої освіти України має значний потенціал для свого розвитку, більш продуктивне використання якого за відповідної грантової підтримки може стати фундаментом для становлення в нашій країні конкурентоспроможних університетів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Labas Istvan, Darabos Eva, Nagy Tunde Orsolya. Competitiveness – higher education. *Studia Universitatis “Vasile Goldis” Arad. Economics Series*. 2016. Vol 26. Issue 1. P. 11–25. DOI: 10.1515/sues-2016-0002
2. Tarasenko I. O., Nefedova T. M. Innovative development as the key factor to increase competitiveness of Ukrainian higher education institutions. *Trends and mechanisms providing economic security of European education under the conditions of globalization* : collective scientific monograph / under the editing I.M. Gryshchenko, I.O. Tarasenko, A.O. Kasych, M.I. Skrypyuk. Agharta Science Publishing House, Szczecin, Poland, 2018. P. 108–115.
3. Natalia Kireeva, Elena Slepenskova, Tatyana Shipunova, Roman Iskandaryan. Competitiveness of higher education institutions and academic entrepreneurship. *Revista ESPACIOS*. 2018. Vol. 39(23). P. 15.
4. Veronica Prisacaru, Alina Caradja. Factors of competitiveness of the higher education institutions of the Republic of Moldova under conditions of marketization of professional education. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering*

- in Agriculture and Rural Development*. 2018. Vol. 18. Issue 2. P. 367–374.
5. Босак О.В. Фактори конкурентоспроможності вищих навчальних закладів в системі формування економіки знань. *Регіональна економіка* 2008. № 4. С. 223
 6. Сазик В.І. Ключові фактори становлення конкурентоспроможних університетів. *Економіка України*. 2013. № 5(618). С. 75–90.
 7. Satsyk Volodymyr. Global Competitiveness of Universities: Key Determinants and Strategies (International and Ukrainian cases). *Academia*. URL: https://www.academia.edu/10233950/Global_Competitiveness_of_Universities_Key_Determinants_and_Strategies_International_and_Ukrainian_cases (дата звернення: 10.08.2019).
 8. Кравченко К.В. *Управління конкурентоспроможністю вищого навчального закладу*. Науковий вісник Донбасу. 2011. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2011_3_17 (дата звернення: 10.08.2019).
 9. Другов О.О., Сухаревич В.Т. Удосконалення фінансового забезпечення сфери науки в Україні. Управління у сферах фінансів, страхування та кредиту : тези доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції, 18-21 листопада 2009 року, присвяченої 165-річчю Національного університету “Львівська політехніка” та 15-річчю Кафедри фінансів. Львів : Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2009. С. 80–82. URL: <http://ena.lp.edu.ua> (дата звернення: 19.08.2019).
 10. Кужелев М.О. Сучасний стан фінансування української науки: проблеми та перспективи. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 13, ч. 3. С. 129–131. (дата звернення: 19.08.2019).
 11. Пурій Г.М. Фінансування наукової діяльності як необхідна умова соціально-економічного розвитку держави. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Сер. : Економічні науки. 2014. Вип. 5(3). С. 243–246. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_5\(3\)_62](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_5(3)_62) (дата звернення: 10.08.2019).
 12. Сбруєв М. Г. Технології грантового супроводу науково-дослідних проєктів в університетах США. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2015. № 3(47). URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/pednauk_2015_3_19%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/pednauk_2015_3_19%20(1).pdf) (дата звернення: 10.08.2019).
 13. Шевченко Н. Міжнародна грантова підтримка наукових досліджень в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка у 2008–2011 рр. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Історія*. 2013. Вип. 2. С. 63–67. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_ist_2013_2_20 (дата звернення: 19.06.2019).
 14. Стрельцова Е. А. Исследовательские гранты: социологический анализ понятия. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2014. № 7(45). С. 186–188.
 15. Стрельцова Е.А. Негативные последствия грантозависимости современной науки. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика*. 2014. Вип.1. С. 166–176.
 16. NSF-funded Nobel Prize winners in science through 2014. URL: https://www.nsf.gov/news/news_summ.jsp?cntn_id=100683 (дата звернення: 19.06.2019).
 17. Scimago institutions rankings URL: <https://www.scimagoir.com/rankings.php?country=UKR&fbclid=IwAR1cBC6c9XRbKPAml1UtwM5pUMbbMIWwVvk0pX0rL4wi8z1r8xhsvsXObzc> (дата звернення: 10.11.2019).
 18. Офіційний сайт Проектно-освітнього центру “Агенти змін” Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника. URL: <http://agentyzmin.pnu.edu.ua/ua> (дата звернення: 19.11.2019).
 19. Відділ управління проєктами. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. URL: <https://projects.pnu.edu.ua/> (дата звернення: 19.06.2019).

REFERENCES:

1. Labas Istvan, Darabos Eva, Nagy Tunde Orsolya (2016) Competitiveness – higher education. *Studia Universitatis “Vasile Goldis” Arad. Economics Series*, vol. 26, issue 1, p. 11–25. DOI: 10.1515/sues-2016-0002
2. Tarasenko I.O., Nefedova T.M. (2018) Innovative development as the key factor to increase competitiveness of Ukrainian higher education institutions. *Trends and mechanisms providing economic security of European education under the conditions of globalization* : collective scientific monograph, ed. I.M. Gryshchenko, I.O. Tarasenko, A.O. Kasych, M.I. Skrypnyk. Agharta Science Publishing House, Szczecin, Poland, pp. 108–115.
3. Kireeva Natalia, Slepikova Elena, Shipunova Tatiana, Iskandarian Roman (2018) Competitiveness of higher education institutions and academic entrepreneurship. *Revista ESPACIOS*, vol. 39(23), pp. 15.
4. Prisacaru Veronica, Caradja Alina (2018) Factors of competitiveness of the higher education institutions of the Republic of Moldova under conditions of marketization of professional education. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, vol. 18, issue 2, pp. 367–374.
5. Bosak O.V. (2008) Faktory konkurentospromozhnosti vyshchykh navchalnykh zakladiv v systemi formuvannia ekonomiky znan [Factors of competitiveness of higher education institutions in the system of knowledge economy formation]. *Rehionalna ekonomika* [Regional Economy], no. 4, pp. 223. (in Ukrainian)
6. Satsyk V.I. (2013) Kliuchovi faktory stanovlennia konkurentospromozhnykh universytetiv [Key Factors for Becoming Competitive Universities]. *Ekonomika Ukrainy* [Economy of Ukraine], no. 5(618), pp. 75–90. (in Ukrainian)
7. Satsyk Volodymyr. Global Competitiveness of Universities: Key Determinants and Strategies (International and Ukrainian cases). Available at: https://www.academia.edu/10233950/Global_Competitiveness_of_Universities_Key_Determinants_and_Strategies_International_and_Ukrainian_cases (accessed 10 August 2019).
8. Kravchenko K.V. (2011) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu vyshchoho navchalnoho zakladu [Managing the competitiveness of a higher educational establishment]. *Naukovyi visnyk Donbasu* [Donbass Scientific Bulletin], no. 3. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2011_3_17 (accessed 10 August 2019). (in Ukrainian)
9. Drugov O.O., Sukharevych V.T. (2009) Udokonalennia finansovoho zabezpechennia sfery nauky v Ukraini [Improvement of the financial support of the field of science in Ukraine] Tezy dopovidei II Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii “Upravlinnia u sferakh finansiv, strakhuvannia ta kredytu” [Abstracts of the Second All-Ukrainian Scientific and Practical Conference “Management of Finance, Insurance and Credit”], 2009, pp. 80–82. Available at: <http://ena.lp.edu.ua> (accessed 19 August 2019).

10. Kuzheliev M.O. (2015) Suchasnyi stan finansuvannia ukrainskoi nauky: problemy ta perspektyvy [The current state of financing of Ukrainian science: problems and prospects]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Kherson State University], vol. 13, part 3, pp. 129–131 (accessed 19 August 2019). (in Ukrainian)
11. Puri H.M. (2014) Finansuvannia naukovoï diialnosti yak neobkhidna umova sotsialno-ekonomichnoho rozvytku derzhavy [Financing of scientific activity as a necessary condition for socio-economic development of the state]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ser.: Ekonomichni nauky* [Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences], vol. 5(3), pp. 243–246. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_5\(3\)_62](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_5(3)_62) (accessed 10 August 2019). (in Ukrainian)
12. Sbruiev M.H. (2015) Tekhnolohii hrantovoho suprovodu naukovykh doslidnykh proektiv v universytetakh SSHA [Technologies of Grant Support for Research Projects at US Universities] *Pedahohichni nauky: teoriia, istoriia, innovatsiini tekhnolohii* [Pedagogical Sciences: Theory, History, Innovative Technologies], no. 3(47). Available at: [file:///C:/Users/User/Downloads/pednauk_2015_3_19%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/pednauk_2015_3_19%20(1).pdf) (accessed 10 August 2019). (in Ukrainian)
13. Shevchenko N. (2013) Mizhnarodna hrantova pidtrymka naukovykh doslidzhen v Kyivskomu natsionalnomu universyte-ti imeni Tarasa Shevchenka u 2008–2011 rr. [International Grant Support of Scientific Research at Taras Shevchenko National University of Kyiv in 2008–2011]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Istoriiia* [Bulletin of the Taras Shevchenko Kyiv National Universit. History], issue 2, pp. 63–67. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ist_2013_2_20 (accessed 19 August 2019). (in Ukrainian)
14. Strel'tsova E.A. (2014) Issledovatel'skie granty: sotsiologicheskii analiz ponyatiya [Research grants: sociological analysis of the concept] *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* [Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art studies. Questions of theory and practice], no. 7(45), pp. 186–188. (in Russian)
15. Strel'tsova E.A. (2014) Negativnye posledstviya grantozavisimosti sovremennoy nauki. [Negative consequences of grande dependence of modern science.] *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 12. Psikhologiya. Sotsiologiya. Pedagogika* [Bulletin of St. Petersburg University. Series 12. Psychology. Sociology. Pedagogy], issue 1, pp. 166–176. (in Russian)
16. NSF-funded Nobel Prize winners in science through 2014. Available at: https://www.nsf.gov/news/news_summ.jsp?cntn_id=100683 (accessed 19 August 2019).
17. Scimago institutions rankings. Available at: <https://www.scimagoir.com/rankings.php?country=UKR&fbclid=IwAR1cBC6c9XRbKPAmL1UtwM5pUMbbMIWwVvk0pX0rL-4wi8z1r8xhsvsX0bzc> (accessed 10 August 2019).
18. Official site of the Project-Educational Center of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University "Agents of Changes". URL: <http://agencyzmin.pnu.edu.ua/en> (accessed 19 November 2019).
19. Project Management Division. Vasyl Stefanyk Precarpathian National University Available at: <https://projects.pnu.edu.ua/> (accessed 19 August 2019).

УДК 005.95/.96:005.342

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-29>**Леміш К.М.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Бердянського державного педагогічного університету***Черемісіна Т.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Бердянського державного педагогічного університету***Буланкіна О.Ю.***студентка магістратури
Бердянського державного педагогічного університету***Lemish Kateryna***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Associate Professor at Department of Management and Administration
Berdiansk State Pedagogical University***Cheremisina Tetiana***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Associate Professor at Department of Management and Administration
Berdiansk State Pedagogical University***Bulankina Oleksandra***Master's Student
Berdiansk State Pedagogical University*

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

IMPROVEMENT OF HUMAN CAPITAL MANAGEMENT ORGANIZATION

АНОТАЦІЯ

У новій економіці більш успішними виявляються підприємства з високим і стійким інтелектуальним капіталом, а не з виробничими потужностями. З огляду на те, що більшість ринків сьогодні знаходиться на тій стадії розвитку, де висока конкуренція за зниженого споживчого попиту, де вже не працюють агресивні маркетингові стратегії, актуальним стає сервіс і персональний підхід до споживача. Соціально-економічний розвиток сприяв формуванню уявлення про людину як про об'єкт найбільш ефективних вкладень та як про суб'єкт, який перетворює їх у сукупність знань та вмінь з метою їх подальшої реалізації. Цей факт зумовив появу поняття «людський капітал». На сучасному етапі на більшості підприємств виникає гостра необхідність удосконалення механізму формування та використання людського капіталу підприємства. Людський капітал є головною цінністю сучасного суспільства, а також базовим фактором економічного зростання. Інноваційна модель економічного розвитку, рушійними силами якого все більше стають нові знання, творчий та інтелектуальний потенціал людини і суспільства, робить людський капітал стратегічним ресурсом конкурентної боротьби.

Ключові слова: людський капітал, інноваційна економіка, управління людським капіталом, інноваційний розвиток.

АННОТАЦИЯ

В новой экономике более успешными окажутся предприятия с высоким и устойчивым интеллектуальным капиталом, а не с производственными мощностями. Учитывая то, что большинство рынков сегодня находится на той стадии развития, где интенсивная конкуренция при пониженном потребительском спросе, где уже не работают агрессивные маркетинговые стратегии, актуальным становится сервис и персональный подход к потребителю. Социально-экономическое развитие способствовало формированию представления о человеке как об объекте наиболее эффективных вложений и как о суб-

екте, который превращает их в совокупность знаний и умений с целью их дальнейшей реализации. Данный факт обусловил появление понятия «человеческий капитал». На современном этапе на большинстве предприятий возникает острая необходимость совершенствования механизма формирования и использования человеческого капитала. Человеческий капитал является главной ценностью современного общества, а также базовым фактором экономического роста. Инновационная модель экономического развития, движущими силами которого все больше становятся новые знания, творческий и интеллектуальный потенциал человека и общества, делает человеческий капитал стратегическим ресурсом конкурентной борьбы.

Ключевые слова: человеческий капитал, инновационная экономика, управление человеческим капиталом, инновационное развитие.

ANNOTATION

In the new economy, enterprises with high and stable intellectual capital, rather than with production capacities, will be more successful. Given that most markets today are at a stage of development where there is high competition with reduced consumer demand, where aggressive marketing strategies are no longer working, service and a personal approach to the consumer are becoming relevant. Socio-economic development contributed to the formation of the idea of a person as an object of the most effective investments and as a subject that turns them into a set of knowledge and skills for the purpose of their further implementation. This fact led to the emergence of the concept of «human capital». Human capital is a combination of natural abilities, acquired knowledge, skills, skills in the process of production activities, as well as mobility, motivation and physical state of man. In other words, human capital is a set of competences that is expedient to be used by a person in one or another area of social reproduction and contributes to the growth of labor productivity and production efficiency. Analyzing the importance of human capital, we can conclude that it is the main value of

society, a determinant of sustainable development, economic and innovative growth, because the competitive advantages of economic systems are largely achieved not through natural resources, but through knowledge, information, innovation, the source of which is the person. At the present stage in most enterprises there is an urgent need to improve the mechanism of formation and use of human capital. The mechanism of human capital management in the organization is considered. The concept of human capital management in the conditions of innovative development is investigated. The feasibility of investing in human capital development is substantiated. The method of calculating the efficiency of using human capital in the tourism enterprise is considered. Human capital is the main value of modern society, as well as the basic factor of economic growth. An innovative model of economic development, the driving forces of which are increasingly becoming new knowledge, the creative and intellectual potential of man and society, makes human capital a strategic resource for competition.

Key words: human capital, innovative economy, management of human capital, innovative development.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На всіх етапах існування підприємству необхідно мати персонал, який буде в змозі впоратися із його поточним завданнями. Проте із розвитком провідних країн світу та формуванням нової економіки – економіки знань, інновацій, нових технологій та інформаційних систем, виникає гостра потреба в наявності висококваліфікованого трудового персоналу, який буде здатен впоратися із завданнями будь-якої складності. Саме тому питання навчання спеціалістів, створення необхідних умов для формування людського капіталу є ключовими в діяльності будь-якої організації. Адже персонал є її рушійною силою та робить неможливим оптимальне використання та функціонування інших компонентів господарської системи своєї відсутністю.

Наразі за часи виникнення інформаційної революції відбувається зміна співвідношення між фізичним та людським капіталом. Фізичний капітал здебільшого втрачає свої лідерські позиції серед конкурентних переваг підприємства та галузі. А людський – стає головним та важливим фактором розвитку, завдяки його здібності перетворення інформації в знання. Внаслідок розвитку наукової думки та зміни ролі людини в процесі виробництва, виникає потреба розвитку та вдосконалення людських здібностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам управління, розвитку та ефективного використання людського капіталу присвячені праці багатьох учених, таких як Т. Шульц, Г. Беккер, Е. Денісон, Р. Солоу, Дж. Кендрік, С. Кузнець, С. Фабрикант, І. Фішер, Р. Лукас, які зробили значний внесок у розвиток сучасної теорії людського капіталу.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте огляд публікацій з цього питання свідчить про недостатність розкриття сутності та напрямів удосконалення управління людським капіталом в сучасних умовах господарювання. Маловивченими залишаються питання розвитку та удосконалення управління людським капіталом в умовах інноваційної економіки.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення та обґрунтування напрямів удосконалення управління людським капіталом у системі управління організацією в умовах інноваційного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах переходу до інноваційної економіки роль людського капіталу все більше активізується та стає основоположною в цьому процесі. Оскільки відбувається активне та систематичне оновлення науки та техніки, зростає необхідність наявності відповідних знань, навичок та вмінь, творчого підходу, готовність приймати рішення в нестандартних умовах. Незалежно від рівню розвитку держави, її економіки та науково-технічного прогресу, існування будь-яких процесів було б неможливим без головного елемента – людини.

У сучасному суспільстві визначальними засобами праці стали інформація і знання. Тому інтелектуальні ресурси стали об'єктом дослідження в економічних теоріях з метою пошуку найбільш ефективного чинника інноваційного розвитку.

На відміну від природних фізичних можливостей, які є обмеженими, людина володіє ще інтелектуальними, які є необмеженими та потребують постійного розвитку. Згідно з теорією творчості, яка має ще другу назву – теорія винахідницьких задач, будь-яка технічна система являє собою сукупність елементів: робочого органу, двигуна та органу управління.

Історія виникнення поняття людського капіталу бере свій початок у розвитку історії економічної думки. Одне із перших його формувань було виявлено в «Політичній арифметиці» У. Петті [1], пізніше воно було відображено в «Багатстві народів» А. Сміта [2], «Принципах» А. Маршалла [3], і роботах багатьох інших вчених. Формування теорії людського капіталу як самостійного розділу економічного аналізу відбулося в другій половині ХХ століття [4]. Одним із її засновників був відомий американський економіст Т. Шульц, який зробив дуже значний внесок у становлення, розвиток та популяризацію теорії наукового капіталу у суспільстві [5]. Т. Шульц найбільше значення надавав інвестиціям в людину, адже вважав їх основними результатами накопичення здібностей людини до праці, їх ефективну творчу діяльність в суспільстві, підтримання здоров'я і т.п. Також Т. Шульц зазначав, що людський капітал має здатність накопичуватися та відтворюватися.

Людський капітал – це сукупність знань, навичок та вмінь людини, які вона використовує для задоволення власних потреб та суспільства в цілому.

У сучасних умовах підприємствам необхідно мати працівників, що володіють необхідними знаннями, вміннями, навичками, які дозволять пристосовуватися до умов господарювання, що динамічно змінюються, застосовувати інноваційні підходи до вирішення широкого комплексу

економічних завдань. Потенціал розвитку працівника характеризується можливою динамікою збільшення його індивідуального людського капіталу, який впливає на швидкість освоєння інновацій. Важливо відзначити, що потенціал розвитку працівників розкривається тільки при реалізації конкретних інновацій, які можуть по-різному відповідати цілям стратегічного розвитку підприємства. Інноваційна поведінка працівників значною мірою зумовлює результати здійснення інновацій, темп інноваційного розвитку групи, підрозділів, підприємства, компанії, регіону, суспільства і держави [6].

Основними сутнісними характеристиками людського капіталу є:

а) певний запас знань, навичок та інших продуктивних якостей і здібностей людини, що є результатом інвестицій в людину;

б) цей запас знань людини існує потенційно і реалізується в тій чи іншій сфері суспільного відтворення шляхом його включення в процес суспільної праці. Накопичений запас знань є основою зростання продуктивності праці і виробництва, основою економічного зростання країни;

в) доцільно використовуючи накопичений запас знань, працівник отримує відповідний дохід у вигляді заробітної плати, а суспільство – у вигляді національного доходу. Чим ефективніше використовується людський капітал, тим більше повинні зростати доходи працівника і суспільства в цілому;

г) підвищення доходів працівника і суспільства має стимулювати їх до подальшого накопичення нових запасів знань, навичок і досвіду, шляхом інвестування в людський капітал.

Класифікація людського капіталу являє собою три рівні його існування: мікрорівень – індивідуальний людський капітал, який представляє собою капітал конкретної людини, мезорівень – капітал підприємства, який дозволяє оцінити людський капітал в межах окремого підприємства або організації, а також макрорівень – національний людський капітал, що визначається у межах держави в цілому.

У вузькому сенсі вартість індивідуального людського капіталу можна описати через формулу 1:

$$LK_i = Z_i + V_i + D_i + I_i, \quad (1)$$

де Z_i – знання людини;

V_i – вміння людини;

D_i – досвід людини;

I_i – ініціативи людини.

Людський капітал організації можна представити як суму індивідуального капіталу всіх працівників підприємства (формула 2):

$$LK_o = \sum_{i=1}^n LK_i, \quad (2)$$

І.В. Іллінський виділяє в складі людського капіталу «капітал освіти, капітал здоров'я і капітал культури» [6, с. 187].

О.В. Ванкевич виділяє «освіту і професійну підготовку, інформованість; фізіологічні характеристики особистості і стан здоров'я; профе-

сійну і географічну мобільність; психологічні характеристики особистості, рушійні потреби, мотивацію, цінності» [7, с. 17].

Ф.Л. Нойманн до основних складових частин людського капіталу відносить комбінацію таких чотирьох компонентів, як: культурно-етнічні особливості; загальна освіта; професійна освіта; ключові кваліфікаційні якості [8, с. 98].

Найбільш узагальненим підходом до визначення складових людського капіталу є підхід Ю.Г. Биченко, згідно з яким структурно людський капітал виглядає таким чином [9]:

– біологічний людський капітал – ціннісний рівень фізичних здібностей до виконання трудових операцій, рівень здоров'я населення;

– культурний людський капітал – сукупність інтелектуальних здібностей, освіченості, умінь, навичок, моральних якостей, кваліфікаційної підготовки індивідів, які використовуються або можуть бути використані в трудовій діяльності і узаконюють володіння статусом і владою.

Поняття управління людським капіталом спочатку було лише одним з напрямків загального управління всіма ресурсами підприємства, на відміну від питань найму персоналу та максимізації продуктивності праці, які були пріоритетними. Згодом людський капітал став сприйматися, як фактор інноваційного розвитку, збільшення ефективності діяльності, який включає в себе спеціальні знання, професійні вміння та навички учасників (господарюючих суб'єктів) даної системи, інструмент управління такою та інтелектуальною праці, середовище трудової діяльності працівників, які в сукупності призводять до ефективного та раціонального функціонування людського капіталу [10].

Людський капітал є також інструментом та засобом вирішення багатьох проблем розвитку підприємства. Завдяки постійному застосуванню нових підходів до його управління, формування та розвитку людського капіталу збагачує механізм управління та дає можливість підприємству успішно вирішувати багато проблем науково-технічного прогресу, підвищення конкурентоздатності підприємства, використання нових сучасних технологій, підвищення ефективності й продуктивності.

Одним із напрямків розширення та поглиблення розуміння сутності людського капіталу є значення та вплив інвестицій в людину [1]. Серед найважливіших аспектів, що потребують інвестицій та витрат, слід виокремити:

– освіту, підготовку та перепідготовку кадрів на виробництві;

– науку, включаючи витрати на дослідження і розробки;

– інноваційні витрати, в тому числі на технологічні інновації, стимулювання інноваційної діяльності та створення інтелектуальної власності;

– здоров'я, включаючи витрати на охорону здоров'я, екологію і фізичну культуру;

– мобільність і культуру.

У сучасних умовах розвитку ринку все більшого значення набуває інноваційна діяльність підприємств. Це викликано тим, що вище керівництво прагне до освоєння нових технологій виробництва і тенденцій управління для того, щоб модернізувати і вдосконалити діяльність фірми в цілому. На перший план висувається творчий потенціал людини, її знання та професіоналізм, людський капітал стає головним фактором інноваційного виробництва, без якого його технічний і економічний прогрес неможливий незалежно від того, які обсяги коштів інвестовані у виробниче обладнання й технологію.

Інноваційний розвиток стає неможливим без використання людських ресурсів підприємства, однак багато з них не завжди мають необхідну організаційну структуру для здійснення ефективного управління та розвитку.

Механізм управління людським капіталом можна представити, як послідовність управлінських впливів, що складається з наступних етапів:

- оцінка зовнішніх факторів, розробка стратегії;
- планування та проектування трудових процесів;
- формування, накопичення та відтворення людського капіталу;
- оцінка ефективності та результативності інвестицій в людський капітал.

Етап формування, накопичення та відтворення людського капіталу є найбільш тривалим. Відповідно до цього можна виокремити наступні методи та технології управління:

- об'єднання цілей окремих працівників із загальним цілями організації;
- створення умов для особистісного росту кожного з працівників для успіху спільної роботи;
- створення відповідної системи навчання, підвищення кваліфікації та стимулювання інноваційної діяльності працівників;
- створення капіталу здоров'я та його постійне підтримання, завдяки інвестиціям в нього;
- використання мотивуючих факторів в роботі, створення та підтримка сприятливого соціально-психологічного клімату та творчого настрою в колективі;
- формування корпоративної культури, цінностей та позитивного іміджу підприємства;
- розроблення критеріїв оцінки та виплата відповідної їй винагороди, стимулююча персональний розвиток, інноваційну активність та примноження досвіду роботи.

Ефективність використання людського капіталу організації можна визначити на основі низки параметрів:

- обсяг і завантаженість робочого часу;
- обсяг і якість виконаної роботи;
- узгодженість дій співробітника з діями інших робітників.

Їх можна визначити іншими параметрами, такими як:

- наявність оптимального обсягу знань і оптимальних навичок виконання певних дій;
- оптимальний рівень енергії (нагнення), матеріальне і нематеріальне стимулювання, якість життя співробітника (здоров'я спосіб життя, правильне харчування, вміння відпочивати і т.п.), а також умови роботи.

Номінальну річну величину людського капіталу підприємства можна визначити за вартістю праці всього персоналу на базі нормативної чисельності за формулою 3:

$$K_n = \mathcal{C}_n * (\Phi_o + \Phi_m + B_p + B_n) / \mathcal{C}_\phi, \quad (3)$$

де K_n – номінальна величина людського капіталу;

- \mathcal{C}_n – нормативна чисельність працівників;
- Φ_o – фактичне або планове значення річного фонду оплати праці персоналу підприємства;
- Φ_m – фактичне значення річного фонду матеріального заохочення праці працівників підприємства, якщо він передбачений в окремому вигляді;
- B_p – річні витрати на оплату та заохочення праці працівників підприємства з інших джерел фінансування;
- B_n – річні витрати на навчання, перепідготовку, підвищення кваліфікації всіх категорій працівників на підприємстві;
- \mathcal{C}_ϕ – фактична сумарна середньорічна чисельність всіх категорій персоналу підприємства. Завідомо передбачається, що фонди Φ_o і Φ_m протягом звітного року витрачаються повністю.

В таблиці 1 представлені річні витрати на оплату праці підприємства ТОВ «Глобус», на основі яких визначено номінальну річну величину людського капіталу з урахуванням вартості праці всього персоналу.

В таблиці 1 представлені річні витрати на оплату праці підприємства ТОВ «Глобус», на основі яких визначено номінальну річну величину людського капіталу з урахуванням вартості праці всього персоналу.

$$K_n = 5 \times (338400 + 145020 + 38678) / 5 = 522098 \text{ грн./рік.}$$

Водночас поточний людський капітал одного працівника ТОВ «Глобус», виходячи із середньої заробітної плати за конкретний проміжок часу, було визначено за формулою 4.

$$ПЛК = W_1/(1+r) + W_2/(1+r)^2 + W_n/(1+r)^n, \quad (4)$$

де W_1 – середня заробітна плата на підприємстві за рік;

n – розрахунковий період ($n = 2$);

r – ставка дисконтування ($r = 26$).

Таблиця 1

Річні витрати на оплату праці на підприємстві ТОВ «Глобус»

Нормативна чисельність працівників	Фактична середньорічна чисельність персоналу	Фактичне значення річного фонду оплати праці	Річні витрати на заохочення праці співробітників	Річні витрати на навчання, перепідготовку працівників
5	5	338400	145020	38678

$$\begin{aligned}
 ПЛК &= 80844 / (1 + 0,26) + 96696 / \\
 &/ (1 + 0,26)^2 = 80844 / 1,26 + 96696 / 1,59 = \\
 &= 64162 + 60815 = 124977 \text{ грн.}
 \end{aligned}$$

Результати кількісного визначення людського капіталу ТОВ «Глобус» за кожним працівником окремо – менше показника поточного людського капіталу. Це свідчить про необхідність подальшого активного розвитку працівників та використання сучасних методів управління з метою підвищення та примноження їх людського капіталу.

На сучасному етапі існування прогресивних методів управління і розвитку персоналу спостерігається їх значний вплив на людський капітал, що сприяє більшій рентабельності інвестицій в нього. Такий вплив є більш значущим, ніж від нових технологій і розробок, конкурентної стратегії або ініціативи щодо підвищення якості роботи, що дозволяють успішно наймати і утримувати персонал тим компаніям, які виявляють гнучкість і використовують інновації у своїй PR-політиці.

Функціонування складових інтелектуального капіталу можливе лише у взаємозв'язку з людиною, оскільки їх застосування відбувається завдяки знанням та вмінням людини. В свою чергу неналежне інвестування в людський капітал, недооцінка роботи працівників мають негативний вплив та призводять до знецінення інтелектуального капіталу підприємства. Таким чином інтелектуальний капітал слід розглядати як суму соціального та індивідуального капіталів.

Найважливішими напрямками удосконалення формування людського капіталу на рівні підприємства є наступні: зміна ставлення до людських ресурсів як до найбільш цінних активів підприємства, що забезпечують формування його конкурентних переваг; витрати на розвиток персоналу – це перш за все довгострокові інвестиції в людський капітал, а не витрати; розвиток персоналу повинен відбуватись в межах обраної стратегії розвитку підприємства.

Цілеспрямоване формування і розвиток людського капіталу певного виду збагачує механізм управління і тим самим дозволяє успішно вирішувати багато проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності фірми, використанням нових сучасних технологій, зростанням ефективності та продуктивності виробництва [8].

Висновки. Дослідження показало, що людський капітал, його розвиток та збагачення є головним напрямом роботи в діяльності будь-якої організації. Людський капітал являє собою певний набір компетенцій, які використовує людина для зростання продуктивності праці та ефективності виробництва в будь-якій сфері її діяльності.

Встановлено, що вдосконаленню управління та розвитку людського капіталу повинна приділятися увага на будь-якому підприємстві, незалежно від його розмірів, організаційної структури, виду діяльності та галузі функціонування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гловели Г.Д. История экономических учений : учеб. пособие для бакалавров. М. : Юрайт, 2013. 777 с.
2. Смит А. Исследование О природе и причинах богатства народов. М. : ЭКСМО, 2007. 960 с.
3. Маршалл А. Принципы экономической науки. М. : Издательская Группа «Прогресс», 1993. 594 с.
4. Гришнова О.А. Людський розвиток : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2006. 308 с.
5. Schultz T. Investment in Human Capital. *The American Economic Review*. March 1961. № 1. P. 38–56.
6. Ильинский И.В. Инвестиции в будущее: образование в инновационном воспроизводстве. СПб. : СПбУЭФ, 2006. 471 с.
7. Ванкевич В.Е. Экономические отношения занятости: закономерности развития и регулирования. Мн.: БГЭУ, 2000. 312 с.
8. Нойманн Ф. Методика экономической оценки человеческого капитала. *Государственное управление: трансформационные процессы в современном мире: междунар. науч.-практ. конф.* 2002. Мн. : АУП. С. 10–11.
9. Быченко Ю.Г. Важнейший показатель человеческого капитала. *Человеческие ресурсы*. 2001. № 3. С. 93–97.
10. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. СПб. : Питер, 2012. 848 с.

REFERENCES:

1. Gloveli, G.D. (2013) Istoriya ekonomicheskikh ucheniy: ucheb. posobie dlya bakalavrov [History of economic studies: textbook. allowance for bachelors]. Moscow: Yurayt. (in Russian)
2. Smit, A. (2007) Issledovanie O prirode i prichinakh bogatstva narodov [Research On the nature and causes of the wealth of peoples]. Moscow: EKSMO. (in Russian)
3. Marshall, A. (1993) Printsipy ekonomicheskoy nauki [Principles of Economic Science]. Moscow: Izdatel'skaya Gruppya «Progress». (in Russian)
4. Ghryshnova, O.A. (2006) Ljudsjkyj rozvytok: navch. posib. [Human Development: Textbook]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
5. Schultz, T. (1961) Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, № 1, pp. 38–56. (in English)
6. Il'insky, I.V. (2006) Investitsii v budushchee: obrazovanie v innovatsionnom vosproizvodstve. [Investing in the future: education in innovative reproduction]. SPb. : SPbUEF. (in Russian)
7. Vankevich, V.E. (2000) Ekonomicheskie otnosheniya zanyatosti: zakonomernosti razvitiya i regulirovaniya. [Economic relations of employment: patterns of development and regulation]. Minsk: BGEU. (in Belarus)
8. Noymann, F. (2002) Metodika ekonomicheskoy otsenki chelovecheskogo kapitala [Methods of economic valuation of human capital]. *Gosudarstvennoe upravlenie: transformatsionnye protsessy v sovremennom mire: mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* Minsk: AUP, pp. 10–11. (in Belarus)
9. Bychenko, Yu.G. (2001) Vazhneyshiy pokazatel' chelovecheskogo kapitala [The most important indicator of human capital]. *Chelovecheskie resursy*, № 3, pp. 93–97.
10. Armstrong, M. (2012) Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami. [Human Resource Management Practice]. SPb.: Piter. (in Russian)

УДК 331.103:005.963.2:005.95

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-30>**Малтиз В.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і маркетингу
Запорізького національного університету***Тарасенко Ю.В.***студентка
Запорізького національного університету***Malytz Viktoriia***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Personnel Management and Marketing
Zaporizhzhya National University***Tarasenko Yuliia***student of
Zaporizhzhya National University*

АДАПТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК СПОСІБ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІЗАЦІЇ

ADAPTATION OF PERSONNEL AS A METHOD OF FORMING THE HUMAN RESOURCES POLICY

АНОТАЦІЯ

У статті зазначено, що процес адаптації персоналу є одним із головних напрямів кадрового менеджменту. Відзначено, що великий вибір методів, засобів та інструментів щодо адаптації персоналу створює умови для формування потужного трудового потенціалу. Їх використання надає підприємствам можливості забезпечення висококваліфікованими кадрами, сприятливого соціально-психологічного клімату, що забезпечує ефективну діяльність підприємства, досягнення цілей у мінімальні терміни, зменшення витрат, пов'язаних із низькою ефективністю роботи, а також можливість побудови ефективно функціонуючого колективу. У статті розглянуто поняття «адаптація» з погляду різних учених, поняття «наставництво» та проаналізовано основні аспекти процесу адаптації. Наведено приклади інструментів адаптації персоналу на українських підприємствах. Розкрито сутність персонал-технологій, які застосовуються за кордоном, проаналізовано їх відмінності та особливості застосування.

Ключові слова: персонал, організація, адаптація, адаптація персоналу, процес, система, програма адаптації, наставництво, коучинг, job-shadowing, buddying, tell-show-do.

АННОТАЦИЯ

В статье отмечено, что процесс адаптации персонала является одним из главных направлений кадрового менеджмента. Отмечено, что большой выбор методов, средств и инструментов по адаптации персонала создает условия для формирования мощного трудового потенциала. Их использование дает предприятиям возможности обеспечения высококвалифицированными кадрами, благоприятного социально-психологического климата, обеспечивает эффективную деятельность предприятия, достижение целей в минимальные сроки, уменьшение расходов, связанных с низкой эффективностью работы, а также возможность построения эффективно функционирующего коллектива. В статье рассмотрено понятие «адаптация» с точки зрения различных ученых, понятие «наставничество» и проанализированы основные аспекты процесса адаптации. Приведены примеры инструментов адаптации персонала на украинских предприятиях. Раскрыта сущность персонал-технологий, применяемых за рубежом, проанализированы их различия и особенности применения.

Ключевые слова: персонал, организация, адаптация, адаптация персонала, процесс, система, программа адаптации, наставничество, коучинг, job-shadowing, buddying, tell-show-do.

ANNOTATION

The author states that the process of personnel adaptation is one of the main areas of personnel management. It is noted that a wide range of methods, tools and tools for staff adaptation create the conditions for the formation of a powerful work potential. Their use gives enterprises the opportunity to provide highly qualified personnel, a favorable social and psychological climate, which ensures the effective activity of the company, the achievement of goals in a minimum time, reducing the costs associated with low efficiency, as well as the ability to build an effective team. The urgency of the work due to the fact that in a market economies are constantly undergoing changes in the management system enterprises. The intensification of competition in the market requires businesses development of new tools, methods and tools for HR management in order to increase the competitiveness of their Hr potential. Insufficient attention of staff to create effective mechanism Adaptation of employees can be frustrating employee organization, reducing productivity and thus dismissal from the company. In this case, the activity of the organization as a whole will be not effective. As a result of developing a model of adaptation as a management tool, it implementation and competent management in the organization can be obtained significant results: reducing the cost of recruiting new staff, reducing the number of dismissals of employees undergoing probation term, both at the initiative of the enterprise administration and at will employee, reducing the time it takes to get everyone's activity individual employee began to affect competitiveness organizations, reducing other people's time to adapt to new ones employees. In addition, the improvement can be attributed to the results organizational climate in the company, forming loyalty in the employee with the first days of his work in the organization, thereby creating incentives and desire to work in the organization for a long time, job satisfaction and the company as a whole. The article deals with the notion of adaptation from the point of view of different scientists, the concept of mentoring and the basic aspects of the adaptation process. Examples of personnel adaptation tools at Ukrainian enterprises are given. The essence of personnel technologies used abroad is revealed, their differences and peculiarities of application are analyzed.

Key words: personnel, organization, adaptation, personnel adaptation, process, system, adaptation program, mentoring, coaching, job-shadowing, buddying, tell-show-do.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Висока ступінь динамічності та невизначеності сучасного бізнес-середовища є умовою постійних змін на підприємстві. Вони в першу чергу стосуються персоналу як важливого ресурсу компанії. Зміни в технологіях, розширення бізнесу, сімейно-побутові обставини, несумісність із колективом і низка інших причин тягнуть за собою плинність кадрів. Це є передумовою найму нових співробітників та організації процесу їх адаптації в майбутньому.

Проблема професійного становлення працівника в будь-якому трудовому колективі та його успішна адаптація до умов праці вимагають особливо уважного ставлення. Керувати адаптацією можна, але лише на основі знання особливостей цього процесу, динаміки механізмів, специфіки формування адаптивних характеристик. Уведення «новачка» у функціонує систему є досить актуальним питанням, вирішення якого спрямоване на встановлення взаємодії та інтеграції інтересів працівника та підприємства.

Тому в сучасних умовах одним із головних напрямів роботи HR-менеджменту є підготовка і проведення адаптаційних заходів, які в майбутньому покликані поліпшити організаційні умови роботи нових співробітників для швидкого їх входження у виробничий процес та досягнення необхідної ефективності роботи в найближчій короткій термін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблеми адаптації персоналу на підприємстві та її вплив на ефективність роботи персоналу в різних аспектах розглядалися в наукових публікаціях Ю.В. Мирошниченко, А.В. Лобенко, А.В. Черкаського, Б.С. Оноприйчука, А.В. Кислова, Г.В. Ангелова, А.В. Черкаського, О.В. Харчишиної, І.О. Волкової, О.О. Гетьман, Н.В. Петренчук та багатьох інших авторів. У своїх роботах вони розглядали сутність процесів адаптації та шляхи їх удосконалення. На думку вітчизняних авторів, основна проблема сучасного менеджменту персоналу полягає у тому, що керівники підприємств не приділяють достатньо уваги впровадженню та вдосконаленню процесу адаптації на підприємствах.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є вивчення процесу адаптації персоналу в організації й аналіз особливостей процесу адаптації персоналу на зарубіжних і вітчизняних підприємствах та систематизація теоретичного матеріалу для виявлення відмінностей і можливостей поліпшення програми адаптації на вітчизняних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Успішне функціонування компанії – це результат налагодженості процесів та ефективності взаємодії елементів, які являють собою систему управління організацією. Ефек-

тивна робота організації залежить не тільки від того, як грамотно кадрова служба проводить підбір і відбір персоналу, а й від того, чи приділяє керівництво достатньо уваги процесу адаптації нових співробітників.

Доцільно виділити персонал як один із найважливіших ресурсів компанії, адже саме люди забезпечують раціональне та результативне використання інших наявних можливостей підприємства.

Ознайомимося з основними визначеннями поняття «адаптація» з погляду наукових підходів. В.О. Крушельницька розглядає поняття «адаптація» як процес пристосування працівників до умов зовнішнього і внутрішнього середовища; взаємне пристосування працівника та умов організації, що базується на поступовому освоєнні нових професійних, соціальних та організаційних умов праці [1]. В.Р. Веснін розглядає поняття як пристосування нового співробітника до змісту й умов праці, соціального середовища [2].

Процес адаптації включає у себе такі аспекти:

1. Організаційна адаптація – процес уведення в організацію, спрямований на засвоєння працівником норм і правил, у тому числі «неписаних», за якими живе організація, ознайомлення з історією фірми, структурою організації, корпоративною культурою, правилами внутрішнього розпорядку. Метою цього процесу є прийняття новим співробітником цінностей, установок, принципів організації без шкоди для особистісних цінностей.

Обов'язково має бути ознайомлення із системою оплати праці, щоб не було невиправданих очікувань, щоб людина не розчарувалася у своїй роботі, а також із системою штрафів і заохочень, соціальних пільг та можливостей росту в компанії. На цьому ж етапі звертають увагу працівника на вимоги до зовнішнього вигляду. Добре, якщо в компанії розроблений буклет, в якому міститься інформація про історію компанії та її організаційну структуру, правила внутрішнього розпорядку та список адміністративної групи із зазначенням внутрішніх телефонів.

2. Соціально-психологічна адаптація. Входження в колектив, прийняття встановлених норм взаємин – завдання цього етапу адаптації. Одним із перших кроків соціально-психологічної адаптації є представлення колективу і керівництву. Це дає змогу подолати відчуття відособленості, чужорідності в колективі. Потрібно залучати нових співробітників до участі в корпоративних заходах, проводити для них навчальні тренінги.

3. Професійна адаптація – опанування новим співробітником системою професійних знань і навичок та ефективне їх застосування на практиці, а також формування деяких професійно необхідних якостей особистості, розвиток стійкого позитивного ставлення працівника до своєї професії [3].

Першим кроком є роз'яснення новачкові основного змісту його професійної діяльності,

ознайомлення співробітника з його посадовими обов'язками, інструктаж із техніки безпеки і пожежної безпеки, ознайомлення з робочим місцем і специфічними умовами роботи. На цьому етапі під час прийому в компанію співробітників без досвіду роботи важливим моментом є навчання. Цей захід потрібен для отримання необхідних знань і певних професійних навичок. Підготовка власних кваліфікованих кадрів забезпечує для компанії багато плюсів. Форми викладання можуть бути вибрані згідно з поставленими завданнями і перевагами компанії (лекції, семінари, тренінги навичок спілкування, ефективності переговорів, техніки продажу та різні ділові ігри).

Необхідно, щоб отримані знання та навички співробітники застосовували на практиці. Якщо доводиться приймати в компанію кілька співробітників одночасно, то для них усіх можна організувати спеціальні адаптаційні заняття, на яких вони зможуть отримати всю необхідну інформацію. Адаптуватися всім разом буде набагато простіше. Дуже зручно і для нового працівника, і для співробітника, відповідального за процес адаптації, коли розроблений контрольний лист, де перераховані ті теми, які він повинен освоїти, вказані конкретний термін виконання та відповідальні за виконання [4].

У систему адаптації персоналу може входити: welcome-тренінг для нових співробітників, система наставництва, програма адаптації, план адаптації для різних категорій посад, книга співробітника, система оцінки за результатами адаптаційних заходів.

Для поліпшення процесу адаптації нових співробітників до умов праці керівникам підприємств будь-якої форми власності доречно запланувати та провести такі заходи:

1) визначити одного з працівників відділу кадрів відповідальним за проведення процесу адаптації нових співробітників;

2) скласти та затвердити типовий план проведення певних заходів, спрямованих на адаптацію нових працівників;

3) скласти списки досвідчених співробітників, які за своїми професійними й особистісними якостями можуть бути наставниками;

4) проводити професійно-психологічну підготовку наставників до відповідної діяльності;

5) проводити індивідуальні бесіди керівника і наставника з новим працівником;

6) залучати психолога до консультативної роботи стосовно адаптації, проводити рольові ігри, спрямовані на підвищення рівня згуртованості колективу [5].

Для визначення особливостей та відмінностей адаптації персоналу на вітчизняних та зарубіжних підприємствах доцільно провести порівняльний аналіз організації даного процесу.

На думку українських авторів, досвід управління адаптацією персоналу в організаціях недостатньо серйозно сприймається керівництвом. Деякі підприємства не мають навіть базових

адаптаційних програм. Як правило, найбільш використовуваним методом професійного навчання є наставництво. Воно полягає у допомозі новачку досвідченого працівника зі стажем роботи не менше двох років в організації. Саме він дає відповіді на всі питання, ознайомлює з робочим місцем, посадовими інструкціями, обов'язками, особливостями роботи за час проходження випробувального терміну молодим спеціалістом. Найчастіше адаптація зводиться до введення в посаду.

Під час підбору наставників слід ураховувати, що від їхніх особистісних якостей та вмій залежить якість проведення процесу адаптації, особливо важливими є схильність до домінування, емпатія, вміння довести свою точку зору тощо.

Але характерною особливістю наставника повинна бути його авторитетність, що включає у себе: соціальний статус, приналежність до референтної групи, наявність певних професійних заслуг, досвіду, позитивну думку співробітників як про високоморальну, справедливую людину та ін.

Особливість японської моделі адаптації персоналу полягає у прагненні керівництва компанії залучати до роботи молодих людей, які тільки-но закінчили школу, не мають навичок роботи, досвіду та впливу концепцій і культури інших компаній. Початковим етапом підготовки майбутніх працівників є курс адаптації. Тривалість його – близько двох місяців. За кожним молодим спеціалістом закріплюється наставник із широкими повноваженнями. Обов'язком якого є адаптація підопічного, ознайомлення з робочим місцем, допомога під час вирішення проблемних чи конфліктних ситуацій.

Специфіка полягає у тому, що наставник, як правило, – випускник того ж університету, що і його підопічний. У перший день знайомства з підприємством працівник отримує пакет документів, який включає брошури, довідники, правила для працівника. Вони можуть містити інформацію різного роду, наприклад важливі складники кадрової політики компанії, політику фірми у відношенні дискримінації, куріння та ін. Кожен працівник має можливість ознайомитися з ними та зробити відповідні висновки.

В японських фірмах особливу увагу приділяють соціальній та професійній адаптації персоналу. Компанія має спеціально розроблену програму, на основі якої робітники проходять підготовку. Значне місце в ній відводиться корпоративній культурі. Завдання організації – ознайомити працівника з нею, а як результат, сформулювати думку та відчуття приналежності до загальної атмосфери компанії.

У США питанням адаптації займаються на всіх підприємствах. Відмінність лише в програмі, яка для середніх та великих організацій є більш поглибленою. На малих підприємствах цим займається менеджер-практик, інколи за допомогою роботи профспілки. Програма вклю-

чає у себе як усне інформування про компанію та її особливості, так і процедури письмового та графічного характеру. На середніх та великих підприємствах цим займаються менеджер з управління персоналом або лінійні менеджери. Програма може включати в себе загальну (інформацію щодо загального ознайомлення з компанією, політика організації, оплата праці, охорона праці, співпраця робітник та профспілки т. д.) та спеціальну (знайомство з робочим місцем, працівниками т. д.) інформацію.

Під час загального аналізу адаптації персоналу можна зробити висновок, що у цілому теоретичні основи програми виконуються з практичного погляду. Особливість полягає у тому, що в японських компаніях надають адаптації персоналу досить вагоме значення. На кожному підприємстві розробляється програма, типова тематика орієнтація нового працівника (інформація про компанію, продукцію, виробництво, продажі, трудові навички). Тобто працівника знайомлять повністю з механізмом роботи компанії. Адаптація спрямована на соціальне, професійне, організаційне та психофізіологічне пристосування майбутнього співробітника.

Щодо компаній США, то особливість процесу адаптації персоналу полягає у наповненості тематики програми та варіації змістовних питань. Аналіз літературних джерел показав, що в середніх та крупних компаніях вони більш поглиблені. Із погляду практики українських підприємств програма адаптації персоналу може виконуватися не в повному обсязі.

Можна виділити такі причини:

1) більшість питань обговорюється під час співбесіди. Їх подальший розгляд може відбутися лише з ініціативи майбутнього працівника за наявності незрозумілостей чи додаткових питань;

2) ознайомлення працівника із загальними відомостями про підприємство є типовим лише для великих організацій.

У цілому на вітчизняних підприємствах особливість процесу адаптації полягає у тому, що основні питання обговорюються під час співбесіди. Найбільше увагу приділяють професійній адаптації. Працівнику створюють умови безперервного потоку інформації, яку певним чином регулює наставник. Результатом даного процесу є перевірка знань, тобто визначення придатності працівника виконувати певний вид роботи та стати складовою частиною функціонуючої системи.

У зарубіжних компаніях технології адаптації персоналу набагато різноманітніші. Зокрема, можна відзначити такі ефективні персонал-технології адаптації персоналу, як метод занурення, job-shadowing, buddying та tell-show-do.

1. Метод занурення використовується під час адаптації працівників керівних посад різного рівня і передбачає повне занурення в практичну діяльність із першого ж дня роботи. Основна мета методу – швидке входження нового співробітника в трудовий процес. Найчастіше така

адаптація застосовується для випробувального терміну керівників, яким необхідно з перших днів роботи показати здатність самостійно приймати рішення, проявляти відповідальність і демонструвати той професійний управлінський рівень, на який розраховував роботодавець.

2. Job-shadowing – технологія адаптації, згідно з якою новий співробітник стає ніби тінню більш досвідченого співробітника, супроводжує його протягом робочого дня, обговорює з ним виробничі ситуації, отримує реальний досвід і якісний зворотний зв'язок. Метод job-shadowing з успіхом застосовується у компаніях США. Там упевнені, що цей метод дуже ефективний для фахівців у галузі високих технологій, причому будь-якого рівня [6].

3. Buddying являє собою технологію, яка передбачає адаптацію через установаження рівних приятельських стосунків із колегою. Це наперед підтримка, допомога, певною мірою керівництво і захист однієї людини іншою для того, щоб були досягнуті її результати і цілі. На відміну від наставництва тут немає ієрархії, відносини будуються на наданні об'єктивного і чесного зворотного зв'язку за підтримки у виконанні й освоєнні нових навичок [6].

4. Модель tell-show-do (tell – розкажи, show – покажи, do – зроби) допомагає правильно побудувати роботу між коучем і новачком, швидко та якісно засвоювати нові навички. На кожному етапі tell-show-do наставник пояснює завдання працівникові, якого навчають, попередньо визначивши послідовність виконання по кроках: 1. Tell (розкажи). Великі завдання розбиваються на кілька частин і проводяться окремими сесіями. Наставник ставить запитання співробітнику, щоб упевнитися, що той засвоїв інформацію. Співробітник своїми словами переказує зміст завдання. 2. Show (покажи). Коуч показує, як потрібно виконувати завдання, коментуючи по ходу справи, який крок він виконує. Після закінчення він запитує, чи все було зрозуміло. 3. Do (зроби). Новий працівник сам виконує завдання. Наставник може попросити співробітника зробити той чи інший крок заново, якщо він не задоволений якістю виконання роботи. Після закінчення наставник дає зворотний зв'язок співробітнику і домовляється з ним, за якими критеріями будуть оцінюватися вироблені навички.

Узагальнюючи опрацьовані джерела та практичний досвід закордонних і вітчизняних підприємств, відзначимо, що великий вибір методів, засобів та інструментів щодо адаптації персоналу зміщується у площину розвитку сучасних персонал-технологій, які створюють умови для формування потужного трудового потенціалу. Їх використання надає підприємствам можливість підвищення якості персоналу, зниження плинності кадрів, формування високої лояльності співробітників.

На прикладі практичного застосування зазначених технологій на підприємствах можна

бути впевненим, що вихід на позиції лідера в конкурентній боротьбі можливий лише за умови використання сучасних персонал-технологій. Слід зазначити, що найбільш ефективним застосування персонал-технології виявляється у комплексній взаємодії. Під час її вибору підприємству необхідно спиратися на показники фінансово-господарської діяльності, особливості виробництва, тенденції ринку праці. За допомогою комплексного підходу до вирішення питань найму та адаптації персоналу компанії залучають і утримують висококваліфікованих фахівців, які швидко адаптуються до колективу та виробничого процесу і тому виконують свої обов'язки продуктивно [7].

Грамотно реалізований процес адаптації повинен призвести до скорочення витрат за рахунок зменшення термінів досягнення новим співробітником установлених стандартів виконання робіт, скорочення плинності кадрів, економії часу безпосереднього керівника і рядових працівників, виникнення у нового члена колективу почуття задоволеності від роботи.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Система адаптації необхідна для того, щоб скоротити час, який зазвичай потрібен новому співробітникові для освоєння на новому місці, щоб швидко «влитися» в колектив, зрозуміти вимоги, які до них висуває компанія, і швидше вийти на необхідний рівень продуктивності. Для компанії система адаптації значно знижує плинність персоналу на випробувальному терміні, що призводить до скорочення витрат на підбір персоналу.

Грамотно розроблена система адаптації дасть змогу людині, яка прийшла у новий колектив, почуватися комфортніше, а керівництву – отримати від неї максимальну віддачу в роботі в найкоротший час.

Сучасні технології дають змогу поліпшити бізнес-процеси на підприємстві і працювати над командним духом усіх співробітників, збільшуючи ефективність та результативність їхньої роботи і процвітання компанії. Саме тому питанню впровадження та постійного вдосконалення процесу адаптації співробітників повинно приділятися достатньо уваги, адже саме персонал є од-

ним із найважливіших ресурсів в організації та ключем до успішного функціонування компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Крушельницька О.В. Менеджмент персоналу : навчальний посібник. Київ : Знання України, 2008. 299 с.
2. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала : пособие по кадровой работе. Москва : Юристъ, 2001. 496 с.
3. Данюк В.М., Петюх В.М., Цимбалюк С.О. Менеджмент персоналу : навчальний посібник / за ред. В.М. Данюка, В.М. Петюха. Київ : КНЕУ, 2005. 398 с.
4. Збрицька Т.П., Савченко Г.О., Татаревська М.С. Управління розвитком персоналу : навчальний посібник / за ред. М.С. Татаревської. Одеса : Атлант, 2013. 427 с.
5. Хміль Ф.І. Управління персоналом : підручник. Київ : Академвидав, 2006. 488 с.
6. Зарубежный опыт адаптации персонала, или Учимся у лучших. URL: https://rector.by/publications-zarubezhnyiy_opyt_adaptatsii_personala_ili_uchimsya_u_luchshih.html (дата звернення: 25.11.2019).
7. Методы адаптации персонала: как подобрать оптимальный вариант. URL: <https://practicum-group.com/blogs/metody-adaptatsii-personala/> (дата звернення: 12.12.2019).

REFERENCES:

1. Krushelnytsjka O. V. Menedzhment personal [Personnel Management] : navch. posib. Kyjiv: Znannja Ukrainy, 2008. 299 pp.
2. Vesnyn V.R. Praktycheskyj menedzhment personala [Practical staff management]: posobye po kadrovoj rabote. Moskva : Juryst', 2001. 496 pp.
3. Danjuk V.M., Petjukh V.M., Cymbaljuk S.O. Menedzhment personal [Personnel Management]: navch. posib. / za red. V.M. Danjuka, V.M. Petjukha. Kyjiv: KNEU, 2005. 398 pp.
4. Zbrycjka T.P., Savchenko Gh.O., Tatarevsjka M.S. Upravlinnja rozvytkom personalu : navch.posib. / za red. M.S. Tatarevsjkoi. Odesa: Atlant, 2013. 427 pp.
5. Khmilij F.I. Upravlinnja personalom : pidruchnyk. Kyjiv: Akademvydav, 2006. 488 pp.
6. Zarubezhnyj opyt adaptacyu personala, yly uchymysja u luchshykh URL: https://rector.by/publications-zarubezhnyiy_opyt_adaptatsii_personala_ili_uchimsya_u_luchshih.html (accessed: 25.11.2019).
7. Metody adaptacyu personala: kak podobratj optymaljnij varyant. URL: <https://practicum-group.com/blogs/metody-adaptatsii-personala/> (accessed: 12.12.2019).

УДК 336.67

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-31>**Пандас А.В.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та підприємництва
Одеської державної академії будівництва та архітектури***Пислиця О.В.***магістр
Одеської державної академії будівництва та архітектури***Pandas Anastasiia***Ph.D. in Economics,
Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture***Pyslytsia Olga***Master
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture*

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ РОСТУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

ECONOMIC RATIONALE FOR THE GROWTH OF THE PROFITABILITY OF THE CONSTRUCTION ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

Величина прибутку і показники рентабельності грають ключову роль під час аналізу конкурентоспроможності підприємства будь-якої сфери. Бізнес функціонує ефективно, якщо суми виручки досить і для покриття витрат на реалізовану продукцію, і для формування прибутку. Дана основна мета керівного складу підприємства формує розуміння необхідності оволодіння знаннями і практичними навичками ефективного, сталого управління для раціонального розподілу прибутку і забезпечення зростання рентабельності підприємства. За своєю суттю рентабельність – це показник ефективності функціонування підприємства, який відображає ступінь використання виробничих, трудових, фінансових та інших ресурсів. Комплексний аналіз рентабельності дає можливість багатогранно оцінити ефективність діяльності підприємства, виявити чинники впливу та обґрунтувати доцільність упровадження інструментів зростання рентабельності підприємства.

Ключові слова: прибуток, рентабельність, рентабельність продукції, рентабельність продажів, рентабельність сукупних активів, рентабельність поточних активів, рентабельність власного капіталу.

АННОТАЦИЯ

Величина прибыли и показатели рентабельности играют ключевую роль при анализе конкурентоспособности предприятия любой сферы. Бизнес функционирует эффективно, если суммы выручки достаточно и для покрытия расходов на реализованную продукцию, и для формирования прибыли. Данная основополагающая цель руководящего состава предприятия формирует понимание необходимости овладения знаниями и практическими навыками эффективного, устойчивого управления для рационального распределения прибыли и обеспечения роста рентабельности предприятия. По своей сути рентабельность – это показатель эффективности функционирования предприятия, которая отражает степень использования производственных, трудовых, финансовых и других ресурсов. Комплексный анализ рентабельности дает возможность многогранно оценить эффективность деятельности предприятия, выявить факторы влияния и обосновать целесообразность внедрения инструментов роста рентабельности предприятия.

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, рентабельность продукции, рентабельность продаж, рентабельность совокупных активов, рентабельность текущих активов, рентабельность собственного капитала.

ANNOTATION

For successful operation in a market environment and the strengthening of its competitive advantages, each business entity must strive to increase the efficiency of its activities. It is important at the same time to correctly determine the criteria and system of indicators to assess its level. The amount of profit and profitability indicators play a key role in the analysis of the competitiveness of enterprises in any field. Since the main goal of entrepreneurial activity in the conditions of market relations is profit, then the criterion of economic efficiency is the maximization of profit per unit of capital (resources) costs with a high level of labor quality and ensuring the competitiveness of products. Therefore, to assess the level of efficiency of entrepreneurial activity, profitability indicators are most often used. The conclusions on the results of a retrospective and perspective analysis depend on how correctly the profitability indicators are calculated, how real they reflect its essential characteristics. A business functions efficiently if the proceeds are sufficient to cover the costs of products sold and to generate profit. This fundamental goal, the leadership of the enterprise, creates an understanding of the need to master the knowledge and practical skills of effective, sustainable management for the rational distribution of profits and ensure the growth of profitability of the enterprise. At its core, profitability is an indicator of the efficiency of the enterprise, which reflects the degree of use of production, labor, financial and other resources. The role of the profitability indicator for each enterprise is very large. The main value of this indicator: profitability indicator – this is one of the main criteria for evaluating the effectiveness of the enterprise; the increase in profitability characterizes the goal of the enterprise in a market economy; the growth of the profitability indicator provides increased financial stability of the enterprise; the growth of profitability will strengthen the position of the enterprise in the competition and will contribute to the survival of the enterprise in a market economy; the profitability indicator is very important for owners (shareholders and founders), since when it increases, interest in this enterprise increases, the share price rises; the profitability indicator is important for lenders and borrowers of money, since its level allows you to assess the reality of obtaining interest on obligations, the risk of not returning borrowed funds and the solvency of the company. A comprehensive analysis of profitability makes it possible to multifacetedly assess the effectiveness of the enterprise, identify factors of influence and justify the feasibility of introducing tools to increase profitability of the enterprise. Using the proposed system of indica-

tors in practice, constant monitoring of their level, assessing their sensitivity to management decisions will significantly increase the efficiency of enterprises.

Key words: profit, profitability, profitability of products, profitability of sales, return on total assets, return on current assets, return on equity.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Особливе значення в ринкових умовах набуває управління рентабельністю підприємства як найбільш узагальнюючим показником ефективності його господарської діяльності. Така пильна увага пояснюється тим, що економічна рентабельність характеризує потенціал підприємства в діловому співробітництві, будучи гарантом ефективної реалізації економічних інтересів усіх учасників господарської діяльності, як самого підприємства, так і його партнерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Вагомий внесок у дослідження рентабельності як показника ефективності функціонування підприємств зробили такі науковці: А.М. Лебедева, Л.Б. Ольшевський, Н.Г. Пігуль, М.В. Бець, І.В. Безрученко, В.П. Савчук, М.А. Болюх, В.С. Дієсперов, К.О. Чигріна. Однак варто відзначити, що сьогодні існує необхідність у систематизації теоретичних та практичних знань щодо економічного обґрунтування зростання рентабельності будівельних підприємств.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Існуюча практика оцінки фінансового стану передбачає використання системи взаємопов'язаних показників рентабельності. Кожен із них має певне змістове навантаження для користувача і грає конкретну роль у механізмі управління економічною рентабельністю підприємства. Питання підвищення рівня рентабельності підприємств є досить актуальним і основна мета його повинна бути спрямована на виявлення чинників, що впливають на рентабельність підприємств та шляхи її підвищення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення пріоритетів в управлінні рентабельністю будівельних підприємств. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- розглянути теоретичні аспекти рентабельності;
- визначити пріоритети фінансового управління задля забезпечення зростання рентабельності підприємства;
- проаналізувати чинники, що впливають на рентабельність;
- виявити основні інструменти та заходи щодо збільшення рентабельності.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Рентабельність – це найважливіший узагальнюючий показник оцінки економіч-

ної ефективності господарювання, що характеризує рівень його доходності, або прибутковості, за певний період. Під терміном «рентабельність» у загальному сенсі розуміють прибутковість, оскільки він виник від слова «рента», що буквально означає «дохід» [8, с. 90].

Рентабельність повніше, ніж будь-який інший показник, відображає кінцеві результати діяльності і тому використовується як основний критерій визначення доцільності витрат, раціональності організації виробництва, ефективності використання трудових та матеріальних ресурсів, швидкості обороту коштів, позикової політики і т. д. [1, с. 43].

Показники рентабельності визначаються відношенням отриманого прибутку до кількісного показника, від якого цей прибуток залежить. Даний показник виражається у відсотках. Під час розрахунку показників рентабельності як чисельник можуть використовуватися такі показники прибутковості, як валовий прибуток, прибуток від продажів, балансовий прибуток або чистий прибуток. Джерелами коштів, за рахунок яких може бути отриманий результат, є активи, власний капітал, собівартість та ін. [6, с. 25]. Показники рентабельності характеризують ефективність роботи в підприємницькій та інвестиційній діяльності, в окупності витрат, виступаючи як інструмент інвестиційної політики та ціноутворення.

Дослідження рентабельності виробництва дає змогу розкрити тенденції розвитку та покликане вказати шляхи ефективного формування, вказує на помилки в господарській діяльності, а крім того, виявляє збільшення доходу, що, в кінцевому підсумку дає компанії змогу більш успішно здійснювати свою діяльність [5, с. 121].

Чинники, що впливають на рентабельність, класифікують так:

- зовнішні: чинники ринкової кон'юнктури та адміністративно-правові;
- внутрішні: матеріально-технічні, організаційно-управлінські, чинники економічного стимулювання і соціальні чинники умов праці [4, с. 363].

Вплив зовнішніх чинників не може бути значно зміненим, проте підприємства можуть розробити заходи адаптації для максимально ефективного використання сформованої ситуації. На противагу їм вплив внутрішніх чинників піддається корегуванню і може бути зміненим управлінськими рішеннями. Тому важливо розуміти, які наявні інструменти та які шляхи досягнення підвищення рентабельності підприємства [7, с. 2].

Закономірності росту показників рентабельності [3, с. 53]:

- зростання рентабельності продажів за умови зростання обсягу реалізації свідчить про зростання конкурентоспроможності продукції, причому за рахунок таких чинників, як якість, сервіс в обслуговуванні покупців, а не цінового фактора;

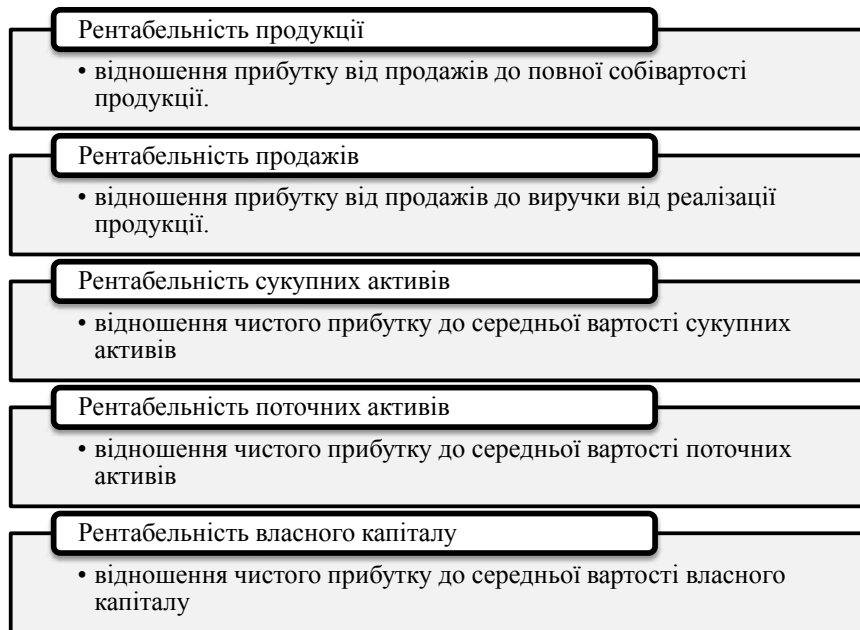


Рис. 1. Групи основних показників рентабельності

• зростання рентабельності активів є індикатором підвищення ефективності їх використання, крім того, рентабельність активів відображає ступінь кредитоспроможності організації: організація кредитоспроможна, якщо рентабельність її активів перевищує відсоток за залученими фінансовими ресурсами;

• зростання рентабельності власного капіталу відображає підвищення інвестиційної привабливості організації: рентабельність власного капіталу повинна перевищувати віддачу від альтернативних вкладень із порівняним рівнем ризику. Необхідно відзначити, що рентабель-

ність капіталу – це той показник, який має тенденцію до вирівнювання в масштабах усієї економіки, тобто низьке значення цього показника протягом тривалого часу може розглядатися як непряма ознака спотворення звітності;

• зростання рентабельності інвестованого капіталу відображає збільшення здатності бізнесу створювати вартість, тобто підвищувати добробут власників; рентабельність інвестованого капіталу повинна перевищувати середньозважену ціну капіталу підприємства, розраховану з урахуванням ринкових цін на джерела фінансових ресурсів.

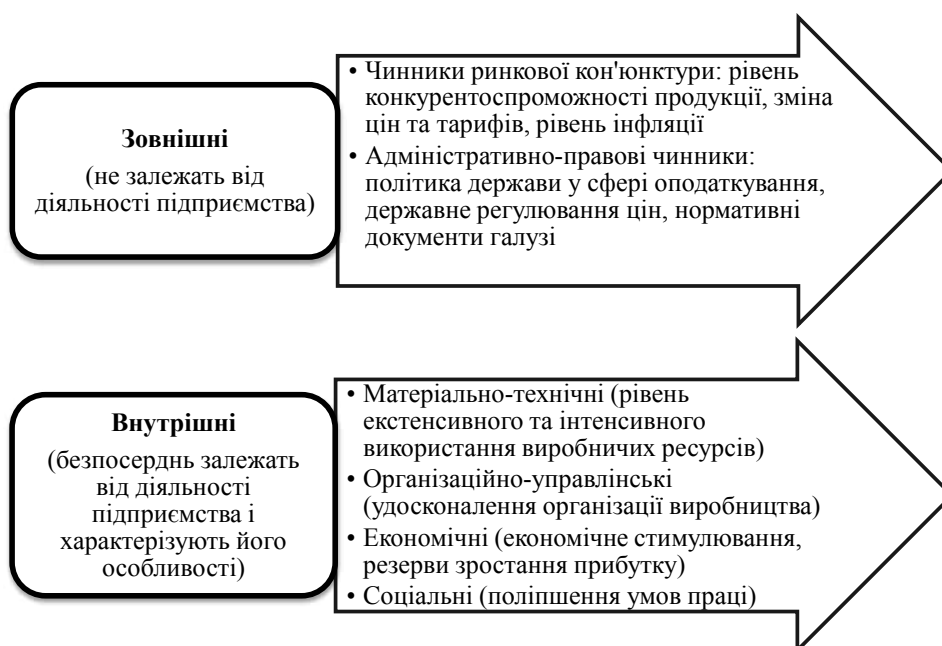


Рис. 2. Чинники, що впливають на величину рентабельності

Основні чинники підвищення рентабельності такі [2, с. 148]:

- зростання прибутку;
- зниження собівартості;
- зниження витрат на виробництво продукції;
- зменшення вартості основних виробничих фондів;
- зниження залишків нормованих оборотних коштів.

Основні заходи щодо збільшення рентабельності:

1. правильне визначення оптимальної кількості використовуваних ресурсів;
2. підвищення конкурентоспроможності продукції;
3. використання факторингу;
4. придбання основних виробничих фондів у лізинг;
5. дохід від здачі майна в оренду;
6. більш широке використання засобів маркетингу для збільшення обсягу реалізації випущеної продукції і розширення ринку збуту продукції;
7. збільшення обсягу продукції;
8. застосування сучасних методів організації виробництва і праці;
9. впровадження та освоєння нової, більш прогресивної техніки;
10. підвищення продуктивності праці;
11. посилення режиму економії у витрачанні матеріальних, трудових і фінансових ресурсів [9, с. 101].

Згідно із цим, якщо правильно впроваджувати дані заходи в роботу підприємства, то показники рентабельності будуть збільшуватися, що говорить про ефективність роботи.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Показники рентабельності – основні індикатори фінансового стану підприємства. Разом із тим під час проведення фінансового аналізу важливий не стільки розрахунок показників, скільки вміння правильно трактувати отримані результати і на цій основі приймати вірні управлінські рішення щодо оптимізації економічних і фінансових процесів на підприємстві.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Винокуров Г.М. Категория рентабельности и ее место при коммерческом расчете в сельскохозяйственном производстве. *Известия Байкальского государственного университета*. 2006. С. 43–45.
2. Економіка будівельного підприємства : підручник / авт. кол.: Т.О. Окландер та ін. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 363 с.
3. Климова Н.В. Оценка влияния факторов на показатели рентабельности. *Экономический анализ: теория и практика*. 2011. № 20(227). С. 50–54.
4. Лосева Ю.Ю. Прибыль и рентабельность как факторы укрепления финансового состояния организации. *Корпоративное управление и инновационная деятельность*. 2017. № 9(18). С. 367–369.
5. Макарова М.В., Шумакова Е.И., Бессонова Е.А. Анализ рентабельности деятельности предприятия. *Актуальные проблемы бухгалтерского учета, анализа и аудита*. 2017. С. 121–125.
6. Новиков М.А. Методы оценки и анализа рентабельности производства товара промышленного предприятия. *Транспортное дело России*. 2014. № 3. С. 24–26.
7. Ольшевский Л.Б. Рентабельность как показатель эффективности функционирования предприятия. *Подільський науковий вісник*. 2017. № 1. С. 1–3.
8. Параскан К.Н. Рентабельность предприятия и ее значение в современной экономической практике. *Тотальные аспекты инновационных технологий*. 2014. № 4. С. 88–91.
9. Тимофеева К.А. Пути повышения рентабельности. *Азимут научных исследований: экономика и управление*. 2014. С. 98–102.

REFERENCES:

1. Vinokurov, G.M. (2006). The category of profitability and its place in the commercial calculation in agricultural production. *Izvestiya Baykal'skogo gosudarstvennogo universiteta*, 43–45. (in Russian)
2. Oklander, T.O., Ped'ko, I.A., Kambur, O.L. (2018). *Economics of the construction company*. Kyiv: Tsentr uchbovoyi literatury. (in Ukrainian)
3. Klimova, N.V. (2011). Assessment of the influence of factors on profitability indicators. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika*, 20(227), 50–54. (in Russian)
4. Loseva, Yu.Yu. (2017). Profit and profitability as factors of strengthening the financial condition of the organization. *Korporativnoye upravleniye i innovatsionnaya deyatel'nost'*, 9(18), 367–369. (in Russian)
5. Makarova, M.V. (2017). Analysis of the profitability of the enterprise. *Aktual'nyye problemy bukhgalterskogo ucheta, analiza i audita*, 121–125. (in Russian)
6. Novikov, M.A. (2014). Methods of assessment and analysis of profitability of production of goods of an industrial enterprise. *Transport business of Russia*, 3, 24–26. (in Russian)
7. Ol'shevs'kyi, L.B. (2017). Profitability as an indicator of efficiency of functioning of the enterprise. *Podil's'kyi naukovyy visnyk*, 1, 1–3. (in Ukrainian)
8. Paraskan, K.N. (2014). The profitability of the enterprise and its importance in modern economic practice. *Total'nyye aspekty innovatsionnykh tekhnologiy*, 4, 88–91. (in Russian)
9. Timofeyeva, K.A. (2014). Ways to increase profitability. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravleniye*, 98–102. (in Russian)

УДК 005.316.77:334.72

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-32>**Пащенко О.П.***кандидат економічних наук, доцент,
Державний університет «Житомирська політехніка»***Гончаренко Н.В.***аспірант
Державного університету «Житомирська політехніка»***Pashchenko Olha***PhD, Associate Professor,
Zhytomyr Polytechnic State University***Honcharenko Nataliia***PhD student,
Zhytomyr Polytechnic State University*

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ЯК ОСНОВОПОЛОЖНИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ РЕПУТАЦІЇ БІЗНЕСУ

COMMUNICATION MANAGEMENT AS A FUNDAMENTAL FACTOR IN BUILDING A BUSINESS REPUTATION

АНОТАЦІЯ

У сучасних умовах саме комунікації між людьми та організаціями стають стратегічним ресурсом управління, необхідним для забезпечення конкурентоздатності і створення умов ефективного зростання підприємств. Недосконало налагоджена система управління комунікаціями на підприємстві, а тим більше її відсутність, призводить до спотворення інформаційного поля, затягує процес прийняття рішень у компанії. Отже, підприємство не може ефективно реагувати на внутрішні та зовнішні зміни, що, своєю чергою, призводить до неефективного управління, тому принципово важливим стає формування комплексних механізмів управління комунікаціями підприємства. У статті визначено значення та місце комунікацій у системі управління підприємством, досліджено основні інструменти для формування комунікаційної стратегії, запропоновано схему побудови матриці цільових аудиторій та стратегічної комунікаційної карти організації, представлено узагальнюючу модель управління комунікаціями та її вплив на формування репутації бізнесу.

Ключові слова: репутація бізнесу, стейкхолдери, корпоративні комунікації, управління комунікаціями, карта цільових аудиторій, стратегічна карта комунікацій, модель управління комунікаціями.

АННОТАЦИЯ

В современных условиях именно коммуникации между людьми и организациями становятся стратегическим ресурсом управления, необходимым для обеспечения конкурентоспособности и создания условий эффективного роста предприятий. Незовершенная система управления коммуникациями на предприятии, а тем более ее отсутствие, приводит к искажению информационного поля, затягивает процесс принятия решений в компании. Предприятие не может эффективно реагировать на внутренние и внешние изменения, что, в свою очередь, приводит к неэффективному управлению, поэтому сейчас принципиально важным становится формирование комплексных механизмов управления коммуникациями предприятия. В статье определены значение и место коммуникаций в системе управления предприятием, исследованы основные инструменты для формирования коммуникационной стратегии, предложена схема построения матрицы целевых аудиторий и стратегической коммуникационной карты организации, представлена обобщающая модель управления коммуникациями и показано ее влияние на формирование репутации бизнеса.

Ключевые слова: репутация бизнеса, стейкхолдеры, корпоративные коммуникации, управление коммуникациями, карта

та целевых аудиторий, стратегическая карта коммуникаций, модель управления коммуникациями.

ANNOTATION

In today's environment, communication between people and organizations is becoming a strategic management resource necessary to ensure competitiveness and create conditions for the effective growth of enterprises. The communication management system in the enterprise is not well-established, and even more so its absence leads to distortion of the information field and delays the decision-making process in the company. Therefore, the company cannot respond effectively to internal and external changes, which in turn leads to inefficient management. Therefore, it is of fundamental importance now to develop comprehensive mechanisms for managing enterprise communications. Business practices show that the formation of a positive reputation is one of the priority tasks of foreign companies and is becoming increasingly relevant in the Ukrainian market. Companies no longer limit themselves to relationships only with customers, employees and partners. In the context of "forced transparency", businesses are forced to find more and more approaches to interact with a large number of (many) stakeholders - including the public, public authorities and others. An effective tool for this is the company's communications management system, based on the regularity, timeliness, reliability and openness of information provided by the company's speakers. The article defines the importance and place of the communication function in the enterprise management system. The authors investigated the basic tools for forming a communication strategy in a company and proposed a scheme for building a matrix of target audiences. A scheme for building a strategic communication map, according to the business goals of the organization, is also proposed. This tool is basic in planning communication strategy and setting communication tasks from the outside as well as inside the company. The paper presents a general model of communication management in a company and its influence on the formation of business reputation. The main results presented in the article can be practically applied within the enterprise aimed at building a communication management process and maintaining a business reputation. In particular, a written matrix of target audiences can be used by businesses to evaluate and select the form of communication with their stakeholders.

Key words: business reputation, stakeholders, corporate communications, communications management, target audience map, strategic communications map, communication management model.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах ринкової економіки пріоритетним завданням є вдосконалення тих інструментів управління підприємством, які сприяють його ефективному функціонуванню. Корпоративні комунікації – інструмент, який супроводжує всі управлінські рішення, забезпечує реалізацію функцій менеджменту, зв'язок з усіма ключовими стейкхолдерами підприємства та, безумовно, визначає репутацію бізнесу в ринковому середовищі. У більшості малих та середніх українських підприємств комунікації сприймаються як допоміжна діяльність та в 99% спрямовані на просування продукту і послуги за відсутності стратегії просування бізнесу, його засновників, експертизи і команди. Відсутність стратегічного підходу до управління корпоративними комунікаціями призводить до погіршення сприйняття комунікацій усіма цільовими аудиторіями бізнесу, ускладнення їх інтеграції в процес управління підприємством і, як підсумок, до зниження економічної ефективності його діяльності. У сучасних умовах «вимушеної прозорості» саме процес стратегічного управління корпоративними комунікаціями підприємства може стати ключовим чинником його конкурентоспроможності та визначальним аспектом формування його позитивної репутації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Питання розвитку та становлення комунікацій, управління комунікаційними процесами висвітлено в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. Основні питання теорії комунікацій розглядають у своїх роботах Ж.В. Ніколава [5], Г.Г. Почепцов [7], Л.Ю. Сагер [9; 10] та ін. Стратегічне управління комунікаціями, а також питання щодо взаємозв'язку системи комунікацій в організації та репутації досліджено в працях А.Н. Загороднікова, М.Н. Комісарової [3; 4] та ін. Особливості комунікаційного процесу та моделі комунікацій описано Г. Лассуелом, Г.М. Маклюеном, В. Шрамом [2] та ін. Причому в дослідженнях вищезазначених авторів процес комунікацій розглядається, з одного боку, як функція, що обслуговує процес прийняття управлінських рішень усередині організації, а з іншого – як взаємодія із зовнішнім середовищем (просування бренду). Однак поза увагою вчених залишається дослідження взаємозв'язку між процесом управління комунікаціями та його впливом на формування репутації бізнесу в цілому.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування значення управління комунікаціями у формуванні репутації бізнесу та визначення інструментів створення ефективної комунікаційної стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових

результатів. За умов усе меншої цінової та якісної диференціації продукції та послуг саме репутація починає виступати одним із найбільш цінних активів підприємства та чинником зростання привабливості для всіх стейкхолдерів. Споживачі, зокрема, підтримують більш стабільні відносини з підприємствами, що володіють хорошою репутацією, а отже, вони більш успішно займають перспективні ринки. Найкращі фахівці галузі прагнуть довгострокового співробітництва з підприємствами, що володіють хорошою репутацією. Органи влади надають більш лояльні умови для розвитку бізнесу і, відповідно, вигідні умови для реалізації стратегії його розвитку, а громадськість лояльно ставиться до помилок і промахів в управлінні бізнесом. Своєю чергою, бізнес в останні роки все більшою мірою відчуває необхідність формування своєї репутації, а тому все більшу увагу починає приділяти власному образу в очах цільових аудиторій. Висока репутація підприємства при цьому виступає складним та багатограним показником його ефективної діяльності та успішно вибудованої системи корпоративних комунікацій.

Основними інструментами для побудови комунікаційної стратегії компанії є:

1. Репутаційний профіль – сукупність основних чинників, котрі є базовими для аналізу інформаційного поля та за якими оцінюють компанію зовнішні та внутрішні стейкхолдери бізнесу. Аналіз репутаційного профілю дає можливість, з одного боку, побачити в яких чинниках репутації є проблеми, та, з іншого – відстежувати взаємозв'язок між комунікаціями компанії та впливом на дії аудиторій.

2. Карта цільових аудиторій – перелік зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів бізнесу та їх оцінка щодо ступеня впливу і рівня зацікавленості конкретним бізнесом.

3. База ключових ЗМІ та журналістів, що можуть служити джерелом інформації, а також лідерів думок, здатних впливати на стейкхолдерів компанії.

4. Стратегічна карта комунікацій – поетапна схема досягнення цілей комунікаційної стратегії, що базується на бізнес-цілях компанії.

У процесі своєї діяльності кожна компанія будує систему взаємодії і, відповідно, стратегію комунікацій з основними цільовими аудиторіями: споживачами продукту/послуги, бізнес-партнерами, органами державної влади, акціонерами та інвесторами, співробітниками, суспільством. Кожна із цих аудиторій відносно самостійна, має різний ступінь впливу на діяльність бізнесу та власний інтерес щодо нього. У процесі роботи над комунікаційною стратегією компанії доцільно побудувати карту цільових аудиторій та визначити основні форми взаємодії з кожною з них. Для побудови карти цільових аудиторій потрібно всіх стейкхолдерів бізнесу розподілити за основними секторами матриці (рис. 1).

У результаті розподілу підхід до комунікацій буде залежати від сектору, в який потрапила конкретна цільова аудиторія, зокрема:

I. Невпливові та необізнані – мають низький ступінь впливу на конкретний бізнес та низький інтерес, до них доцільно не застосовувати конкретних засобів комунікацій, лише контролювати та моніторити зміни міри впливу.

II. Впливові та необізнані – цільові аудиторії, що потрапили до цього сектору, потрібно ефективно інформувати та тримати задоволеними.

III. Невпливові та обізнані – цільові аудиторії, що слабо впливають на конкретний бізнес, однак мають високий інтерес і повинні бути добре проінформованими.

IV. Впливові та активні – мають найбільший ступінь впливу й високий інтерес до компанії, тому із цими цільовими аудиторіями потрібно взаємодіяти найбільше: регулярно цікавитися їхньою думкою, залучати до процесу прийняття рішень, ефективно інформувати про зміни та управляти їхньою поведінкою.

Сучасні дослідження, що демонструють світові тренди у сфері комунікацій, можуть допомогти компанії у побудові комунікаційної стратегії. Результати дослідження Daniel J. Edelman [11], зокрема, свідчать про те, що суспільство найбільше довіряє думці саме внутрішніх працівників компанії порівняно з CEO, топ-менеджерами, клієнтами, думкою експертів, власне PR-функцією компанії, причому це стосується всіх сфер роботи організації. Отже, бізнес має враховувати це під час побудови своєї комунікаційної стратегії, приділяти особливу увагу роботі з персоналом та готувати спікерів від компанії. Це дослідження також демонструє, що суспільство все менше довіряє прямій рекламі (прес-секретар), а все більше прислухається до думки, так би мовити, з першоджерела – від власника компанії, топ-менеджера, лояльного клієнта або ж експерта відповідної галузі.

Сучасні корпоративні комунікації мають складний взаємозв'язок комунікаційних процесів, спрямованих на вирішення поточних, середньострокових (тактичних) і довгострокових (стратегічних) завдань компанії.

До ключових напрямів стратегії корпоративних комунікацій належать:

- комунікаційна підтримка бізнес-стратегії компанії – донесення до ключових цільових аудиторій офіційної позиції компанії;

- підтримка та захист репутації бізнесу – комунікація компанії про свої рішення та дії, політики КСО та ін.;

- системний підхід – затвердження процедур управління комунікаціями компанії (внутрішніми та зовнішніми);

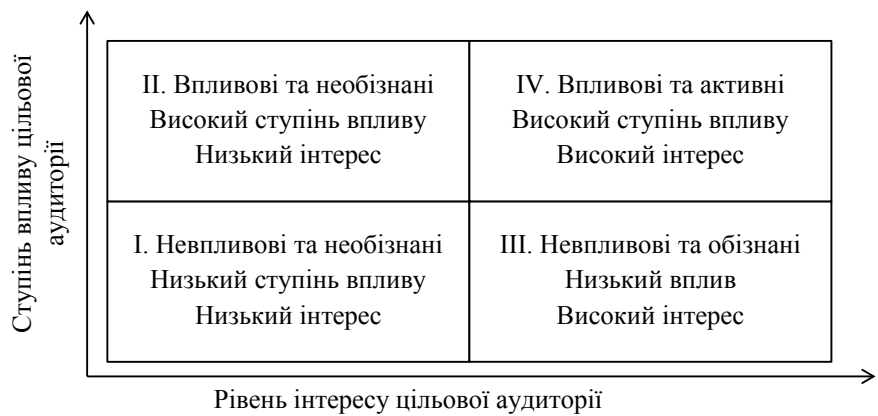


Рис. 1. Матриця цільових аудиторій компанії

Джерело: побудовано на основі [6]

- встановлення показників ефективності комунікацій на рівні всіх відділів компанії;
- постановка завдань для PR-відділу по всіх напрямках бізнесу компанії.

Ефективна комунікаційна стратегія має досліджувати кількісні й якісні показники стану бізнесу в даний момент (параметри оцінки репутації, ключові повідомлення та якість їх донесення до цільових аудиторій), демонструвати перспективу цих показників у короткостроковій (три-шість місяців) та довгостроковій (один-два роки) перспективі. Комунікаційна стратегія описує канали та формує меседж, що буде донесений до цільових аудиторій бізнесу, а також параметри, за якими буде оцінюватися ефективність донесення ключових повідомлень через затвержені канали.

Побудова комунікаційної карти є невід’ємним елементом управління організацією. Причому відсутні рекомендовані терміни, на які доцільно розробляти таку карту, і кожна організація має сама визначати їх залежно від становища її на ринку, поставлених бізнес-цілей, тактичних та стратегічних планів у цілому. Карта комунікацій нерозривно пов’язана з бізнес-цільями, формується на їх основі та з урахуванням інших чинників, що можуть впливати на комунікаційну стратегію (зовнішнє середовище, репутаційний профіль компанії, ін.). Зразок побудови комунікаційної карти компанії зображено на рис. 2.

Слід зазначити, що кожен з етапів має переглядатися у терміни не довше, ніж кожен три місяці (квартал), тому що в сучасних мобільних умовах зовнішнього середовища та високої конкуренції на ринку компанія має регулярно аналізувати актуальність поставлених завдань, моніторити зміни в поведінці цільових аудиторій, досліджувати нові канали та форми комунікації. Розроблена комунікаційна карта компанії є необхідним і важливим інструментом для формування позитивного рівня довіри всіх стейкхолдерів до компанії у разі успішної реалізації кожного її етапу. Слід зазначити, що інформаційне поле організації формується не



Рис. 2. Приклад побудови комунікаційної карти компанії

Джерело: власна розробка

лише з якісних аргументів, фактів, історії та професійно підготовлених спікерів компанії, а й із висловлювань третіх осіб ззовні (опонентів, конкурентів, ін.).

Отже, інформаційне поле може містити діаметрально протилежні, часто негативні позиції стосовно тієї чи іншої компанії, які безпосередньо впливають на рівень довіри стейкхолдерів та, як результат, формують відповідну репутацію бізнесу. Одним із завдань комунікаційної стратегії компанії є відпрацювання негативу, що міститься в інформаційному полі. Модель управління комунікаціями в організації представлено на рис. 3.

Зображена модель управління комунікаціями містить ключові елементи побудови комунікаційної стратегії та демонструє процес регулярної актуалізації комунікаційної карти

компанії з огляду на публічне поле, в якому перебуває компанія. Головне – модель демонструє безпосередній вплив системи управління комунікаціями на рівень довіри цільових аудиторій до конкретного бізнесу та формування і підтримку його репутації у цілому.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Процес формування позитивної репутації бізнесу набуває все більшої актуальності в сучасних умовах, зокрема в Україні. Це пов'язано з тим, що компанії вже не обмежують себе взаємовідносинами лише з клієнтами, співробітниками та партнерами. В умовах «вимушеної» прозорості бізнес змушений знаходити все більше підходів для взаємодії з великою кількістю стейкхолдерів, у тому числі громадськістю, органами державної влади та ін. Ефективним

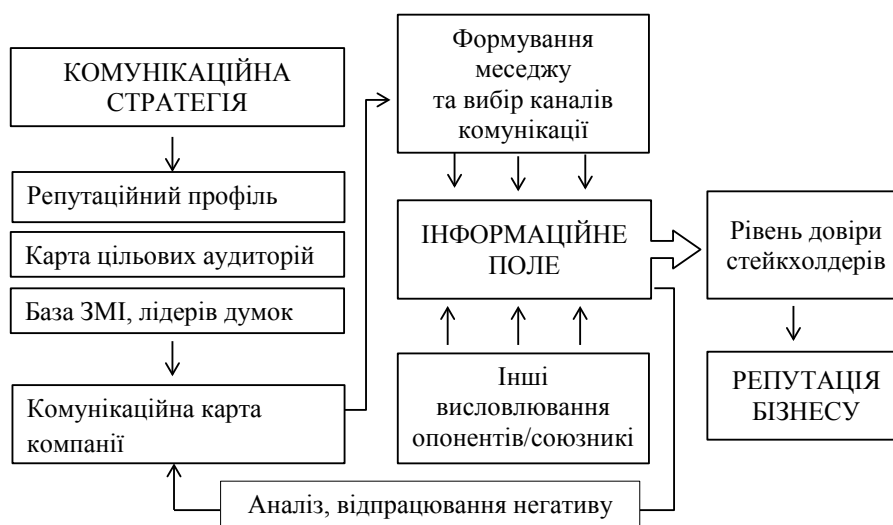


Рис. 3. Модель управління комунікаціями

Джерело: власна розробка

інструментом цього стає система управління комунікаціями в компанії, що ґрунтується на регулярності, оперативності, достовірності та відкритості інформації, що надається спікерами компанії. У статті обґрунтовано використання комплексного підходу до формування стратегії комунікацій в компанії та запропоновано практичні інструменти для її впровадження в процес управління організацією.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Анакшина Т., Кольцова Н. Роль внутренних коммуникаций в реализации стратегии компании. 2014. URL: <http://www.slideshare.net/svetlanayakubovich3/bca-marketing> (дата звернення: 15.11.2019).
 2. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие. Москва : КНОРУС, 2017. 256 с.
 3. Загородников А.Н. Управление общественными связями в бизнесе : учебник. Москва : КНОРУС, 2011. 288 с.
 4. Комиссарова М.Н. Трансформация PR: от связей с общественностью к управлению репутацией. *Регион*. 2013. № 4.2. С. 13–17.
 5. Николаева Ж.В. Основы теории коммуникации : учебно-методическое пособие. Улан-Удэ : ВСГТУ, 2004. 274 с.
 6. Пономарев И. Стратегический менеджмент. 2007. URL: <https://www.slideshare.net/Ponomarev/strategic-management-1> (дата звернення: 17.10.2019).
 7. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Москва : Рефлбук, 2001. 656 с.
 8. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие. Пенза : ПГУ, 2003. 161 с.
 9. Сагер Л.Ю. Дослідження ролі та значення комунікацій на підприємстві. *Вісник Запорізького національного університету*. 2011. № 2(10). С. 77–84.
 10. Сагер Л.Ю. Комунікації в структурі управління підприємствами. *Маркетинг. Менеджмент. Інновації* : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми : Папірус, 2011. С. 573–581.
 11. Daniel J. Edelman Trust Barometer Global Report. 2017. URL: <https://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2017-edelman-trust-barometer-global-results-71035413> (дата звернення: 02.10.2019).
-
- #### REFERENCES:
1. Anakshyna T., Kol'tsova N., (2014) Rol' vnutrennykh kommunikatsyy v realizatsyy stratehyy kompanyy [The role of internal communications in implementing the company's strategy]. Available at: <https://www.slideshare.net/svetlanayakubovich3/bca-marketing> (accessed 15 November 2019).
 2. Hnatyuk O.L. (2017) *Osnovy teoryy kommunkatsyy: uchebnoe posobyе* [Basics of communication theory: a tutorial]. Moscow: KNORUS. (in Russian)
 3. N. Zahorodnykov (2011) *Upravlenye obshchestvennyy svyazyamy v byznese: uchebnyk* [Business relationship management: a tutorial]. Moscow: KNORUS. (in Russian)
 4. M.N. Komyssarova (2013) Transformatsyya PR: ot svyazey s obshchestvennost'yu k upravlenyyu reputatsyey [Transformation of PR: from public relations to reputation management] *Innovative Bulletin Region. Voronezh: CJSC Voronezh Innovation and Technology Center*, no. 4.2, pp. 13–17.
 5. Zh.V. Nikolaeva (2004) *Osnovy teoryy kommunkatsyy : uchebno-metodycheskoe posobyе* [The basics of communication theory: a tutorial]. Ulan-Ude: ESSUTM. (in Russian)
 6. Y.A. Ponomarev (2007) *Stratehicheskyy menedzhent* [Strategic management]. Available at: <https://www.slideshare.net/Ponomarev/strategic-management-1> (accessed 17 October 2019).
 7. H.H. Pochepstov (2001) *Teoryya kommunkatsyy* [Communication theory]. Moscow: REFL-book. (in Russian)
 8. V.E. Reva (2003) *Kommunkatsyonnyy menedzhment* [Communication management: a tutorial]. Penza: PNZGU. (in Russian)
 9. L.Yu. Saher (2011) Doslidzhennya roli ta znachennya komunikatsiy na pidpryyemstvi [Research on the role and importance of communications in the enterprise]. *Bulletin of Zaporizhzhya National University*, vol. 2, no 10, pp. 77–84.
 10. L.Yu. Saher, S.M. Illyashenko (2011) Komunikatsiyi v strukturі upravlinnya pidpryyemstvamy [Communications in the structure of enterprise management]. *Marketynh. Menedzhment. Innovatsiyi: monohrafiya* [Marketing. Management. Innovation: monograph]. Sumy: Ltd. Printing house «Papyrus», pp. 573–581.
 11. Daniel J. Edelman (2017) Trust Barometer Global Report, available at: <https://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2017-edelman-trust-barometer-global-results-71035413> (accessed: 2 October 2019).

УДК 657.1.011.56

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-33>**Пилипенко Л.М.***доктор економічних наук,
професор кафедри обліку та аналізу
Національного університету «Львівська політехніка»***Редько М.О.***студентка
Національного університету «Львівська політехніка»***Pylypenko Lyubomyr***Doctor of Economics,
Professor of the Department of accounting and analysis,
Lviv Polytechnic National University***Redko Mariana***Student
Lviv Polytechnic National University*

АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ УПРОВАДЖЕННЯ ERP-СИСТЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

ANALYSIS OF THE ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF ERP SYSTEM IMPLEMENTATION IN ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено аналізу практичних результатів впровадження однієї з найпопулярніших сьогодні систем автоматизації інформаційного забезпечення управління підприємством – ERP-системи. У ході дослідження встановлено критерії, які відрізняють ERP-системи від інших програмних продуктів. На основі моніторингу світового ринку ERP визначено найбільш популярних виробників цього програмного забезпечення, встановлено сфери економічної діяльності, у яких його впровадження набуло найбільшого поширення. Визначено основні причини та мотиви менеджерів впроваджувати ERP-системи на підприємствах і чинники, які на це впливають. Однак впровадження таких систем у діяльність підприємств потребує значних затрат як фінансових, так і трудових ресурсів, у зв'язку з чим проаналізовано основні технічні, функціональні та організаційні переваги й недоліки запровадження цих систем на підприємствах.

Ключові слова: інформаційне забезпечення управління підприємством, системи автоматизації управління підприємством, системи планування ресурсів, ERP-системи, менеджмент.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу практических результатов внедрения одной из самых популярных сегодня систем автоматизации информационного обеспечения управления предприятием – ERP-системы. В ходе исследования установлены критерии, которые отличают ERP-системы от других программных продуктов. На основе мониторинга мирового рынка ERP определены наиболее популярные производители этого программного обеспечения, установлены сферы экономической деятельности, в которых его внедрение получило наибольшее распространение. Определены основные причины и мотивы менеджеров внедрять ERP-системы на предприятиях и факторы, которые на это влияют. Однако внедрение таких систем в деятельность предприятий требует значительных затрат как финансовых, так и трудовых ресурсов, в связи с чем проанализированы основные технические, функциональные и организационные преимущества и недостатки введения этих систем на предприятиях.

Ключевые слова: информационное обеспечение управления предприятием, системы автоматизации управления предприятием, системы планирования ресурсов, ERP-системы, менеджмент.

ANNOTATION

The rapid pace of economic development has led to an increase in informational load on management staff, that has led to the widespread introduction and usage of automated accounting systems, which greatly facilitate the accomplishment of the tasks set. To improve the management of the enterprise it is necessary to use new methods and modern technical means of various information systems' construction that correspond to the current state of scientific and technological progress. This predetermines the need to increase attention to the new accounting software. The article is devoted to the analysis of practical results of implementation of one of the most popular enterprise management information systems of today - the ERP-system. The study has established criteria that distinguish ERP systems from the other software products. The most popular manufacturers of this software have been identified on the basis of ERP world market research, and the areas of economic activity in which its implementation has become the most widespread have been identified. The market share of basic manufacturers of ERP-systems is established. The main reasons and motives of managers to implement ERP-systems at enterprises and the factors that influence it have been identified. In addition, the average cost of the most popular ERP systems implementation and other costs incurred by businesses other than software licenses have been determined and the services of companies implementing them. The enterprises that implement ERP-systems in their activity by capacity of annual income have been distributed. However, the implementation of such systems in the activity of enterprises requires considerable costs both financial and labor resources, in connection with which the main technical, functional and organizational advantages and disadvantages of implementation of these systems in enterprises are analyzed. Despite the high cost of ERP system implementing and maintaining, the cost of using it can significantly exceed the expenditures. The importance of choosing a software product has been determined depending on the peculiarities of the enterprise activity and the ability of additional costs for its maintenance.

Key words: information support for enterprise management, enterprise management automation systems, resource planning systems, ERP systems, management.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасні способи ведення

господарської діяльності передбачають доволі інтенсивний обмін інформацією між учасниками бізнес-процесів. Потоки інформації можуть відбуватися як усередині підприємства, так і охоплювати декілька підприємств, навіть у різних країнах. Для опрацювання цих потоків інформації використовують різні засоби: комп'ютери, планшети, смартфони тощо. Інформаційні системи і технології полегшують роботу працівників, прискорюють бізнес-процеси всередині підприємства і, як наслідок, підвищують їхню продуктивність. Для керівника ці системи і технології можуть бути не лише способом отримання та аналізу інформації, а й високоефективним інструментом управління.

Інформаційні системи, які нині широко використовують в управлінні підприємствами, можуть виконувати різні функції та бувають різних видів. До найпоширеніших багатфункціональних комплексних інтегрованих інформаційних систем управління підприємствами належать системи планування ресурсів (ERP-системи). Установлено, що впровадження таких систем у діяльність підприємств потребує значних затрат як фінансових, так і трудових ресурсів, що актуалізує питання економічної доцільності такого впровадження, зіставлення його переваг із недоліками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Аналіз проблем ефективності впровадження та розвитку інформаційних технологій на підприємствах широко висвітлений у дослідженнях іноземних та українських науковців, публікаціях експертів і практиків. Серед українських науковців дослідженням сутності ERP-систем та їх впровадження на підприємствах займалися В.Ф. Гамалій, О.А. Журан, І.В. Кальницька, Д.В. Карпова, П.І. Безус, Т.В. Костенко, Н.Р. Полуектова, В.М. Лисак та ін. Об'єктами їхніх наукових праць здебільшого є технічні проблеми застосування ERP-систем, натомість питання економічної ефективності цих систем, установлення їхніх переваг і недоліків залишається недостатньо розкритим.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає у встановленні основних переваг та недоліків упровадження ERP-систем у діяльність підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. ERP-система – це більше ніж звичайне програмне забезпечення; це система, яка консолідує та концентрує всю інформацію підприємства, дає змогу керувати її потоком і забезпечує одночасний доступ до неї низки користувачів підприємства, які працюють у системі та мають відповідні права доступу, у результаті чого підвищуються якість обслуговування клієнтів та ефективність роботи персоналу [1].

ERP-системи не є універсальними. Їх упровадження повинне враховувати галузеву специфіку та інші особливості діяльності. Міжнародна дослідницька компанія Panorama Consulting Solutions у своєму щорічному звіті ERP RREPORT 2018 навела такий галузевий розподіл проектів ERP-систем, упроваджених у 2018 р. (рис. 1).

За даними рис. 1 помітно, що основна частина замовників ERP-системи – це представники промислового сектору економіки. Значний обсяг ERP-систем упроваджено також у сферах фінансів, дистрибуції та інформаційних технологій. Найменша частка впроваджень спостерігається у сфері телекомунікацій, охорони здоров'я й освіти.

Важливою умовою впровадження ERP-системи та вибору відповідного програмного продукту є глибокий аналіз специфіки діяльності підприємства, його організаційної структури, бізнес-процесів, відповідних їм потоків інформації та, найголовніше, інформаційних потреб і запитів користувачів цієї системи в процесі управління діяльністю підприємства, щоб зрозуміти, який результат можна отримати після його впровадження.

Сучасний ринок програмного забезпечення для оптимізації управління ресурсами бізнесу охоплює значний перелік найменувань, проте найчастіше підприємства віддають перевагу виробникам програмних продуктів, представлених на рис. 2.

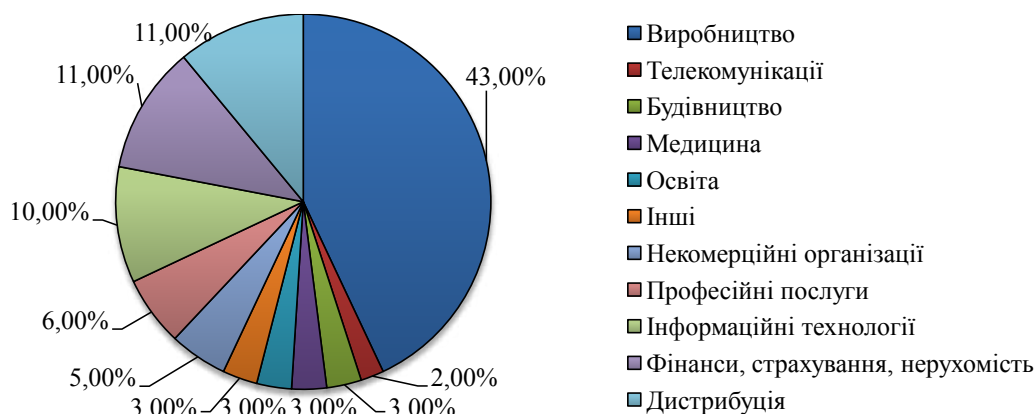


Рис. 1. Галузевий розподіл проектів ERP-систем, упроваджених у 2018 р.

Джерело: візуалізовано за даними [2]

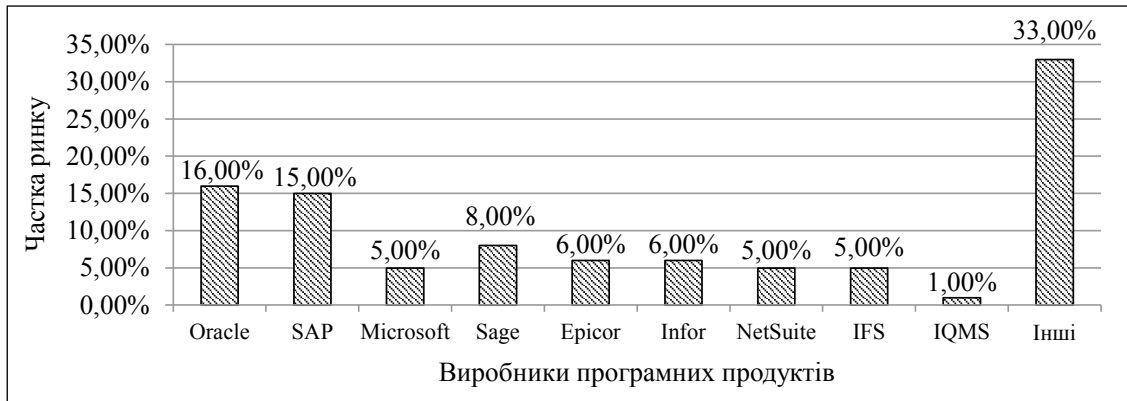


Рис. 2. Частка ринку основних виробників ERP-систем

Джерело: згруповано авторами за даними [2]

В Україні високим рівнем популярності користується програмне забезпечення SAP, Microsoft Dynamics та 1C: ERP. Одними з найпопулярніших виробників ERP-систем для американських та європейських замовників є Oracle, SAP і Sage.

Приймаючи рішення про впровадження комплексної автоматизованої системи управління, більшість керівників підприємств прагне вирішити такі завдання: підвищення ефективності бізнесу, інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності (64%); забезпечення подальшого розвитку й скорочення витрат (57%); поліпшення рівня обслуговування клієнтів (54%) тощо (рис. 3) [2].

На відміну від інших, простіших управлінських інформаційних систем ERP-системи здатні виконувати низку завдань щодо поліпшення ефективності управління підприємствами, зокрема щодо оптимізації та інтегрування всіх підрозділів підприємства та їхніх функцій в єдиній інформаційній системі; мінімізації складських запасів; оптимізації циклу виробництва; прискорення опрацювання замовлень;

зниження обсягів витрат; підвищення рівня рентабельності підприємства тощо [3].

Загалом, аналізуючи функціональні особливості ERP-систем, окрім названих переваг від їх впровадження на підприємстві, можна виділити чотири головні критерії, які відрізняють ERP-системи від інших програмних продуктів (рис. 4).

Незважаючи на те що основним завданням ERP-систем є якісне інформаційне забезпечення управління підприємством, поряд із цим за результатами їх впровадження на підприємстві вирішується низка інших, супутніх, проте необхідних завдань, пов'язаних з удосконаленням організаційної структури, організації бізнес-процесів, забезпеченням прозорості управління тощо. Відповідно до звіту Panorama Consulting Solutions, основними перевагами ERP-систем є (рис. 5) [2].

Окрім того, не менш важливим є значне зниження кількості помилок, пов'язаних із людським чинником, що призводить до підвищення якості обслуговування клієнтів, ефективності роботи персоналу тощо.

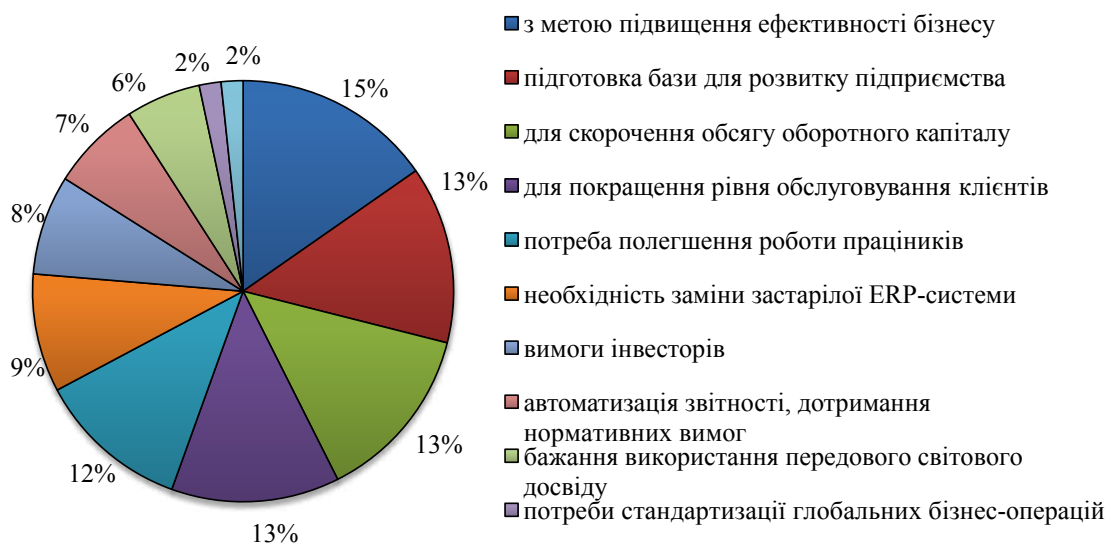


Рис. 3. Причини впровадження ERP

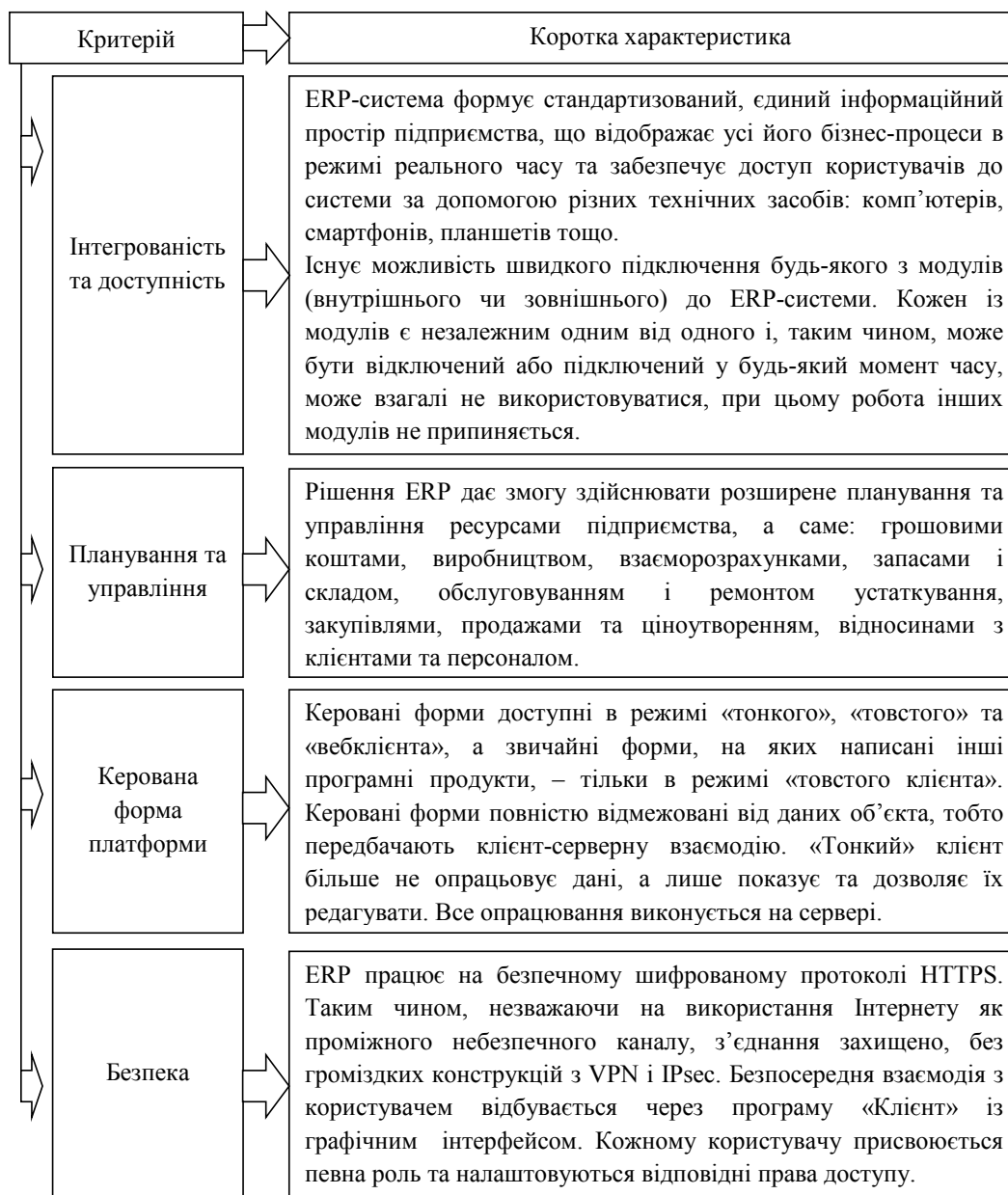


Рис. 4. Критерії, які відрізняють ERP-системи від інших програмних продуктів

Джерело: розроблено авторами та візуалізовано на основі [4–8]

Як показує практика, системи комплексної автоматизації обліку та управління впроваджують підприємства незалежно від обсягів діяльності. Великі підприємства здійснюють це більш стратегічно, вибираючи безпечніші й надійніші програмні рішення, які можна легко трансформувати та оновлювати за зростання масштабів бізнесу. Чим більші масштаби бізнесу (річний дохід), тим більше мотивів у його керівництва до впровадження ERP-системи (рис. 5).

Таким чином, з рис. 5 помітно, що річний дохід більшості підприємств, які впроваджують ERP-системи, варіюється в діапазоні \$50–300 млн. Загалом середній показник річного доходу підприємств, які впровадили ERP, у 2018 р. становив \$ 439 млн [2].

Незважаючи на те що ERP-система має низку переваг для бізнесу, її впровадження супроводжується певними ризиками, які уособлюють недоліки цих систем. Якщо не управляти ними належним чином, проекти ERP можуть коштувати дорожче і займатимуть більше часу, ніж очікувалося. При цьому вони можуть спричинити перебої в роботі.

Окрім зазначених ризиків, можна виділити ще певні технічні недоліки ERP-систем, що впливають з їхніх переваг. Єдина база даних і єдина система породжують значну кількість зв'язків, високий рівень складності самої системи і вимог до апаратної (серверної) частини. Якщо з тієї чи іншої причини перестав працювати ERP-система (наприклад, через відключення електричної енергії або через виник-



Рис. 5. Переваги застосування ERP-систем

Джерело: візуалізовано авторами за даними [2]

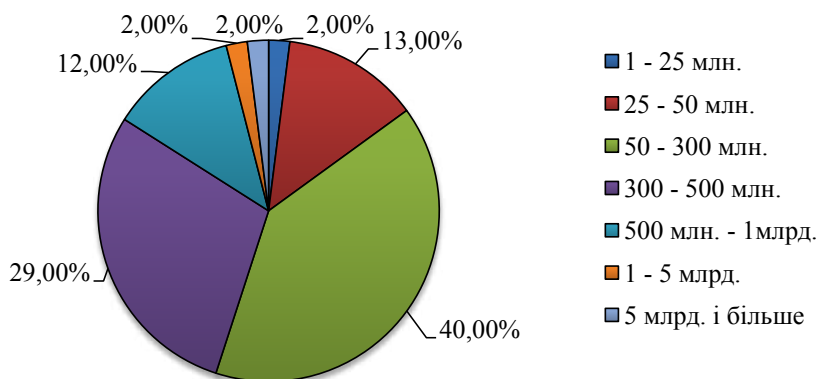


Рис. 6. Річний дохід підприємств, які впроваджують ERP, \$

Джерело: візуалізовано авторами за даними [2]

нення інших проблем на сервері), зупиняється робота підприємства. Тому необхідно особливо зважати на забезпечення надійності роботи серверної частини та її своєчасного технічного обслуговування [9].

ризик низької рентабельності інвестицій [10]. У табл. 1 наведено середню вартість впровадження найпопулярніших ERP-систем.

Із табл. 1 помітно, що впровадження ERP-системи потребує чималих фінансових затрат.

Ще одна проблема, яка часто виникає під час впровадження ERP-системи, – забезпечення безпеки даних. Оскільки в системі працюють усі підрозділи і працівники підприємства, то і права доступу необхідно правильно для них налаштувати. Крім цього, важливо підібрати кваліфікований персонал, здатний швидко адаптуватися до змін та постійно розвиватися [8].

ERP-системі притаманний також недолік, який характерний для всіх складних систем, а саме високий рівень витрат на впровадження, у результаті якого існує

Таблиця 1

Середня вартість впровадження найпопулярніших ERP-систем

Рішення	Вартість впровадження
SAP R/3	Ліцензія на 50 робочих місць коштує близько \$350 тис. Вартість впровадження може у декілька разів перевищувати вартість рішення.
Oracle Applications	Вартість рішення на одне робоче місце становить близько \$5 тис. Повна вартість суттєво залежить від необхідної функціональності і складності впровадження.
iRenaissance	Вартість впровадження – у середньому \$200 тис.
iScala	Середня вартість становить \$2–5 тис за одне робоче місце.
J.D.EdwardsOneWorld	Вартість робочого місця OneWorld коливається від \$400 до \$4000
BAS ERP	Вартість BAS ERP становить близько \$7 тис. Клієнтська ліцензія для 10 користувачів – близько \$800; для 50 користувачів – \$4 тис; для 100 користувачів – \$7 тис. Загальна вартість впровадження може значно перевищувати ціну рішення та ліцензій.
«1С: Підприємство 8. Управління виробничим підприємством»	Вартість програмного забезпечення становить \$5,6 тис. Ліцензія на одне робоче місце коливається від \$130 до \$1 тис; на 10 та 50 користувачів аналогічно як і в BAS ERP. Повна вартість залежить від необхідної функціональності і складності впровадження.

Джерело: сформовано та доповнено авторами за даними [11; 12]

Вартість впровадження залежить не лише від масштабів діяльності та кількості робочих місць. Значну роль відіграє й тип самої ERP-системи.

Окрім того, під час розрахунку вартості впровадження ERP-системи важливо розглядати всі витрати, а не лише вартість ліцензії та послуг компаній, які реалізують їх впровадження, зокрема: витрати, пов'язані з технічним забезпеченням (вартість обладнання, на якому буде встановлено ERP-систему, або ж витрати на купівлю (оренду) серверу та його адміністрування); витрати на приймання фахівців, зайнятих впровадженням (якщо обслуговуюча компанія, що здійснює впровадження, територіально розташована в іншому регіоні); витрати на навчання працівників підприємства; подальший супровід та доопрацювання встановленої системи тощо.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. ERP-системи є важливим інструментом управління ефективністю діяльності підприємства шляхом комплексної та системної автоматизації усіх його бізнес-процесів. Аналіз результатів досліджень щодо практики запровадження цих систем засвідчив їх доцільність і ефективність практично в усіх важливих сферах економічної діяльності, і не лише в комерційних організаціях, а й у некомерційних. Основні недоліки ERP-систем зумовлені труднощами, які виникають під час їх впровадження, значними витратами фінансового і часового ресурсу, а також ризиками, які виникають у процесі експлуатації таких систем. Очевидно, що, приймаючи рішення про доцільність впровадження ERP-системи на підприємстві, менеджером необхідно з'ясувати можливі переваги з недоліками, конкретний перелік яких залежить від багатьох чинників, серед яких – масштаби діяльності підприємства, складність його організаційної структури, впорядкованість системи бізнес-процесів тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Баймульдин М.К., Когай Г.Д., Нурланқызы А. Внедрение и эксплуатация ERP-систем на предприятии. *Автоматика. Информатика*. 2018. № 1(42). С. 53–56.
2. Panorama Consulting Solutions. *Panorama Consulting Group* : вебсайт. URL: <https://www.panorama-consulting.com/erp-blog/> (дата звернення: 27.10.2019).
3. Карпусь Я.В. Переваги та недоліки впровадження ERP-систем для підвищення ефективності діяльності підприємства. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти : праці Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 22 квітня 2016 р. Харків, 2016*. С. 554–559.
4. Управляемые формы. *Infostar.ru* : вебсайт. URL: <https://infostar.ru/public/198766/> (дата звернення: 27.10.2019).
5. Управляемые формы в 1С. *CloudZZ* : вебсайт. URL: <https://cloudzz.com/upravlyaemye-formi-v-1s/> (дата звернення: 27.10.2019).
6. Катрич Д.В. Захист інформації в ERP-системі підприємства. *Адаптивні системи автоматичного управління*. 2017. № 2. С. 17–25.

7. Таблица порівняння BAS ERP і УВП 1С: Підприємство: порівняння функціональності «Управління виробничим підприємством» і BAS ERP. *TQM Systems* : вебсайт. URL: <http://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/tablycy-a-porivnyannya-upp-ta-bas-erp> (дата звернення: 02.11.2019).
8. Гафіяк А.М. ERP-системи: переваги та недоліки. *Тези 71-ї наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів університету*. 2019. Т. 1. С. 377–378. URL: <http://reposit.pntu.edu.ua/handle/PolNTU/5888> (дата звернення: 02.11.2019).
9. 7 Common Questions About ERP Software. *Panorama Consulting Group* : вебсайт. URL: <https://www.panorama-consulting.com/7-common-questions-about-erp-software/> (дата звернення: 14.11.2019).
10. Михайлов А.П., Елуферьева Ю.С. ERP-системы и корпоративные порталы. *Экономика и социум. Информационные и коммуникативные технологии*. 2016. № 4(23). С. 788–791. URL: <https://readera.org/erp-sistemy-i-korporativnye-portaly-140119471> (дата звернення: 05.11.2019).
11. Євдокимов В.В., Лозинський Д.Л. Аналіз економічної ефективності впровадження бухгалтерських інформаційних систем. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2009. № 3(49). С. 55–59.
12. Кавецький В.В., Лавута С.В. Особливості сучасних систем планування виробничої діяльності. *Збірник тез доповідей* : матеріали XIV наук.-техн. конференції підрозділів Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, 02-11 березня 2016 р. Вінниця, 2016. С. 1759–1766.

REFERENCES:

1. Baymul'din M.K., Kogay G.D., Nurlankyzy A. (2018). Vnedrenie i ekspluatatsiya ERP-sistem na predpriyatii [Implementation and operation of ERP-systems in the enterprise]. *Scientific and technical journal «Automation. Computer science»*. vol. 1, no 42, pp. 53–56.
2. Oficijnyj sajt Panorama Sonsulting Solutions. *Panorama Consulting Group*. Available at: <https://www.panorama-consulting.com/erp-blog/> (accessed 27 October 2019).
3. Karpusj Ja.V. (2016). Perevaghy ta nedoliky vprovadzhennja ERP-system dlja pidvyshhennja efektyvnosti dijajlnosti pidpryjemstva [Advantages and disadvantages of implementing ERP systems to improve the efficiency of the enterprise]. *Proceedings of the The development of the European space through the eyes of young people: economic, social and legal aspects* (Ukraine, Kharkiv, April 22, 2016). Kharkiv, pp. 554–559.
4. Upravlyaemye formy. *Infostar.ru*. Available at: <https://infostar.ru/public/198766/> (accessed 27 October 2019).
5. Upravlyaemye formy v 1S. *CloudZZ*. Available at: <https://cloudzz.com/upravlyaemye-formi-v-1s/> (accessed 27 October 2019).
6. Katrych D.V. (2017). Zakhyst informacii v ERP-sistemi pidpryjemstva [Protection of information in the enterprise ERP-system]. *Interdepartmental Scientific and Technical Collection «Adaptive Automatic Control Systems»*, no 2, pp. 17–25.
7. Tablycja porivnjannja BAS ERP і UVP 1S: Pidpryjemstvo: porivnjannja funkcionalnosti «Upravlinnja vyrobnychym pidpryjemstvom» і BAS ERP. *TQM Systems*. Available at: <http://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/tablycy-a-porivnyannya-upp-ta-bas-erp> (accessed 02 November 2019).
8. Ghafijak A.M. (2019). ERP-systemy: perevaghy ta nedoliky. [ERP Systems: Advantages and Disadvantages]. *Tezy 71-oji naukovoji konferenciji profesoriv, vykladachiv, naukovykh*

- pracivnykiv, aspirantiv ta studentiv universytetu, vol. 1, pp. 377-378. Available at: <http://reposit.pntu.edu.ua/handle/PoltNTU/5888> (accessed 02 November 2019).
9. 7 Common Questions About ERP Software. Panorama Consulting Group. Available at: <https://www.panorama-consulting.com/7-common-questions-about-erp-software/> (accessed 14 November 2019).
 10. Mikhaylov A.P., Elufer'eva Yu.S. (2016). ERP-sistemy i korporativnye portaly [ERP systems and corporate portals]. *Economics and Society (electronic journal)*, vol. 4, no 23, pp. 788-791. Available at: <https://readera.org/erp-sistemy-i-korporativnye-portaly-140119471> (accessed 05 November 2019).
 11. Jevdokymov V.V., Lozynskij D.L. (2009). Analiz ekonomichnoji efektyvnosti vprovadzhenja bukhhaltersjkykh informacijnykh system. [Analysis of economic efficiency of introduction of accounting information systems]. *Bulletin of the Zhytomyr State Technological University of Ukraine*, vol. 3, no 49, pp. 55–59.
 12. Kavecjkij V.V., Lavuta S.V. (2016). Osoblyvosti suchasnykh system planuvannja vyrobnychoji dijajlnosti [Features of modern production planning systems]. *Proceedings of the Zbirnyk tez dopovidej: materialy XIV nauk.-tekhn. konferenciji pidroz-diliv Vinnyckogho nacionaljnogho tekhnichnogho universytetu (Ukraine, Vinnycja, March 02-11, 2016)*. *Zbirnyk tez dopovidej. Vinnycja*, pp. 1759–1766.

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-34>**Пономаренко І.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київського національного університету технологій та дизайну***Ярема К.О.***асистент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київського національного університету технологій та дизайну***Ponomarenko Ihor***PhD, Associate professor,
Associate professor of Economic
Cybernetics and Marketing Department,
Kyiv National University of Technologies and Design***Yarema Katerina***Assistant of Economic
Cybernetics and Marketing Department,
Kyiv National University of Technologies and Design*

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ

INTERNET MARKETING AS A TOOL TO ENSURE COMPANY'S COMPETITIVENESS

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено особливості використання Інтернет-маркетингу компаніями у сучасних умовах. Доведено доцільність застосування основних каналів цифрового маркетингу в умовах діджиталізації переважної більшості соціально-економічних процесів. Виявлено специфіку розвитку Інтернет-маркетингу в Україні, а також окреслено основні чинники, які негативно впливають на впровадження передового маркетингового досвіду у віртуальному середовищі в країні. Доведено тісний взаємозв'язок між електронною комерцією та Інтернет-маркетингом. Визначено, що суть маркетингового дослідження полягає у послідовному проведенні всіх необхідних етапів для отримання аналітичних висновків та прийняття ефективних управлінських рішень. Доведено необхідність формування КРІ, що являють собою ключові показники ефективності досліджуваних процесів.

Ключові слова: Інтернет-маркетинг, електронна комерція, контент, просування, цільова аудиторія.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы особенности использования Интернет-маркетинга компаниями в современных условиях. Доказана целесообразность применения основных каналов цифрового маркетинга в условиях диджитализации подавляющего большинства социально-экономических процессов. Выявлена специфика развития Интернет-маркетинга в Украине, а также обозначены основные факторы, которые негативно влияют на внедрение передового маркетингового опыта в виртуальной среде в стране. Доказана тесная взаимосвязь между электронной коммерцией и Интернет-маркетингом. Определено, что суть маркетингового исследования заключается в последовательном проведении всех необходимых этапов для получения аналитических выводов и принятия эффективных управленческих решений. Доказана необходимость формирования КРІ, представляющих собой ключевые показатели эффективности исследуемых процессов.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, электронная коммерция, контент, продвижение, целевая аудитория.

ANNOTATION

The article explores the peculiarities of the use of Internet marketing by companies in modern conditions. The features of digitization of the national economic system in the conditions of globalization processes expansion, introduction of innovative technologies and growth of the population share actively using the Internet and related technologies are considered. It is established that the use of the Internet enables companies to commercialize their own web resources and maximize the profit through this channel in specific space-time conditions. The facts that have been started explain the possibility of establishing contact with a large number of users in different geographical locations and at any time. The expediency of using the main digital marketing channels in the context of digitization of the vast majority of socio-economic processes has been proved. Given the presence of active digitization processes in today's context, it is necessary to actively study the specifics of using modern digital marketing channels and actively use them to establish communications with the target audience. Integrating companies' internet marketing strategy into companies overall business strategy will allow companies to build strong relationships with potential customers on a long-term basis. The specifics of the development of Internet marketing in Ukraine are revealed, as well as the main factors that negatively influence the implementation of best marketing experience in the virtual environment in the country. The close relationship between e-commerce and Internet marketing has been proven. It is determined that the essence of marketing research is to consistently carry out all the necessary steps to obtain analytical conclusions and make effective management decisions. The necessity of formation of KPIs, which represent the key indicators of efficiency of the studied processes, is proved. The processing of the obtained information is possible with the help of a large number of specialized statistical packages, among which it is expedient to distinguish SPSS, Statistica, R, Python. With their help it is possible to comprehensively analyze the presence of relationships, structure and structural shifts, trends of processes and phenomena, to classify research objects according to certain characteristics, etc.

Key words: Internet marketing, e-commerce, content, promotion, target audience.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасний світ характеризується активними процесами діджиталізації, які нерозривно пов'язані з розповсюдженням мережі Інтернет та збільшенням чисельності її користувачів. Інноваційні технології інтегруються в усі аспекти соціально-економічної діяльності, що призводить до відповідних трансформацій бізнес-процесів та зміни поведінки населення. Поряд із цим компаніям доводиться адаптуватися до поточних потреб потенційних клієнтів, які бажають отримувати інноваційні продукти. У багатьох випадках Інтернет виступає комунікатором між цільовою аудиторією та компаніями. Окреслена ситуація призвела до активного розвитку цифрового маркетингу, що характеризується певними інструментами для взаємодії з потенційними клієнтами [1; 2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідженню питань Інтернет-маркетингу присвячено праці таких учених, як Л. Вінарік, Ф. Котлер, Л. Литовченко, Г. Ляшенко, М. Макарова, Р. Уїлсон, І. Успенський, А. Хартман та ін. Поряд із цим для прийняття оперативних та ефективних управлінських рішень необхідно використовувати комплексну статистичну інформацію, яка може отримуватися за допомогою вебаналітики. Ураховуючи наведені обставини, існує потреба у проведенні комплексних досліджень у сфері Інтернет-маркетингу на постійній основі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження особливостей використання Інтернет-маркетингу для забезпечення конкурентоспроможності компанії в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Завдяки глобальній мережі компанії мають можливість виходити на міжнародний рівень та пришвидшувати комунікації з партнерами і клієнтами, що сприяє поширенню продукції через цифрове середовище. Використання Інтернету дає змогу отримати переваги як компаніям та споживачам, так і національним економічним системам завдяки активному запровадженню інноваційних технологій та глобалізації більшості процесів. Отже, завдяки проникненню Інтернету в усі аспекти економічної діяльності відбувається трансформація ведення бізнесу та зменшення витрат на просування продукції у віртуальному середовищі.

Ураховуючи наведені обставини, компанії змушені активізувати роботу в напрямі використання Інтернет-маркетингу, щоб досягти необхідного рівня конкурентоспроможності. Розроблення відповідної стратегії цифрового маркетингу передбачає побудову та запровадження нових планів із чітко виписаними орієнтирами, яких потрібно досягти впродовж установленого періоду часу, співставляти наявні ресурси з можливи-

ми результатами, яких можна досягти впродовж зазначених часових термінів [3].

Сучасний ринок Інтернет-маркетингу в Україні має значні перспективи для зростання та виступає рушійною силою розвитку національних підприємств та їх виходу на міжнародний рівень. Незважаючи на наявність певних кризових явищ у національній економічній системі впродовж 2014–2015 рр., слід відзначити не тільки загальне зростання ринку Інтернет-маркетингу в довгостроковій перспективі, а й активне запровадження на постійній основі передових технологій: машинне навчання, штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність тощо. Поряд із цим слід відзначити недостатню інтенсивність запровадження технологій цифрового маркетингу в Україні, оскільки порівняно з розвиненими країнами світу діджиталізація розвивається в державі із запізненням на декілька років. Водночас спостерігається значна диференціація у впровадженні передових технологій цифрового маркетингу за регіонами країни. Особливо низький рівень проникнення Інтернет-технологій відзначається в Україні у сільській місцевості та депресивних регіонах. Обраний у 2019 р. уряд пропонує інтенсифікацію процесів діджиталізації на національному та регіональному рівнях, що дасть змогу оптимізувати діяльність органів державної влади та сприятиме розвитку бізнесу із застосуванням передових технологій. Проте на разі окреслені плани не набули практичної реалізації в масштабах країни. У перспективі запровадження передової концепції діджиталізації в Україні може призвести до появи інтермаркетингу в країні та підвищення конкурентоспроможності національної економічної системи у глобальному просторі.

Інтернет-маркетинг виступає середовищем для розвитку електронної комерції, оскільки поєднує між собою клієнтів та продавців продукції за допомогою інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій, перетворюючи їх взаємовідносини завдяки зручності та швидкості комунікацій та процесу просування товарів і послуг між учасниками відповідного ринку.

Розглянемо більш детально сутність Інтернет-маркетингу, який поєднує у собі елементи традиційного маркетингу (товар, розподіл, просування, маркетингові дослідження) з інноваційними підходами та технологіями глобальної мережі, що дають змогу нівелювати фактор просторового розподілу країн або окремих регіонів, пришвидшують проведення будь-яких операцій та знижують вартість впроваджуваних заходів.

У структурі Інтернет-маркетингу важливе місце посідають маркетингові дослідження. Важливість представленого елемента пояснюється необхідністю прийняття обґрунтованих рішень як на тактичному, так і на стратегічному рівні. У процесі розроблення стратегій комплекс заходів здійснюється виходячи з аналізу окремих елементів: специфіки функціонування внутрішніх процесів підприємства, особливос-

тей певного ринку, конкурентного середовища, соціально-економічних та психологічних особливостей цільової аудиторії тощо. У будь-якому разі аналіз передбачає застосування комплексної статистичної інформації, яка дасть змогу всебічно дослідити певний процес.

Суть маркетингового дослідження полягає у послідовному проведенні всіх необхідних етапів для отримання аналітичних висновків та прийняття ефективних управлінських рішень. На першому етапі необхідно розробити методологію дослідження, яка включає формування мети дослідження, тобто змістовність оцінювання певного явища або процесу. Поряд із цим необхідно чітко визначити об'єкт дослідження, відомості про який будуть збиратися та екстраполюватися на маркетингову стратегію компанії. Чітке формулювання об'єкта дослідження та ключових ознак, за якими доцільно збирати інформацію, дасть змогу отримати високоякісні результати та розробити ефективну маркетингову стратегію для комунікування із цільовою аудиторією і просування відповідної продукції. На даному етапі формується перелік питань, відомості стосовно яких і будуть збиратися під час проведення дослідження [4; 5].

У процесі проведення маркетингового дослідження необхідно підібрати персонал відповідного професійно-кваліфікаційного рівня, що дозволить отримати у підсумку високоякісні результати. Слід відзначити, що в деяких випадках доцільно скористатися послугами спеціалізованої компанії на умовах аутсорсингу. У будь-якому разі передбачається використання спеціалізованого програмного забезпечення, що дасть можливість провести збір, обробку та аналіз отриманих результатів.

На наступному етапі здійснюється безпосередній збір інформації. У сучасних умовах можливо збирати дані за допомогою опитування. Поряд із цим до передових напрямів накопичення статистичної інформації відноситься вебаналітика, яка дає змогу за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення, що інтегроване на ресурси компанії в мережі Інтернет, оперативного збирати дані за налаштованою системою показників. Також можливо на основі великої системи показників сформувати КРІ (Key Performance Indicators), що являють собою ключові показники ефективності досліджуваних процесів.

Обробка отриманої інформації можлива за допомогою великої кількості спеціалізованих статистичних пакетів, серед яких доцільно виокремити SPSS, Statistica, R, Python. За їх допомогою можливо комплексно проаналізувати наявність взаємозв'язків, структуру та структурні зрушення, тенденції розвитку процесів та явищ, класифікувати об'єкти дослідження згідно з певними ознаками тощо.

Серед інноваційних методів обробки даних слід виокремити машинне навчання, яке дає змогу за допомогою нейронних мереж, випад-

кових дерев, кластерного аналізу та інших підходів виявляти взаємозв'язки та взаємозалежності у великих масивах структурованої та неструктурованої інформації.

Водночас слід звернути увагу на ВІ-системи, що дають можливість управляти базами даних та будувати зведені таблиці і графіки згідно з наявною статистичною інформацією та потребами компанії в процесі реалізації певної маркетингової стратегії. Зазначені системи підходять до інтеграції інформації з багатьох баз даних, поєднуючи їх за допомогою мережі Інтернет. Використовуючи інтегровану інформацію, будуються OLAP-куби, що представляють дані на основі системи фільтрів, яка зазначається користувачем. На рис. 1 представлено квадрат ВІ-платформ у 2019 р., що характеризує повноту відображення та повноту функціональності.

Іншим важливим складником Інтернет-маркетингу є комплекс «4Р» завдяки застосуванню таких компонентів, як продукт, ціна, просування та місце. У даному разі Інтернет виступає як середовище для просування товарів та послуг компанії. Елементи традиційного маркетингу в Інтернеті набувають нового вираження завдяки діджиталізації взаємовідносин на тлі істотної конкуренції між великою кількістю компаній.

Доцільно більш детально розглянути основні інструменти Інтернет-маркетингу, які повинні використовувати компанії у сучасних умовах. Першочерговим елементом для більшості компаній є вебсайт, що виступає першочерговим інструментом для налагодження контакту із цільовою аудиторією. Вебресурс повинен містити відповідну актуальну інформацію, яка дає можливість відвідувачам сформулювати першочергове уявлення про компанію та її продукцію. Залежно від специфіки компанії, особливостей цільової аудиторії та характеристик продукції розміщується відповідний тематичний контент.

У випадку зі специфічними брендами або запуском нової продукції буває доцільним запуск Landing Page, що має лише одну сторінку. Сайт-візитівка містить базову інформацію про продукт та виступає як рекламне повідомлення про конкретний товар або послугу.

Також великого значення у сучасних умовах набуває використання власних профілів у соціальних медіа. Ефективність зазначеного інструмента цифрового маркетингу пояснюється значною популярністю серед користувачів Інтернету соціальних мереж, йдеться передусім про Facebook, Instagram, Twitter та LinkedIn. Постійна комунікація компанії з потенційними клієнтами у зазначених соціальних медіа в довгостроковій перспективі сприяє підвищенню рівня конверсії.

Поряд із розміщенням актуального контенту, який орієнтований на відповідну цільову аудиторію, важливо оформлювати вебресурси компанії у відповідному фірмовому стилі. Використання окремих графічних елементів компанії, а також кольорових гам дає можливість



Рис. 1. Квадрат BI-платформ, що характеризує повноту відображення та повноту функціональності у 2019 р. [6]

імplementувати у підсвідомість цільової аудиторії певні асоціації, що пов'язані з компанією. У майбутні періоди часу зустріч потенційних клієнтів із певними елементами фірмового стилю компанії автоматично буде призводити до згадування ними конкретного бренду [7–9].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, у сучасних умовах великого значення набуває Інтернет-маркетинг, який виступає не тільки як неодмінний атрибут більшості компаній, а й дає змогу отримати максимально можливий ефект. Оптимізація маркетингової діяльності сучасних компаній передбачає підбір найбільш ефективних інструментів цифрового маркетингу та їх відповідне застосування виходячи зі специфіки кожної цільової групи.

Сучасний ринок Інтернет-маркетингу в Україні має значні перспективи для зростання та виступає рушійною силою розвитку національних підприємств та їх виходу на міжнародний рівень. Інтернет-маркетинг виступає як середовище для розвитку електронної комерції, оскільки поєднує між собою клієнтів та продавців про-

дукції за допомогою інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій, перетворюючи їх взаємовідносини завдяки зручності та швидкості комунікацій та процесу просування товарів і послуг між учасниками відповідного ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чубукова О.Ю., Ралле Н.В. Складові інноваційної економіки – освіта, технологічні уклади, когнітивні технології. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 3(7). С. 130–133.
2. Ślusarczyk B., Dziekański P. Marketing terytorialny wyzwaniem współczesnego samorządu – wybrane zagadnienia. OSTRÓG, Ostrowiec Świętokrzyski, 2014. S. 1–56.
3. 5 ключевых направлений Интернет-маркетинга для успеха в 2019 году : вебсайт. URL: <https://geniusmarketing.me/lab/5-klyuchevykh-napravlenij-internet-marketinga-dlya-uspeha-v-2018-godu/> (дата звернення: 26.12.2019).
4. How to Do Market Research: A 6-Step Guide : вебсайт. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/market-research-buyers-journey-guide> (дата звернення: 26.12.2019).
5. 10 Essential Market Research Methods : вебсайт. URL: <https://www.brandwatch.com/blog/market-research-methods/> (дата звернення: 26.12.2019).

6. Magic Quadrant for Analytics and Business Intelligence Platforms : вебсайт. URL: https://www.gartner.com/doc/reprints?id=1-67DZMXJ&ct=190208&st=sb&fbclid=IwAR1MYt1__2bVeCN-Zer-jOsnfek3VNujjeCcll6wFZiUp_ihM-lzF-HGrFM (дата звернення: 26.12.2019).
7. Viral Marketing : вебсайт. URL: <https://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/viral-marketing.html> (дата звернення: 26.12.2019).
8. Affiliate Marketing Made Simple: A Step-by-Step Guide : вебсайт. URL: <https://neilpatel.com/what-is-affiliate-marketing/> (дата звернення: 26.12.2019).
9. Digital Marketing Communications : вебсайт. URL: <https://www.easa-alliance.org/issues/digital-marketing> (дата звернення: 26.12.2019).
3. 5 klyuchevykh napravlenij internet-marketinga dlya uspekha v 2019 godu [5 key areas of Internet marketing for success in 2019]. Available at: <https://geniusmarketing.me/lab/5-klyuchevyx-napravlenij-internet-marketinga-dlya-uspexa-v-2018-godu/> (accessed 26 December 2019).
4. How to Do Market Research: A 6-Step Guide. Available at: <https://blog.hubspot.com/marketing/market-research-buyers-journey-guide> (accessed 26 December 2019).
5. Essential Market Research Methods. Available at: <https://www.brandwatch.com/blog/market-research-methods/> (accessed 26 December 2019).
6. Magic Quadrant for Analytics and Business Intelligence Platforms. Available at: https://www.gartner.com/doc/reprints?id=1-67DZMXJ&ct=190208&st=sb&fbclid=IwAR1MYt1__2bVeCN-Zer-jOsnfek3VNujjeCcll6wFZiUp_ihM-lzF-HGrFM (accessed 26 December 2019).

REFERENCES:

1. Chubukova O.Yu., Rallye N.V. (2016) Skladovi innovatsiy noi ekonomiky – osvita, tekhnolohichni układy, kohnityvni tekhnolohiyi [Components of innovative economy – education, technological way, cognitive technologies]. *Naukovyy visnyk Polissya*, vol. 3, no. 7, pp. 130–133. (in Ukrainian)
2. Ślusarczyk B., Dziekański P. (2014). Marketing terytorialny wyzwaniem współczesnego samorządu – wybrane zagadnienia, OSTRÓG, Ostrowiec Świętokrzyski (B. Ślusarczyk – autorstwo I, II, III i IV rozdziału, pp. 1–56). (in Polish)
7. Viral Marketing. Available at: <https://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/viral-marketing.html> (accessed 26 December 2019).
8. Affiliate Marketing Made Simple: A Step-by-Step Guide. Available at: <https://neilpatel.com/what-is-affiliate-marketing/> (accessed 26 December 2019).
9. Digital Marketing Communications. Available at: <https://www.easa-alliance.org/issues/digital-marketing> (accessed 26 December 2019).

УДК 658.8

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-35>**Роговая Т.Ю.***студентка**Національного аерокосмічного університету
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»***Калініна О.М.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту**Національного аерокосмічного університету
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»***Rohovaia Taisiia***student at the Department of Management**National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute»***Kalinina Olha***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Management**National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute»*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ

FEATURES OF LOGISTIC SYSTEM MANAGEMENT OF OIL AND GAS ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сутність поняття «логістична система» та представлено власну точку зору з приводу зазначеного поняття. Розглянуто особливості управління логістичними системами підприємств нафтогазового комплексу. Увагу в роботі акцентовано на тому, що нині більшість українських промислових підприємств нафтогазового комплексу позбавлена розуміння та стратегічного бачення керування логістичною системою і не приділяє великої уваги оптимізації та вдосконаленню логістичних процесів, що суттєво знижує ефективність роботи підприємств. Розроблення й реалізацію стратегії управління логістичною системою таких підприємств з урахуванням умов ринкового середовища та специфіки руху матеріального потоку від джерела сировини через виробничі ланки до кінцевого споживача доцільно проводити у співвідношенні зі стратегією збуту, а саме з урахуванням логістичних концепцій.

Ключові слова: виробничо-промислове підприємство нафтогазового комплексу, конкурентоспроможність, логістична система, концепція, логістика, матеріальний потік.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена сущность понятия «логистическая система» и представлена своя точка зрения по поводу указанного понятия. Рассмотрены особенности управления логистическими системами предприятий нефтегазового комплекса. Внимание в работе акцентировано на том, что в наше время большинство украинских промышленных предприятий нефтегазового комплекса лишено понимания и стратегического видения управления логистической системой и не уделяет большого внимания оптимизации и совершенствованию логистических процессов, что существенно снижает эффективность работы предприятий. Разработку и реализацию стратегии управления логистической системой таких предприятий с учетом условий рыночной среды и специфики движения материального потока от источника сырья через производственные звенья к конечному потребителю целесообразно проводить в соотношении со стратегией сбыта, а именно с учетом логистических концепций.

Ключевые слова: производственно-промышленное предприятие нефтегазового комплекса, конкурентоспособность, логистическая система, контроллинг, концепция, логистика, материальный поток.

ANNOTATION

The article discusses the essence of the concepts of “logistics system” and presents its own point of view regarding this concept. The features of managing the logistics systems of oil and gas industry enterprises are considered. Understanding of features of the logistic system of industry, will help to decide some its problems, for example, of presence of large supplies of raw material and prepared products. Attention is drawn to the fact that most Ukrainian industrial and industrial enterprises of the oil and gas complex at the present stage of activity are devoid of understanding and strategic vision of logistics processes management and do not pay sufficient attention to optimization and improvement of these processes. Accordingly, the development and implementation of a resource strategy for such enterprises, taking into account the variability of market environment conditions and the specificity of the movement of material flow from the primary source of raw materials through production units to the end consumer, it is advisable to carry out in relation to the sales strategy on the basis of existing bases, namely, the concepts of logistics. The logistic system of operating oil-processing factory is considered in the article. The essence and basic principles of forming the system of management of the logistic system of an oil and gas enterprise in terms of adaptation to negative changes in the external and internal environments are revealed in the article. It is determined that the logistics system is a set of logistic subsystems, which are interconnected by in-house production relationships, organized according to the rules and procedures of the enterprise or their association within a certain territory, and function to achieve the sole logistical purpose of the enterprise or their association. The structure of the logistic system of oil and gas enterprises, which includes subsystems of supply, storage, production, sale and domination, was generalized, which allowed to offer ways of optimizing its management. The article also presents the developed mechanism for improving the logistics system of oil and gas enterprises at the expense of internal reserves.

Key words: production and industrial enterprise of oil and gas complex, competitiveness, logistic system, controlling, concept, logistics, material flow.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Кожне підприємство в процесі своєї діяльності прагне якнайкраще досягнути таких складників, як висока якість та оптимальна ціна. Проте тільки ці складники не гарантують йому бути конкурентоспроможним у сучасних умовах ведення бізнесу. Третім складником повинен бути час, який так бажають мінімізувати виробничі підприємства. Це можна досягти завдяки ефективному управлінню оборотним капіталом на кожній стадії виробничого процесу, продажного та післяпродажного сервісу. Окрім того, виробничі підприємства повинні оптимізувати свої логістичні витрати, які пов'язані зі створенням та накопиченням запасів, а також синхронізувати процеси доставки матеріальних ресурсів і готової продукції в необхідних кількостях тоді, коли їх потребують відповідні ланки виробничої та дистрибуційної систем. Особливо це відноситься до підприємств нафтогазового комплексу: недостатньо обґрунтована значна кількість сировини впливає на збільшення кількості запасів готової продукції, а, навпаки, замала кількість сировини може спричинити зменшення темпів виробництва. Обидві ситуації призводять до втрат прибутку. Якщо підприємство робить акцент лише на стратегії збуту без аналізу та формування обґрунтованої ресурсної стратегії, то це зумовлює виникнення дисбалансу діяльності виробничого підприємства, наприклад відносин із дистрибуцією, зростання виробничого циклу, сповільнення оборотності оборотного капіталу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Управління логістичною системою виробничих підприємств та підприємств нафтогазового комплексу представлено в працях таких учених, як А.Б. Алибеков, А.А. Пиримжанов, С.Н. Бейсенов, Р.К. Бегалієв, Н.Б. Алібеков [1], Ю.А. Щербанин [2].

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Кожне виробниче підприємство незалежно від форми власності, спеціалізації й типу виробництва в процесі своєї діяльності послідовно і постійно вирішує завдання, пов'язані з виконанням його основних трьох функцій: закупівля засобів виробництва – функція постачання; переробка предметів праці в готову продукцію – виробнича функція; продаж товар – функція збуту. Раціонально побудована логістична система нафтогазового підприємства забезпечує виконання зазначених функцій, впливає на оптимальне протікання усіх бізнес-процесів на підприємстві, сприяє зростанню економічної активності, розвитку інновацій, збільшенню інвестиційної привабливості підприємств.

Аналіз визначень «логістична система» [3, с. 23; 4, с. 16] дає змогу зробити висновок про те, що всі трактування переважно зосереджені на тому, що логістична система – це, за

своєю сутністю, складна, організаційно завершена (структурована) економічна система, яка складається з підсистем, взаємопов'язаних в єдиному процесі управління матеріальними і супутніми їм потоками. Іншими словами, логістична система – це система, яка складається з декількох підсистем, виконує логістичні функції і має розвинені зв'язки із зовнішнім середовищем, тобто з ринком (постачальниками, споживачами, посередниками, партнерами).

Рекомендується таке визначення логістичної системи на нафтопереробному підприємстві: логістична система нафтопереробного підприємства – це складна відкрита система підприємства з виконання логістичних функцій та операцій, що базується на взаємопов'язаних показниках та результатах матеріально-технічної, організаційно-економічної та нормативно-правової підсистем, які об'єднані єдиним безперервним логістичним процесом.

Логістичний процес необхідно починати з розроблення та реалізації ресурсної стратегії, яку доцільно проводити у співвідношенні зі стратегією збуту на основі наявного базового підґрунтя, а саме логістичних концепцій. Для виконання поставленого завдання в роботі було проведено аналіз сильних, нейтральних і слабких сторін одного з підприємств нафтогазового комплексу України (табл. 1).

Проведені дослідження зумовили висновок, що логістика на підприємстві сприймається лише як організація транспортування та складування, як і на більшості вітчизняних підприємств. Тобто відбувається заміна понять. Склад або відділ постачання можуть просто перейменувати до відділу логістики, але для підприємства це нічого не змінює, тому що використовується лише інструмент логістики, а не логістична концепція у цілому. На багатьох підприємствах нафтогазового комплексу взагалі немає посади логіста або відділу, тому методологія управління матеріальними, інформаційними і фінансовими потоками спрощується або взагалі не використовується. Для зменшення логістичних витрат нафтогазового підприємства відділ логістики (або логіст) повинен аналізувати весь ланцюжок поставок.

За наявності відділу логістики та ефективної організації роботи відділу вирішується не тільки проблема зайвих витрат, а й скорочується кількість міжфункціональних конфліктів між відділами компанії, страхові запаси зменшуються, прискорюється оборотність капіталу, знижується собівартість продукції та логістичних витрат у дистрибуції, з'являється можливість забезпечити відповідність можливостей компанії вимогам споживачів до якості товарів та рівня наданих послуг. Система управління витратами з відповідним складом її елементів формується самостійно кожним підприємством нафтогазового комплексу.

З метою забезпечення ефективності системи управління витратами доцільне здійснення таких заходів:

Таблиця 1

Результати SNW-аналізу підприємства нафтогазового комплексу

№	Ключові параметри в діяльності підприємства	Сильна S	Нейтральна N	Слабка W	Коментар
1.	Навчання персоналу	X			Навчання персоналу на найвищому рівні, проводяться регулярні підвищення кваліфікації, навчання. Участь у міжнародних конференціях.
2.	Умови праці	X			Умови праці регулюються відділом з охорони праці.
3.	Мотивація і стимулювання персоналу	X			Є чітка стратегія мотивації персоналу.
4.	Кваліфікація персоналу	X			Висока кваліфікація персоналу.
5.	Організація планування			X	Із плануванням потреб підприємство має проблеми. Такий висновок можна зробити з великої кількості запасів готової продукції на підприємстві.
6.	Уважне ставлення до клієнтів		X		Підприємство клієнторієнтоване та робить усе для задоволення потреб.
7.	Інформаційне забезпечення		X		У 2018 р. підприємство перейшло на систему SAP. Ця система пропонує комплексні автоматизовані рішення з управління бізнесом.
8.	Якість товарів, що реалізуються	X			Дуже висока якість, усе паливо відповідає міжнародним стандартам.
9.	Організаційна структура підприємства			X	На даний момент це одна з головних проблем підприємства. Багато проблем саме через погано організовану структуру.
10.	Стан охорони праці	X			Є цілий відділ з охорони праці. Двічі на рік проводиться комплексна перевірка.
11.	Транспортна логістика			X	Погано організована транспортна логістика. На підприємстві немає посади логіста.
12.	Асортимент продукції, що реалізується	X			Для даної галузі підприємство виробляє дуже великий асортимент продукції.
13.	Чисельність персоналу		X		Підприємство укомплектовано. Недостачі у персоналі немає.
14.	Заробітна плата		X		На підприємстві висока середня заробітна плата.
15.	Імідж (ділова репутація) підприємства	X			З 2019 р. підприємство має свій фірмовий брендовий знак та високу впізнаваність.
16.	Фінансова стійкість підприємства			X	Підприємство мало кризовий тип фінансової стійкості.
17.	Організація маркетингу на підприємстві			X	Відділ маркетингу є, але він не має повноважень.
18.	Цінова політика	X			Невисока цінова політика.
19.	Обсяги продажів	X			Дуже високі обсяги продажів.
20.	Залежність від постачальників			X	Має високу залежність від своєчасності постачання, якості поставленої сировини та тиску подачі.
21.	Орієнтація на споживача		X		Підприємство робить усе необхідне, щоб паливо відповідало усім стандартам.
22.	Можливість отримувати продукцію з відстрочкою платежу			X	Такої можливості немає.
23.	Конкурентоспроможність товарів	X			Підприємство є дуже конкурентоспроможним в Україні. Таких заводів у країні лише два.
24.	Репутація на ринку	X			Репутація на найвищому рівні.
25.	Стратегія організації	X			Підприємство цілком слідує своїй стратегії. Нині підприємство цілком модернізує та реконструює виробничі фонди.
26.	Зручне розташування офісу та складу		X		Через завод проходять траса та ж/д шляхи.

– розроблення оптимальної стратегії управління витратами з покроковим планом її реалізації;

– затвердження алгоритму організації і функціонування системи управління витратами з докладним описом і характеристикою всіх необхідних елементів та відповідальних за реалізацію;

– упровадження методів та інструментів управління витратами, які сприяють оптимізації і контролю витрат на всіх стадіях їх виникнення;

– упровадження інноваційних технологічних активів (обладнання, інформаційно-аналітичні системи і т. ін.);

– постійний моніторинг ефективності застосовуваних механізмів;

– упровадження ефективної інформаційної системи управлінського обліку.

Рекомендується на підприємствах нафтогазового комплексу вибирати такі елементи системи управління витратами:

– етапи, які визначатимуть своєчасність застосування засобів реалізації стратегії;

– господарські процеси, які споживають ресурси за певними ознаками;

– концепції, що розкривають функціонування інформаційної системи управлінського обліку;

– функції, методи та інструменти, які забезпечують досягнення мети і структури, що здійснюють виконання всіх елементів системи.

Логістика ж у нафтогазовій галузі повинна враховувати низку таких проблем:

1. Головним завданням є скорочення втрат нафти і нафтопродуктів на шляху від свердловини до кінцевого споживача – до АЗС, експортного терміналу або нафтобази. Незважаючи на управління та контроль із боку Національної акціонерної компанії «Нафтогаз Україна», великих успіхів щодо зниження втрат досягнуто не було, але й значних погіршень не спостерігалося. Нині нафтогазові компанії мають у своєму складі підприємства «від розвідки до АЗС». У результаті керівництво і відповідні служби повинні здійснювати повний контроль над усіма технологічними ланками й не допускати великих утрат.

2. З урахуванням аналізу різноманітних матеріалів із постачання підприємств нафтогазового комплексу організація процесів закупівлі, вибір постачальника, тобто все те, що формує логістику постачання, повинні стати об'єктом пильної уваги керівництва компаній, предметом удосконалення і різних реорганізацій.

3. Логістика розподілу. Велика частка в частині зниження витрат припадає на логістику розподілу. Під час побудови стратегії розподільчої логістики необхідно виділити два ключових напрями: вивчення потреб ринку і впровадження нових технологій для задоволення виявлених потреб шляхом ефективної організації розподільних мереж та транспортно-експедиторського обслуговування.

4. Запаси. Матеріальні запаси є одним із найбільш дорогих активів більшості компаній, що працюють у сфері видобутку і переробки корисних копалин. Як правило, частка матеріальних запасів в інвестованому капіталі становить 38–40%. Основні витрати компанія змушена робити у зв'язку зі створенням і утриманням запасів на власних або орендованих складах.

Для нафтопереробних підприємств потрібне впровадження механізму комплексного управління запасами. Механізм комплексного управління запасами – це складова частина механізму управління як динамічна функціонуюча система в процесі ведення операційної, виробничої та фінансової діяльності підприємства. Система механізму комплексного управління включає такі компоненти: 1) визначення функціональної структури; 2) організаційні відносини; 3) документообіг.

Внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства нафтогазового комплексу, як і будь-якого іншого, знаходиться в безперервному зв'язку через те, що ринок є для підприємства одночасно джерелом утворення потокових процесів (добування або закупівля ресурсів) і кінцевою метою їх руху (збут готової продукції). Найкращих результатів досягають ті нафтогазові підприємства, які користуються концепцією інтегрованої логістики. Це дає змогу об'єднати зусилля керуючого персоналу компаній, їхніх структурних підрозділів та логістичних партнерів для наскрізного управління основними і супутніми потоками в інтегрованій структурі бізнесу: проектування – закупівлі – виробництво – розподіл – продаж. Принципи та методи даного підходу повинні бути спрямовані на отримання оптимального рішення, зокрема на мінімізацію загальних логістичних витрат підприємств. Скорочення витрат, що пов'язані з управлінням матеріальним потоком: витрат на складування й транспортування, управління закупівлями й замовленнями, наявними запасами, зниження логістичних ризиків – усе це дасть змогу підприємствам вивільнити фінансові ресурси на додаткові інвестиції у складське обладнання, інформаційно-комп'ютерні системи, маркетингові дослідження й подальшу рекламу.

Реалізація логістичної концепції націлює підприємства на скорочення часових утрат виробничого циклу й термінів виконання замовлень, запасів матеріалів та готової продукції, посилює інноваційні процеси і дотримання договірних зобов'язань за посилення інтеграції всіх матеріальних потоків у виробничому процесі. Для повного відображення інформації на всіх ієрархічних рівнях логістичного процесу управління необхідна ефективна діюча комунікаційна система, яка відображає рух матеріальних потоків від укладення контракту з постачальником до моменту споживання кінцевого продукту. Логістичне управління впливає також на стан фінансово-економічного та правового забезпечення різноманітних господарських

зв'язків. Логістичне управління (функціональний логістичний менеджмент) значною мірою впливає також на стан фінансово-економічного та правового забезпечення різноманітних господарських зв'язків.

Найважливішою умовою подальшого розвитку нафтогазової галузі має стати впровадження логістичних систем із метою підвищення рівня організації управління комплексом на основі більш якісного сервісного забезпечення нафтовидобувних підприємств.

Логістична система, що пронизує всі блоки нафтопродуктозабезпечення, створює перевагу, яка дає змогу в нафтовидобувному комплексі проводити видобуток і переробку вуглеводнів з порівняно меншою альтернативною вартістю, підвищуючи значення виробничих та експортних можливостей галузі.

Виробнича логістика нафтовидобувного підприємства включає проектування, управління потоками ресурсів під час освоєння і видобутку вуглеводнів. Можливість застосування виробничої логістики в процесах руху товарів зумовлена сучасними досягненнями науково-технічного прогресу, розвитком новітніх інформаційних технологій та комп'ютеризацією управління логістичними процесами.

Сервісна логістика нафтовидобувного підприємства як складова частина його логістичної системи спрямована на управління матеріальними потоками залежно від власного попиту на них і від попиту на вуглеводні інших покупців. Сервісна логістика забезпечує діяльність конкретного підприємства, отримуючи послуги та матеріали сторонніх постачальників, і взаємодіє зі збутом. У цьому полягає перша особливість логістичної системи нафтовидобувного сектору економіки. А також сервісна логістика націлена на кінцевий результат організації між видами діяльності. Більш дорогі комплектуючі вироби, що володіють більш високою якістю, дадуть змогу знизити витрати, безпосередньо обслуговування. Іншими словами, ланцюжок цінності тієї чи іншої фірми за конкуренції в окремій галузі входить у більш велику систему діяльності, яку американський економіст М. Портер називає системою цінностей [6].

Щодо сервісної логістики нафтовидобувних підприємств, то в неї входять система цінностей послуг постачальників сировини, комплектуючих виробів, обладнання, а також ланцюжок цінностей послуг із доставки (транспортування) готової продукції до покупця. Товар (нафта, нафтопродукти, газ) нафтогазових підприємств проходить через канали закупівель, збуту, у результаті стає сукупним елементом у системі цінностей споживача продукції. Застосування сервісної логістики в нафтогазовому секторі умовно охоплює сферу закупівель, постачання та розподілу продукції і спрямована на вдосконалення просування потоків на зазначених ділянках виробничого циклу видобутку нафти й газу і зниження витрат на просування.

У зв'язку з інтеграцією логістичних функцій компанії можуть прийняти на озброєння логістичну концепцію «повних витрат» розподілу в діапазоні витрат на матеріально-технічне забезпечення виробництва (до 9% продажної ціни) та витрат на розподіл продукції на експорт і на нафтопереробні підприємства (до 24% продажної ціни).

Що стосується управління матеріальними потоками на нафтогазових комплексах, у рамках внутрішньовиробничих логістичних систем використовують два основних способи: штовхає і тягне. «Штовхаюча» система – це один із типів організації виробництва, за якого всі предмети праці, які поступають до виробничої ділянки, не замовляються у попередньої технологічної ланки безпосередньо цією робочою ділянкою. Матеріальний потік «виштовхується» наступній ланці після отримання команди, що передається на ланку із центральної системи управління виробництвом. «Штовхаючі» моделі управління потоками є характерними для традиційних методів організації виробництва. Можливість застосування цих моделей для логістичної організації виробництва виникла у зв'язку з масовим використанням комп'ютерної техніки. Упровадження програмних продуктів дало змогу компаніям погоджувати й оперативно коригувати плани і дії всіх підрозділів підприємства: постачальницьких, виробничих та збутових з урахуванням постійних змін у реальному масштабі часу. Використання програмного забезпечення дало змогу істотно скоротити робочий час на прийняття і виконання управлінських рішень.

«Тягнуча» система являє собою систему організації виробництва, в якій деталі і напівфабрикати подаються на наступну технологічну операцію з попередньої в міру необхідності. Тут центральна система управління не втручається в обмін матеріальними потоками між різними ділянками підприємства, не встановлює для них поточних виробничих завдань. Виробнича програма окремої технологічної ланки визначається розміром замовлення наступної ланки. Центральна система управління ставить завдання лише перед кінцевою ланкою виробничого технологічного ланцюга.

У нафтогазовій галузі також існує проблема неліквідів. Це ті запаси, які тривалий час знаходяться на складах у вигляді готової продукції або сировини. Це головна проблема нафтопереробних заводів. Вони виникають у зв'язку зі зміною технологій виробництва або якщо обладнання було призупинено, або відбулися помилки під час формування замовлення. У деяких випадках вантажі нафтопродуктів приходять до клієнта в неостаточній кількості, це трапляється через проблему недостатньої автоматизації завантаження цистерн. Також відзначаються помилки відділів і департаментів постачання.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Перед

підприємствами нафтогазової галузі стоїть ще безліч завдань і низка проблем через неповне розуміння значущості логістики на підприємствах. Так як завдяки саме цій молодій дисципліні можливо скоротити різні витрати, як фінансові так і інші матеріальні, що є дуже важливим фактором для перспективної галузі. Чітке розуміння концепції логістики на підприємстві сприяє відповідній конкретизації логістичної системи підприємства та підбору типології організаційної структури логістики підприємства, що дасть змогу розробити альтернативні сценарії такого впровадження і зачіпати різні аспекти менеджменту підприємства. Спеціальні технології, зумовлені таким вибором, можуть у подальшому стати інструментом інноваційного розвитку вітчизняних підприємств, сприятимуть формуванню впливів на потокові процеси руху матеріалів і готової продукції нафтогазових підприємств.

Усі ці процеси та зміни у сприйнятті логістики підприємствами нафтогазового комплексу й упровадження логістичної концепції сприятимуть ефективності діяльності підприємств, зокрема таких процесів, як організація вантажоперевезень, оптимізація рівня складських запасів сировини та готової продукції, контроль усього ланцюжка поставок, дотримання угод із партнерами. Результатом буде скорочення витрат та витрат різних видів (від трансакційних до внутрішньовиробничих) і собівартості готової продукції, що призводить до підвищення якості роботи, чіткості та грамотності управління підприємством у період росту і розвитку для забезпечення конкурентних переваг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Методические особенности создания логистических систем в нефтегазовой отрасли / А.Б. Алибекова и др. *Наука и мир*. 2015. № 3(19). С. 64–67.
2. Щербанин Ю.А. Логистика в нефтегазовой отрасли: некоторые положения и соображения. *Транспорт и хранение нефтепродуктов и углеводородного сырья*. 2016. С. 22–24.
3. Родников А.Н. Логистика: терминологический словарь ; 2-е изд., испр. и доп. Москва : ИНФРА-М, 2000. 352 с.
4. Крикавський С.В. Логістичні системи : навчальний посібник. Львів : Львівська політехніка, 2009. 264 с.
5. Porter Michael. *Competitive Advantage*. NY : The Free Press, 1985.

REFERENCES:

1. Alibekova A.B., Pirimzhanova A.A., Beysenova S.N. Begaliev R.K., Alibekov N.B. (2015) *Metodicheskie osobennosti sozdaniya logisticheskikh sistem v neftegazovoy otrasli* [The Methodical features of creation of the logistic systems in oil and gas industry]. *Science and world*. 2015. Vol. 3, no. 19, pp. 64–67.
2. Scherbanin Yu.A. (2016) *Logistika v neftegazovoy otrasli: nekotorye polozheniya i soobrazheniya* [The logistic is in oil and gas industry: some positions and considering]. *Transport and storage of oil and gas and hydrocarbon raw material*, pp. 22–24.
3. Rodnikov A. N. (2000). *Logistika: Terminologicheskij slovar'* [Logistics: Terminological dictionary].
4. Krykavsky E.V. (2009) *Logistichni sistemi: navchalny posibnik* [Logistic systems: training manual]. Lviv: Printed Nat. Univ. "Lviv Polytechnic". (in Ukrainian)
5. Porter Michael. *Competitive Advantage*. NY: The Free Press, 1985.

УДК 658.8:339.137.2

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-36>**Розумей С.Б.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу**Національного університету харчових технологій***Ніколаєнко І.В.***старший викладач кафедри маркетингу**Національного університету харчових технологій***Келеп Ю.Р.***магістрант**Національного університету харчових технологій***Rozumei Svitlana***PhD (Economics),**Associate Professor Department of Marketing
National University of Food Technologies***Nikolaienko Iryna***Senior Lecturer Department of Marketing**National University of Food Technologies***Kelep Yuliia***Master-degree student Department of Marketing**National University of Food Technologies*

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

FEATURES OF INTERNET MARKETING IN MODERN CONDITIONS

АНОТАЦІЯ

У роботі досліджено сучасні особливості Інтернет-маркетингу в Україні. Проведено аналіз основних інструментів Інтернет-маркетингу, що нині є найбільш популярними в соціальних мережах, для просування споживчих товарів та послуг. Установлено, що основними перевагами Інтернет-маркетингу є таргетування, інтерактивність та автоматизація процесу обслуговування потенційних клієнтів. Проаналізовано принципи та способи застосування таких основних інструментів Інтернет-маркетингу, як вебаналітика, SEO (search engine optimization), SMM (social media marketing), контент-маркетинг, контекстна реклама. У результаті проведеного дослідження визначено, що контекстна реклама поділяється на пошукову та тематичну. При цьому пошукова реклама відповідає пошуковому запиту і показується на сторінці видачі результатів, а тематична реклама розміщується на сайтах зі схожою тематикою, що входять у рекламну мережу пошукової системи.

Ключові слова: Інтернет-маркетинг, реклама, таргетування, контекстна реклама, контент-маркетинг.

АННОТАЦИЯ

В работе исследованы современные особенности Интернет-маркетинга в Украине. Проведен анализ основных инструментов Интернет-маркетинга, которые сейчас являются наиболее популярными в социальных сетях, для продвижения потребительских товаров и услуг. Установлено, что основными преимуществами Интернет-маркетинга являются таргетирование, интерактивность и автоматизация процесса обслуживания потенциальных клиентов. Проанализированы принципы и способы применения таких основных инструментов Интернет-маркетинга, как веб-аналитика, SEO (search engine optimization), SMM (social media marketing), контент-маркетинг, контекстная реклама. В результате проведенного исследования установлено, что контекстная реклама делится на поисковую и тематическую. При этом поисковая реклама соответствует поисковому запросу и показывается на странице выдачи результатов, а

тематическая реклама размещается на сайтах с похожей тематикой, входящих в рекламную сеть поисковика.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, реклама, таргетирование, контекстная реклама, контент-маркетинг.

ANNOTATION

The paper explores the modern features of Internet marketing in Ukraine. The analysis of the main tools of Internet marketing, which are currently the most popular on social networks for the promotion of consumer goods and services. The main advantages of internet marketing are targeting, interactivity and automation of the process of potential customers serving. The paper analyzes the principles and methods of using such basic internet marketing tools as web analytics; SEO (search engine optimization); SMM (social media marketing); content marketing; contextual advertising. The contextual advertising is divided into search and content. In this case, search advertising responds to the search query and is displayed on the results page, and content ads are placed on sites with similar topics included in the search network. The purpose of the article is to investigate the features and principles of Internet marketing in the current conditions of a changing internal social, economic and political environment, as well as to identify the main problems of the implementation of Internet marketing tools and find ways to solve them. The works of Ukrainian and foreign scientists are used as research materials in the course of theoretical substantiation. Practical analysis of the Internet marketing effectiveness in modern conditions was carried out on the basis of PepsiCo Instagram page and professional blog «EVA Blog: Beauty & Care», one of the largest cosmetic networks Eva. The peculiarities of Internet marketing of the soft drink manufacturer PepsiCo were investigated. The analysis showed that the company is effectively promoting the brand Pepsi on the social network Instagram, evidenced by the literacy of the profile, the number of readers and their preferences, because each post collects thousands of views, favorites and hundreds of comments. It has also been suggested that content marketing is being offered to improve PepsiCo's conversion. Eva's content marketing research allows us to make

scientifically conclusions that because of constant new materials, Eva improves the quality of the site's search engine placement that creates a positive image of an expert on any issues.

Key words: internet marketing, advertising, targeting, contextual advertising, content marketing.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Наше сьогоднішнє неможливо уявити без Інтернету. Для сучасної людини Інтернет – це пошук нової інформації, спілкування, відпочинок та можливості. Користувачі все частіше та із задоволенням витрачають кошти в Інтернеті, тому саме тут необхідно шукати майбутніх покупців. На зміну традиційній рекламі все частіше приходять Інтернет-маркетинг, який дає нові можливості просування товарів. Однак сьогодні все ще існує проблема вибору найбільш ефективних інструментів Інтернет-маркетингу, саме це стало основним завданням дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. У ході теоретичних досліджень використано праці таких науковців, як: І.В. Бойчук, Ф.Ю. Вирін, Є.О. Голишева, Т.В. Кириченко, А.Я. Коваленко, А. Кошик, О.М. Музика, Г.О. Шкляєва та ін. [1; 4; 6; 2; 5].

Практичний аналіз інструментів Інтернет-маркетингу в сучасних умовах здійснювався на основі дослідження Instagram сторінки Pepsi.Co та професійного блогу EVA Blog: Beauty&Care, однієї з найбільших мереж косметики Eva.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – дослідити особливості та принципи застосування Інтернет-маркетингу в сучасних умовах змінного середовища, а також визначити основні інструменти діджитал-маркетингу та можливості їхнього впливу на споживача.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Використання підприємством Інтернет-маркетингу для просування продукції зумовлене високим рівнем діджиталізації суспільства. Основна його ціль – перетворити відвідувачів сайту на покупців і збільшити прибуток [3].

Дослідження показали, що Інтернет-маркетинг порівняно з класичним маркетингом має такі переваги [2; 8]:

- таргетування (механізм, який дає змогу виділити з усієї аудиторії тільки цільову та показувати рекламу саме їй);
- інтерактивність (в Інтернеті можна напряму взаємодіяти з аудиторією, підтримувати зв'язок із клієнтами і контролювати ситуацію);
- автоматизація процесу обслуговування потенційних клієнтів (дає змогу надавати необхідний сервіс у зручний час).

До основних інструментів Інтернет-маркетингу належать: вебаналітика, SEO (search engine optimization) – пошукова оптимізація, SMM (social media marketing) – маркетинг у со-

ціальних мережах, контент-маркетинг та контекстна реклама. Розглянемо детальніше кожен інструмент Інтернет-маркетингу [4; 6].

1. Вебаналітика – це об'єктивне відстеження, збір, вимір, оповіщення та аналіз кількісних даних в Інтернеті з метою оптимізації сайтів та ініціатив Інтернет-маркетингу [1]. Цей засіб аналізу дає можливість дізнатися про цільову аудиторію продукту чи фірми, зрозуміти механізм роботи з нею.

В Україні найбільш популярним сервісом є Google Analytics, який дає змогу отримати звіт за такими показниками, як загальна аналітика та джерела трафіку.

До загальної аналітики відносяться [8]:

- відвідувачі – люди, які заходять на сайт;
- сеанс – кожен візит відвідувачем сайту, а саме час, коли відкрив вкладку, прочитав, клацнув, перейшов, повернувся, купив, замовив і закрив;
- перегляд сторінок – кількість сторінок, переглянутих відвідувачем;
- показник відмов – це відсоток відвідувачів, які під час відвідування сайту переглянули лише одну сторінку і не здійснили цільової дії;
- ціль – дія користувача, в якому зацікавлена фірма. Наприклад, купівля, реєстрація або підписка. Саме «ціль» дає змогу оцінити ефективність сайту;
- конверсія – відношення числа відвідувачів, які виконали цільову дію, до загальної кількості відвідувачів, виражене у відсотках. Наприклад, ціллю підприємства є реєстрація: якщо на сторінку зайшло 2 500 людей і 120 із них зареєструвалися, то конверсія становить 4,8%. Тобто кожен п'ятий користувач зареєструвався на сайті.

До різновидів трафіку належать [1; 3]:

- джерело – місце, звідки відвідувач зайшов на сторінку. Це може бути соціальна мережа, пошукова система або інший сайт, на якому розміщено посилання на сторінку;
- канали – типи джерел. Кожне джерело відноситься до одного з таких каналів: Organic Search (відвідувач зробив запит у пошуковій системі і перейшов на сайт за посиланням); Paid Search (відрізняється від Organic Search тим, що оплачується посилання, коли купується контекстна реклама); Display (медійна реклама); Social (переходи із соціальної мережі); Referral (переходи з інших сайтів); E-mail (переходи із розсилок); Direct (прямий вхід на сайт, тобто користувач набирає назву сайту в адресному рядку браузера);
- реферали – сайти, з яких люди переходять на сайт (окрім пошукових систем і соціальних мереж).

Отже, вебаналітика допомагає проаналізувати діяльність підприємства в Інтернеті, логічно обґрунтовує дії і робить їх ефективнішими.

2. SEO (search engine optimization) – це оптимізація сайту під пошукові системи, яка допомагає вивести його на перші позиції в пошуку.

Пошукова оптимізація починається зі створення семантичного ядра, тобто списку ключових слів, які найбільш точно описують діяльність сайту. Ключові слова – це запити в пошукових системах, за допомогою яких користувачі шукають інформацію [4; 8]. Ключовим словом найчастіше називають цілий вираз із декількох слів, наприклад «гарячі тури в Єгипет».

Семантичне ядро необхідне, щоб надати користувачам відповіді на запити, які ведуть до сторінки сайту і повністю відповідають їм. Наприклад, якщо збирати семантичне ядро для туристичної агенції, яка пропонує тільки авіа-тури, то не потрібно добавляти у ключові слова «автобусні тури», оскільки у агенції немає такого напрямлення.

Після створення семантичного ядра необхідно оптимізувати контент і структуру сайту. Правильно оптимізований сайт призведе до збільшення трафіку, який позитивно впливає на конверсію, а вона перетворюється на продажі. Таким чином, чим частіше сайт будуть знаходити у пошукових системах, тим більше буде відвідувачів. Збільшення відвідувачів стимулює зростання продажів. Особливо пошукова оптимізація необхідна тим, хто продає товари або послуги, які не сильно відрізняються від товарів конкурентів.

3. SMM (social media marketing) – це сукупність методів і засобів для просування бренду або товару в соціальних мережах [2; 8].

Люди все більше проводять часу у соціальних мережах, адже це комфортна платформа для спілкування, знайомства, пошуку потрібної інформації та розваг. Соціальні мережі – це зручний канал розповсюдження контенту. Акаунт у соціальних мережах можна розглядати як окремий сайт, на якому можна не тільки розповісти про свою компанію, а й напяму спілкуватися зі своєю аудиторією. Основна робота у соціальних мережах має бути спрямована на створення цільової спільноти, тобто залучення й об'єднання людей, які люблять бренд компанії і самі починають його просувати.

В Україні найбільш популярними соціальними мережами є Facebook, YouTube, Instagram та Telegram.

У ході досліджень роботи компаній у соціальних мережах було розглянуто Instagram-сторінку Pepsi Ukraine (@pepsiukraine) компанії PepsiCo [7]. Аналіз акаунту розпочато із шапки профілю, адже це перше, що бачить користувач, який зайшов на сторінку. Крім того, ця інформація допомагає знаходити сторінку у пошуку і, відповідно, може принести нових підписників.

Для головного фото профілю PepsiCo вибрало логотип Pepsi. Дане фото відображає профіль діяльності компанії та вказує на належність акаунту.

Нікнейм @pepsiukraine вдалий, оскільки він простий і лаконічний, що дає змогу користувачам із легкістю знаходити сторінку в пошуку. Також назва нікнейму описує діяльність компанії.

Опис профілю Pepsi Ukraine складається з таких елементів [7]:

- назва профілю (Pepsi Ukraine);
- вид діяльності підприємства (Компанія з виробництва їжі та напоїв);
- рекламна акція Pepsi X-mas («Зустрічай зиму разом з #pepsi і вливайся до нашої туси. Буде зимово, буде драйвово – годі чекати, давай святкувати»);
- посилання на офіційні правила рекламної акції Pepsi X-mas (bit.ly/Pepsiactivation);
- посилання на місце знаходження компанії (Kyiv, Ukraine).

Назва й опис профілю дає зрозуміти користувачам, чим займається фірма, а завдяки рекламній акції PepsiCo ще більше зацікавлює потенційних читачів підписатися на їхню сторінку.

Завершує шапку профілю Pepsi Ukraine Highlights, тобто збережені історії. Дані історії завжди на видноті, що дає змогу читачам легко знаходити та переглядати їх. Pepsi Ukraine має шість папок із Highlights: #порасвяткувати; #celebration; поєднуйлюблене; #ambassadorclub; #битвасмаків; #продукти. Усі вони поєднуються з візуальним оформленням акаунта, що робить сторінку гармонійною, а їх назва чітко пояснює, що користувач знайде, відкривши цю папку. Вигляд шапки профілю Pepsi Ukraine наведено на рис. 1.

Окремої уваги потребує оформлення акаунта @pepsiukraine, де кожна фотографія несе візуальну інформацію. Стилістика сторінки дотримується фірмового стилю бренду Pepsi, що робить його впізнаваним.

За допомогою фону (переважно це синій або чорний колір) PepsiCo створює єдину кольорову палітру профілю, а грамотні переходи одного кольору в інший робить його надзвичайно ефектним та цікавим для користувачів. Також можна виділити цікавий прийом «вихід за рамки однієї публікації», який створює одну велику картинку в акаунті.

За допомогою Picalytics, сервісу глибокої аналітики Instagram акаунтів, було проаналізовано Instagram-сторінку Pepsi Ukraine. Результати дослідження показали [10]:

1. Показники аналітики профілю Instagram [10]:

- кількість читачів: 58 095;
- кількість дописів: 1 292;+
- фірмові хештеги: згідно з рис. 2, найбільш залученими хештегами є #поєднуй (близько 8000 залучень), #музикозависимы (майже 5000 залучень) та #pepsiambassadors (3500 залучень).

2. Показники аналітики аудиторії [10]:

- стать: жінки – 46,2%, чоловіки – 53,8%;
- вік: молодше 18 років (50%) та 18–24 років (50%);
- географія: Україна (100%);
- активний час та день читачів: середа, з 20 до 21 години.

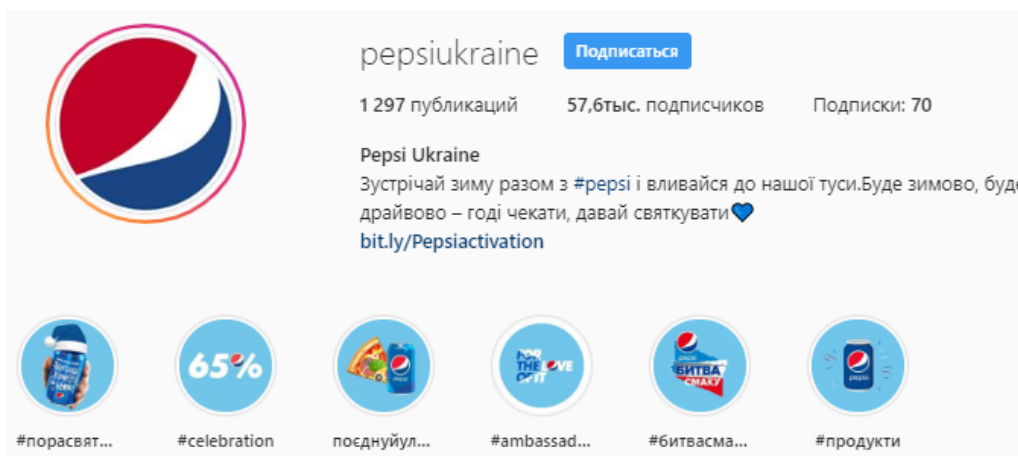


Рис. 1. Шапка профілю Pepsi Ukraine [7]

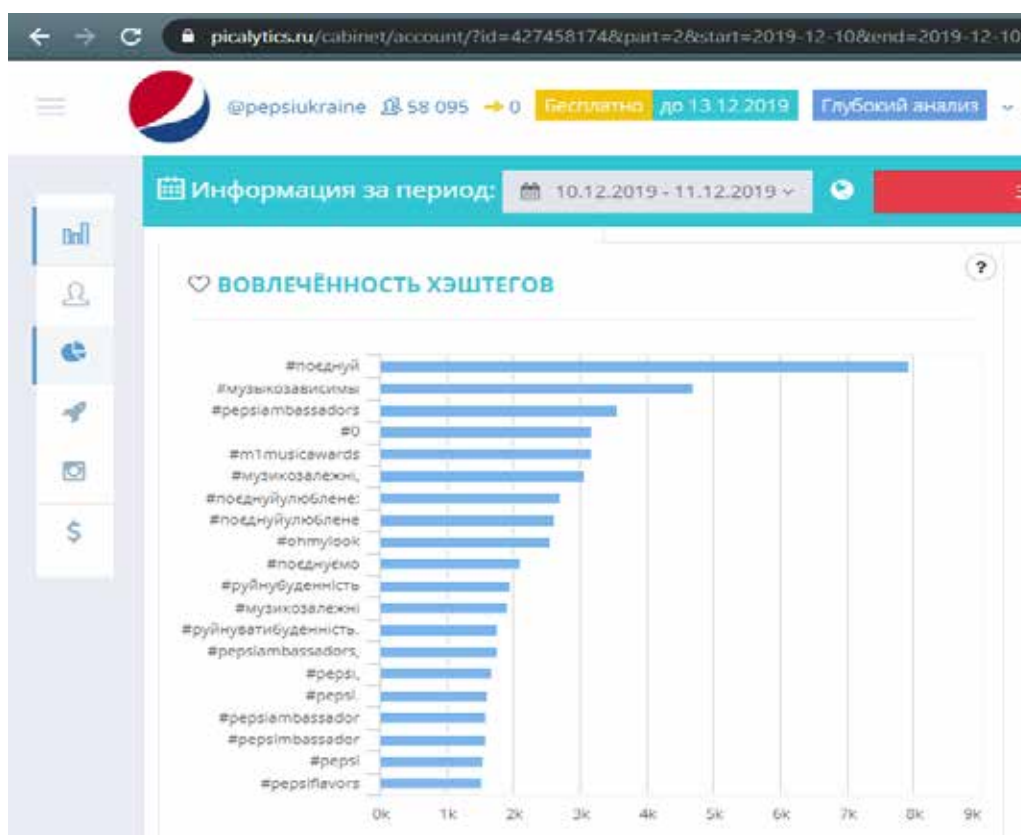


Рис. 2. Залучення хештегів на профілі Pepsi Ukraine [10]

3. Метрики аналітики публікацій [10]:

- всього лайків: 362 864;
- лайків на допис: 280,6;
- всього коментарів: 2358;
- коментарів на допис: 1,8;
- найкращий день та час для публікації допису: субота, з 16 до 17 години (рис. 3).

Топ популярних дописів за кількістю лайків та кількістю коментарів за весь період наведено на рис. 4.

Згідно з аналізом, можна зробити висновок, що PepsiCo ефективно просуває бренд Pepsi у соціальній мережі Instagram, про це свідчать грамотність оформлення профіля, кількість читачів

та їх уподобання, адже кожен допис збирає тисячі переглядів, уподобань та сотні коментарів.

Щоб отримувати якісний трафік на сайт і підвищувати конверсію, необхідно використовувати контент-маркетинг.

4. Контент-маркетинг – це створення і розповсюдження корисних матеріалів, які допомагають людям вирішувати їхні завдання. Він має відповідати інтересам аудиторій, відповідати на її питання та бути корисним, тільки тоді він буде ефективним. Ці ознаки відрізняють контент-маркетинг від реклами, оскільки він приносить користь без прихованого комерційного наміру [2; 4; 8].

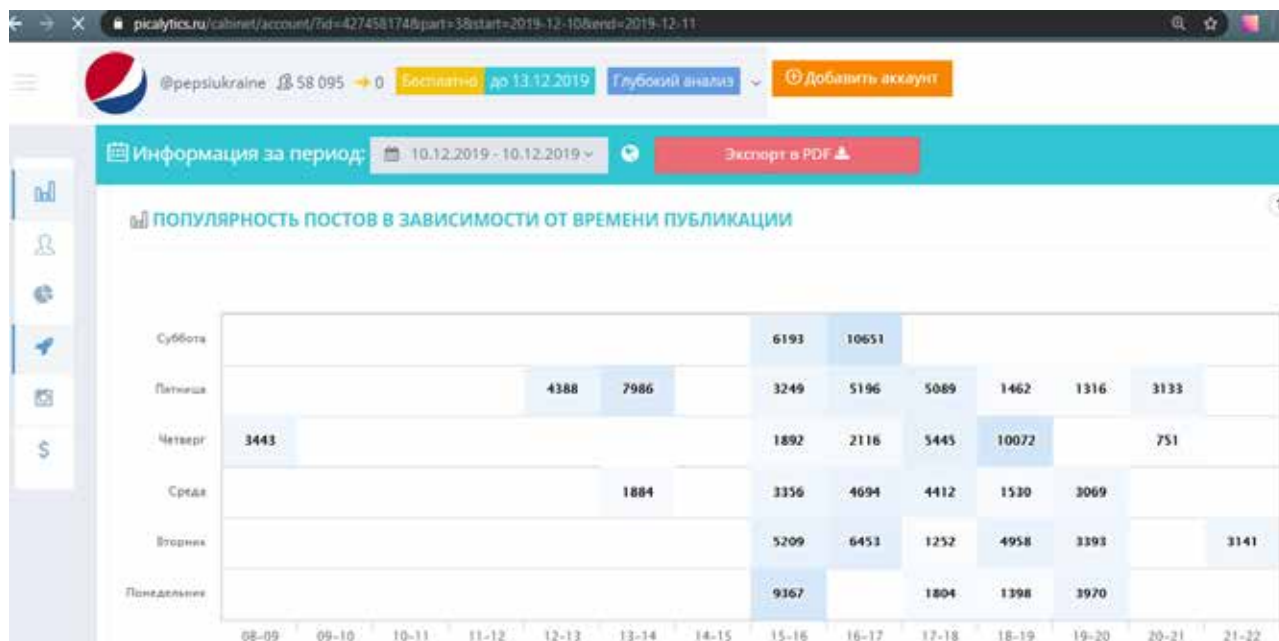


Рис. 3. Найкращий день та час для публікації допису на профілі Pepsi Ukraine [10]

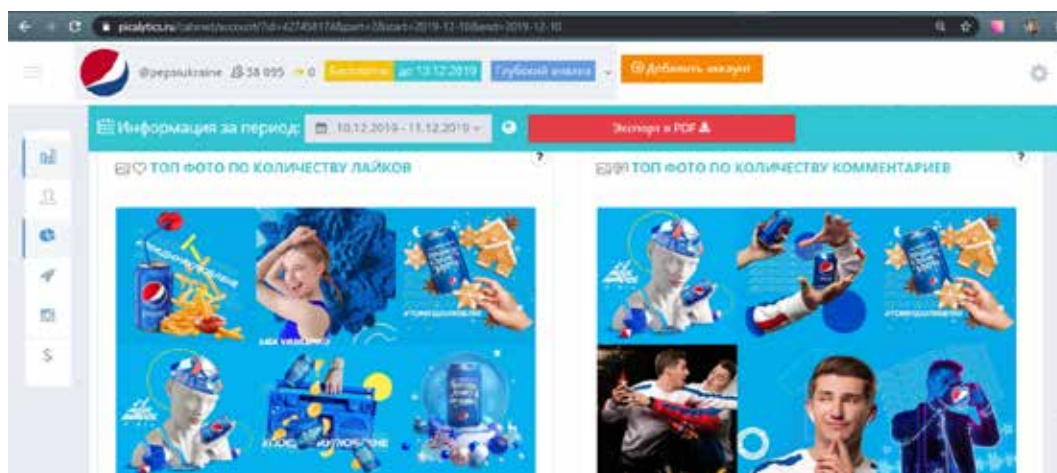


Рис. 4. Топ популярних дописів за кількістю лайків та кількістю коментарів за весь період [10]

Як приклад контент-маркетингу наведемо професійний блог EVA Blog: Beauty&Care, який належить найбільшій національній мережі магазинів краси та здоров'я EVA [9].

Блог включає у себе шість розділів, кожен з яких має свої підрозділи:

1. Краса: макіяж; догляд; СПА; зачіски.
2. Здоров'я: велнес; фітнес; харчування.
3. Мода: основа; стиль; тренди.
4. Натхнення: дозвілля; психологія; саморозвиток.
5. Майстер-класи: догляд; зачіски; макіяж.
6. Тести.

Така різноманітність статей дає змогу охоплювати та зацікавлювати більшу кількість людей, що, своєю чергою, зможе збільшити і кількість клієнтів компанії, адже, читаючи корисні матеріали, вони більше дізнаються про компанію та починають їй довіряти.

Читачами блогу є жінки, тому всі статті орієнтовані на жіночу аудиторію. Про це свідчає і лозунг блогу: «EVA Blog – професійний Beauty&Care блог, який об'єднує жінок у бажанні перетворити на задоволення щоденні турботи про красу та домашній затишок. Ми формуємо спільноту справжніх подруг, які підтримають порадою, надихнуть ідеями та просто будуть поруч у потрібний момент» [9].

EVA Blog: Beauty&Care постійно наповнюється статтями, це призводить до поліпшення видачі сайту в пошуковій системі. Завдяки якісним матеріалам EVA формує образ експерта, який гарно розбирається в питанні. Це дає змогу підвищувати лояльність читачів до компанії, адже люди цінують, коли їм допомагають вирішувати їхні проблеми.

5. Для збільшення продажів компанії необхідна контекстна реклама, тобто рекламне оголошення, яке бачить людина залежно від того, що

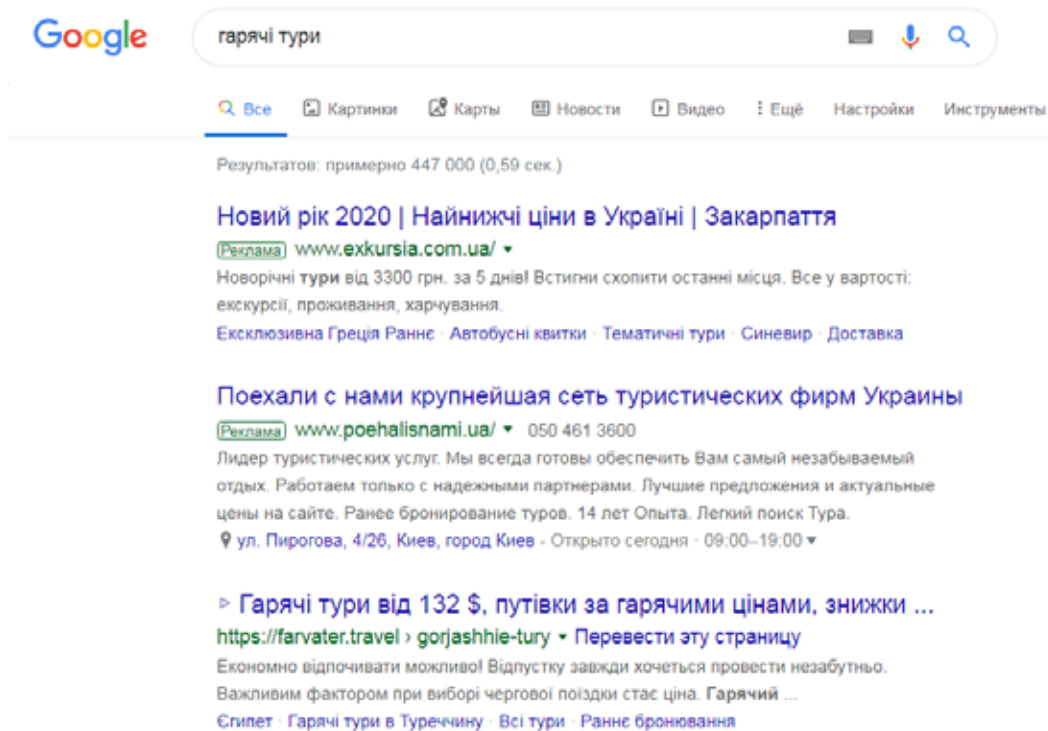


Рис. 5. Приклад контекстної реклами

шукає в пошуковій системі. Приклад контекстної реклами наведено на рис. 5. Перші дві позиції результату пошуку – контекстна реклама.

До контекстної реклами також відносяться оголошення на сторінках сайту, які залежать від його тематики.

Дослідження показали, що контекстна реклама поділяється на два типи: пошукову та тематичну. Пошукова реклама відповідає пошуковому запиту і показується на сторінці видачі результатів. А тематична реклама розміщується на сайтах зі схожою тематикою, що входять у рекламну мережу пошукової системи. Контекстна реклама може бути оформлена у вигляді текстових оголошень, банерів або відеороликів [3; 6].

Контекстна реклама має ефективний інструмент – ретаргетинг. Це показ реклами відвідувачам, які зайшли на сайт, але не зробили на ньому цільових дій, наприклад реєстрації або купівлі. У цьому разі контекстна реклама буде показуватися цим відвідувачам на інших сайтах, на які вони переходять [8].

Перевага контекстної реклами в тому, що вона спрямована безпосередньо на цільову аудиторію. Ціль контекстної реклами – залучити якнайбільше цільових відвідувачів на сайт [2; 4].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У ході дослідження проаналізовано принципи застосування таких основних інструментів Інтернет-маркетингу, як вебаналітика, SEO (search engine optimization), SMM (social media marketing), контент-маркетинг та контекстна реклама. Встановлено, що найбільш використовуваним інструментом Інтернет-маркетингу є

контекстна реклама, що, своєю чергою, поділяється на пошукову та тематичну. У роботі визначено особливості застосування компаніями Інтернет-маркетингу в Україні.

Проведено аналіз основних інструментів Інтернет-маркетингу, що нині є найбільш популярними у соціальних мережах виробників продукції, а також установ та організацій, що надають споживчі послуги. Визначено, що основними перевагами Інтернет-маркетингу є таргетування, інтерактивність та автоматизація процесу обслуговування потенційних клієнтів. Установлено, що пошукова реклама відповідає пошуковому запиту і показується на сторінці видачі результатів, а тематична реклама розміщується на сайтах зі схожою тематикою, що входять у рекламну мережу пошукової системи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кошик А. Вебаналітика 2.0 на практиці: тонкості і кращі методики. Москва ; Санкт-Петербург : Діалектика, 2019. 526 с.
2. Шкляєва Г.О. Інтерактивні маркетингові комунікації у менеджменті підприємства. *Економічний нобелівський вісник*. 2014. № 1(7). 513 с. URL: <http://duep.edu/uploads/vidavnitstvo14/ekonomichnij-nobelivskij-visnik-114/7653.pdf> (дата звернення: 10.12.2019).
3. Інтернет-маркетинг. *Вікіпедія: вільна енциклопедія*. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 09.12.2019).
4. Голишева Є.О., Кириченко Т.В., Коваленко Я.А. Особливості використання інструментів Інтернет-маркетингу на підприємстві. *Молодий вчений*. 2014. № 10(13). С. 53–56. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_10\(13\)\(1\)_13.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_10(13)(1)_13.pdf) (дата звернення: 10.12.2019).

5. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет у маркетингу : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 512 с.
6. Вирин Ф.Ю. Інтернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов. Москва : Эксмо, 2010. 160 с.
7. Instagram-сторінка Pepsi Ukraine. *Соціальна мережа Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/pepsiukraine/?hl=ru> (дата звернення: 11.12.2019).
8. Інтернет-маркетинг с нуля. *Образовательный журнал платформы для создания сайтов Tilda Publishing. Практические руководства по дизайну и маркетингу для цифровых проектов*. 2019. URL: <http://tilda.education> (дата звернення: 09.12.2019).
9. Професійний блог *Eva blog: Beauty & Care*. URL: <https://evaportal.com.ua> (дата звернення: 13.12.2019).
10. Сервис глубокой аналитики в Instagram. *Picalytics*. URL: <https://picalytics.ru> (дата звернення: 11.12.2019).
3. Internet-marketynh [Internet Marketing]. Vikipediia: vilna entsyklopedia. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/> (accessed 09 December 2019). (in Ukrainian)
- Holysheva, Ye.O., Kyrychenko T.V., Kovalenko Ya.A. (2014) Osoblyvosti vykorystannia instrumentiv Internet-marketynhu na pidpriemstvi [Features of the use of Internet marketing tools in the enterprise]. *Molodyi vchenyi*, № 10(13) (1), с. 53–56. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_10\(13\)\(1\)_13.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_10(13)(1)_13.pdf) (accessed 10 December 2019). (in Ukrainian)
4. Boichuk, I.V., Muzyka O.M. (2010) Internet v marketynhu: pidruchnyk [Internet Marketing: A Tutorial]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 512 p. (in Ukrainian)
5. Virin, F.Yu. (2010) Internet-marketing: polnyy sbornik prakticheskikh instrumentov [Internet Marketing: A Complete Compilation of Practical Tools]. Moskva: Eksmo, 160 p. (in Russian)
6. Instagram-storinka Pepsi Ukraine. [Instagram page Pepsi Ukraine] Sotsialna merezha Instagram. URL: <https://www.instagram.com/pepsiukraine/?hl=ru> (accessed 11 December 2019). (in Ukrainian)
7. Internet-marketing s nulya (2019) [Internet marketing from scratch] *Obrazovatel'nyy zhurnal platformy dlya sozdaniya saytov Tilda Publishing. Prakticheskie rukovodstva po dizaynu i marketingu dlya tsifrovyykh proektov*. URL: <http://tilda.education> (accessed 09 December 2019). (in Russian)
8. Profesiyniy bloh *Eva blog: Beauty & Care* [Professional Blog *Eva blog: Beauty & Care*]. URL: <https://evaportal.com.ua> (accessed 13 December 2019). (in Ukrainian)
9. Servis glubokoy analitiki v Instagram [Instagram analytics service]. *Picalytics*. URL: <https://picalytics.ru> (accessed 11 December 2019). (in Russian)

REFERENCES:

1. Koshik A. (2019) Veb-analitika 2.0 na praktike : tonkosti i luchshie metodiki [Web Analytics 2.0 in practice: the subtleties and best practices]. Moskva ; Sankt-Peterburg : Dialektika, 526 p. (in Russian)
2. Shklyaiieva H.O. (2014) Interaktyvni marketynhovi komunikatsii u menedzhmenti pidpriemstva [Interactive Marketing Communications in Enterprise Management]. *Ekonomichnyi nobelivskiy visnyk*, № 1(7), 513 p. URL: <http://duep.edu/uploads/vidavnitstvo14/ekonomichnij-nobelivskij-visnik-114/7653.pdf> (accessed 10 December 2019). (in Ukrainian)

УДК 658.5

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-37>

Сачинська Л.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства і підприємництва
Хмельницького національного університету

Sachynska Liudmyla

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department
of Economics Enterprises and Entrepreneurship
Khmelnytsky National University

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

FORMATION OF A SYSTEM OF MANAGEMENT OF LOGISTICS COSTS AT THE ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто характерні особливості логістичних витрат, їх комплексний характер та складність визначення, що зумовлені впливом великого числа чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства. Існуючі аналітичні методи визначення логістичних витрат, які застосовують під час аналізу діяльності підприємств, не дають змоги оцінити внесок кожної структурної одиниці в загальну суму економії або у разі підвищення цін. А це особливо важливо, коли необхідно не тільки встановити причину виникнення додаткових витрат, а й виявити місце і можливі наслідки. Запропоновано систему управління витратами, яка є однією з підсистем загальної системи управління підприємством. Вона тісно пов'язана з такими підсистемами управління: обсягом виробництва і реалізації продукції, запасами, виручкою (доходами), прибутком. Наведено рекомендації щодо ефективного управління логістичними витратами на підприємстві.

Ключові слова: логістика, логістичні витрати, логістичні системи, логістичні потоки, логістичні операції, логістичне управління.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены характерные особенности логистических затрат, их комплексный характер и сложность определения, обусловленные влиянием большого числа факторов как внешней, так и внутренней среды предприятия. Существующие аналитические методы определения логистических затрат, применяемые при анализе деятельности предприятий, не позволяют оценить вклад каждой структурной единицы в общую сумму экономии или при повышении цен. А это особенно важно, когда необходимо не только установить причину возникновения дополнительных расходов, но и выявить место и возможные последствия. Предложена система управления затратами, которая является одной из подсистем общей системы управления предприятием. Она тесно связана с такими подсистемами управления: объемом производства и реализации продукции, запасами, выручкой (доходами), прибылью. Приведены рекомендации по эффективному управлению логистическими затратами на предприятии.

Ключевые слова: логистика, логистические расходы, логистические системы, логистические потоки, логистические операции, логистическое управление.

ANNOTATION

The article examines the characteristic features of logistics costs, their complex nature and complexity of definition, caused by the influence of a large number of factors both external and internal environment of the enterprise. The analysis of the busi-

ness that the existing analytical methods of determining logistics costs do not allow to estimate the contribution of each structural unit to the total amount of savings or increase in prices. Logistics costs is an important element of logistics management. Based on its results, information is prepared for their reasonable planning. When looking for ways to reduce the cost of the production facility, it is necessary to analyze both the cost elements and the location of the occurrence. The cost management system is one of the subsystems of the general enterprise management system. It is closely connected with such control subsystems: Volume of production and sales of products, stocks, revenues (revenues), profit. The system of managing the expenses of the enterprise is a system of economic means and methods of directed emission of interests of the industry, the enterprise, the employee with the aim of optimum coordination with interests of consumers and the whole society in order to observe the corresponding socially necessary proportions in the formation of costs. The process of managing costs in the enterprise is quite complex, since it requires taking into account the divergent interests: the state, the industry, the enterprise, the counterparties, consumers. The main task of creating a cost management system in the enterprise is to combine these interests and create a self-regulating mechanism for their formation and change. The main criterion of managing the logistics costs of the enterprise is the accelerated tendency of profit growth and net income from sales of products in comparison with the tendency of its expenditure growth. Therefore, logistics costs should be under constant control of the employees of the enterprise, and their optimal value for each enterprise should be determined personally depending on the industry and logistics of the enterprise. Effective cost management should include reducing and eliminating those costs that are not appropriate, productive for the enterprise, that is, that contribute to the increase in production and sales of products, the achievement of the target profit size.

Key words: logistics, logistics costs, logistics systems, logistics flows, logistics operations, logistics management.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах кризового стану економіки виникає потреба в пошуках нових підходів до вдосконалення господарської діяльності. Підприємства змушені використовувати ефективні технології організації і керування господарською діяльністю. Виробник повинен бути готовим за будь-яких умов до термінового виконання замовлень споживачів і швидкої реакції на зміну попиту. Тут на перший план

виходять основні принципи логістики, які передбачають пріоритетність споживача й якості на всіх етапах виробничо-розподільчого циклу. Застосування логістики до формування загальної стратегії підприємства означає новий рівень його розвитку, насамперед у напрямі забезпечення економічної стабільності на конкурентному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Значну кількість наукових праць іноземних та вітчизняних учених присвячено питанням логістики. Серед найвідоміших науковців, що вивчають загальні питання логістики, логістичних витрат, можна відзначити А.В. Кальченко, В.В. Кривенко, Є.В. Крикавського, В.Г. Кузнецова, А. Харрісон, Р. ван Хоука, Дж.С. Джонсона, Д.Ф. Вуда, Д.Л. Вордлоу, П.Р. Мерфі, Р.Р. Ларіну, Л.Ю. Шевців, Н.І. Чухрай. Однак питання оптимізації логістичних витрат потребують поглибленого вивчення та вдосконалення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розроблення системи управління логістичними витратами для підприємств. За допомогою цієї системи стане можливо поєднати всі інтереси зацікавлених сторін та створити саморегулюючий механізм зміни логістичних витрат. Це допоможе ефективно передбачати зменшення і усунення тих витрат, які не є доцільними.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасна підприємницька діяльність вітчизняних підприємств характеризується складністю та динамічністю. Саме це визначає причину для здійснення раціонального логістичного управління, що стає вирішенням багатьох проблем, пов'язаних із вивченням структури зв'язків між елементами підприємства, його взаємозв'язку із зовнішнім середовищем, оптимальних режимів функціонування елементів у межах усього матеріального та функціонального змісту відповідної діяльності.

Під логістикою розуміємо науку, об'єктом вивчення якої є матеріальні та нематеріальні потоки, а також процеси переміщення в них. Ці потоки на своєму шляху від первинного джерела сировини до кінцевого споживача проходять різні виробничі, транспортні, складські ланки. Окремі ланки при цьому є так званими закритими системами, ізольованими від систем своїх партнерів технічно, технологічно, економічно та методологічно. Управління господарськими процесами в межах закритих систем здійснюється за допомогою загальновідомих методів планування та управління виробничими й економічними системами. Ці ж межі застосовуються за логістичного підходу до управління матеріальними потоками.

Досить важливим елементом управління логістичною системою є аналіз логістичних витрат. На підставі його результатів підготовлюється

інформація для їх обґрунтованого планування. Витрати піддаються аналізу як загалом по системі логістики, так і за виробничими підрозділами, економічними елементами витрат і статтями калькуляції, видами діяльності, одиницям робіт, послуг, стадіями виробничого процесу та іншими об'єктами обліку. Під час пошуку шляхів зниження витрат виробничого підприємства необхідно проводити аналіз як за елементами витрат, так і за місцями виникнення.

Для логістичних витрат характерне [1, с. 180–181]:

- роздрібнення серед багатьох груп витрат окремих процесів, фазових поділів тощо;
- наявність значної частки у загальних витратах підприємств, що постійно зростає;
- змінність їхніх величин в окремих періодах;
- незбіг відповідальності за формування цих витрат в організаційних підрозділах підприємства із сутністю витрат, визнаних у теорії обліку, що спричиняє складність їх реєстрації та практичне управління ними;
- слабка структурованість логістичних витрат, яка аргументується поділом їх на реальні та очікувані, а також проблемним виокремленням логістичних витрат із загальних витрат підприємства.

Комплексний характер та складність визначення логістичних витрат зумовлені впливом великого числа чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства.

Наявні аналітичні методи визначення логістичних витрат не дають можливості оцінити внесок кожної структурної одиниці в загальну суму економії або підвищення цін. А це особливо важливо, коли необхідно не тільки встановити причину виникнення додаткових витрат, а й виявити місце і можливі наслідки.

Сьогодні оцінці логістичних витрат стали приділяти значно більше уваги, ніж раніше. Але, незважаючи на досягнуті успіхи, управлінням доведеться прикласти ще багато зусиль, перш ніж оцінка логістичних витрат по видах діяльності стане загальноприйнятною практикою.

Успіх підприємництва залежить від двох умов: обсягу й якості виконання функцій та завдань, що вирішуються підприємством (обсягом виробництва, реалізації продукції, наданням послуг тощо), і раціонального використання ресурсів. Отже, управління витратами означає вдосконалення управління всіма аспектами діяльності підприємства.

Для забезпечення ефективного контролю необхідно організувати управління витратами в різних аспектах: за технологіями (звичайні, інтенсивні тощо), центрами відповідальності, видами продукції, за відповідальними особами. Це дає змогу всебічно аналізувати рівень витрат та встановлювати їх відповідність визначеним нормам.

Система управління витратами повинна забезпечити працівників підприємства такою інформацією, яка дасть змогу: приймати

управлінські рішення з урахуванням їхніх економічних наслідків; контролювати витрати у зіставленні з нормами; формувати економічну стратегію; оцінювати формування собівартості та прибутку протягом виробничого періоду; оцінювати витрати в розрізі структурних підрозділів підприємства; приймати рішення стосовно доцільності здійснення окремих виробництв, ефективності використання ресурсів.

Для ефективного логістичного управління витратами необхідні такі вимоги:

- належний облік і звітність;
- логічна класифікація витрат та можливість їх повного і глибокого аналізу;
- віднесення витрат на відповідні підрозділи, служби, функції, окремих осіб, тобто встановлення міри відповідальності за їх використання;
- прогнозування і планування витрат, складання кошторису витрат на майбутній період з урахуванням інших показників і особливостей діяльності підприємства.

Система управління витратами є однією з підсистем загальної системи управління підприємством. Вона тісно пов'язана з такими підсистемами управління: обсягом виробництва і реалізації продукції, запасами, виручкою (доходами), прибутком. Щоб забезпечити ефективне управління витратами на підприємстві, слід сформувати відповідну систему управління логістичними витратами (рис. 1).

Елементами моделі управління логістичними витратами є: мета системи; об'єкт і суб'єкт управління, що знаходяться під дією попиту і пропозиції на ринку й які визначають суспільно необхідні витрати; група елементів, що формують прямий інформаційний зв'язок з об'єктом управління; контрольовані і неконтрольовані чинники, що впливають на основні елементи систем.

Процес управління витратами на підприємстві досить складний, оскільки потребує врахування різноспрямованих інтересів: держави, галузі, підприємства, контрагентів, споживачів.

Основне завдання створення на підприємстві системи управління витратами полягає у тому, щоб поєднати ці інтереси і створити саморегулюючий механізм їх формування й зміни.

Система управління витратами має бути спрямована на вирішення таких завдань, як здійснення контролю над ходом господарської діяльності підприємства; виявлення тенденцій змін рівня, обсягу та структури витрат на обсяг виробництва й одиницю продукції; збір, аналіз інформації про витрати; нормування, планування витрат у розрізі елементів, виробничих підрозділів і видів продукції; пошук резервів економії ресурсів і оптимізації витрат.

Отже, система управління логістичними витратами підприємства – це система економічних засобів і методів спрямованого впливу на інтереси галузі, підприємства, працівника з метою оптимального їх узгодження з інтересами споживачів і всього суспільства у цілому з

дотримання відповідних суспільно необхідних пропорцій у формуванні витрат.

Функції системи управління логістичними витратами визначаються завданнями, які на неї покладаються [2, с. 61]:

- 1) організація інформаційного забезпечення відповідно до змісту, складу і структури витрат та цільових орієнтирів;
- 2) оцінка можливостей формування витрат у поточному і планованому періодах діяльності відповідно до умов функціонування підприємства;
- 3) повний аналіз витрат у динаміці і за точний період;
- 4) прогнозування розміру і рівня витрат, застосовуючи можливі методи за різних обсягів виробництва і цільової суми прибутку;
- 5) планування діапазону допустимих меж рівня витрат, тобто їх максимального і мінімального значення;
- 6) нормування витрат у розрізі статей витрат;
- 7) забезпечення своєчасного доведення планованого рівня витрат до виконавчих підрозділів, центрів відповідальності, окремих осіб;
- 8) контроль і оперативне управління витратами з урахуванням змін умов функціонування підприємства та зміни кон'юнктури товарного ринку;
- 9) вдосконалення обліку витрат та пошук резервів подальшого їх зниження.

Успішне управління логістичними витратами підприємства може здійснюватися лише за умови наявності чіткої та правдивої інформації, необхідної для аналізу ситуації та прийняття ефективного управлінського рішення.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Підводячи підсумок, зазначимо, що головним критерієм управління логістичними витратами підприємства є прискорена тенденція зростання прибутку та чистого доходу від реалізації продукції порівняно з тенденцією росту його витрат. Тому логістичні витрати повинні знаходитися під постійним контролем працівників підприємства, а також оптимальна величина їх для кожного підприємства повинна бути встановлена особливо залежно від галузі виробництва та від логістичної діяльності підприємства.

Ефективне управління витратами повинно передбачати зменшення і усунення тих витрат, які не є доцільними, результативними для підприємства, тобто які не сприяють збільшенню обсягів виробництва і реалізації продукції, отриманню цільового розміру прибутку.

Щоб оптимізувати витрати на підприємстві під час їх формування, доцільно забезпечити виконання таких умов:

- приріст загальної суми витрат не повинен перевищувати приріст виручки від реалізації (доходів);
- мінімальний рівень (середній) витрат повинен досягатися за такого обсягу виробництва і реалізації, коли граничні витрати за своїм розміром дорівнюють середнім витратам. Подальше збільшення обсягів діяльності призведе



Рис. 1. Система управління логістичними витратами підприємства

Джерело: розроблено на основі [2]

до зростання розмірів середніх витрат, що не є ефективним;

- зниження витрат не повинно викликати негативних явищ: зниження якості продукції (робіт, послуг) і, як наслідок, погіршення якісних показників діяльності підприємства;

- розмір витрат повинен бути пов'язаний із забезпеченістю підприємства ресурсами, про-

гнозовані значення витрат повинні визначатися з урахуванням обмежень по ресурсах, розрахунки – забезпечувати найбільш оптимальне їх використання;

- повинна досягатися відповідність зміни витрат змінам обсягу і особливостей діяльності підприємства, його цільових орієнтирів, вимог покупців до якості й асортименту продукції тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економіка логістичних систем : монографія / М. Васелевський та ін. ; за наук. ред. Є. Крикавського та С. Кубіва. Львів : Львівська політехніка, 2008. 596 с.
 2. Іванюта П.В., Лугівська О.П. Управління ресурсами і витратами : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 320 с.
 3. Кальченко А.Г., Кривешенко В.В. Логістика : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2006. 467 с.
 4. Ларіна Р.Р. Логістика : навчальний посібник. Донецьк : ДонДУУ, 2006. 277 с.
 5. Сток Д.Р. Стратегическое управление логистикой / пер. с англ. В.И. Сергеева. Москва : ИНФРА-М, XXXII, 2005. 797 с.
 6. Харрісон Алан, Ремко Ван Хоук. Управління логістикою: розроблення стратегій логістичних операцій / пер. з англ. О.Є. Міхейцева. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2007. 368 с.
 7. Чухрай Н., Гірна О. Формування ланцюга поставок: питання теорії та практики : монографія. Львів : Інтеллект-Захід, 2007. 232 с.
 8. Шевців Л.Ю., Петецький І. Логістичні витрати підприємства: формування та оцінювання : монографія/ за ред. Є.В. Крикавського. Львів : Львівська політехніка, 2011. 244 с.
-
- REFERENCES:**
1. Vaselevs'kyu. M., Bilyk I., Deyneha O., Dovba M., Kostyuk O., Krykav's'kyu Ye. (2008). Ekonomika lohistrychnykh system. [Economics of logistics systems]. L'viv: Vydavnytstvo National'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnik", pp. 596. (in Ukrainian).
 2. Ivaniuta P.V. (2011). Upravlinnia resursamy i vytratamy: navchalnyi posibnyk [Resource and cost management: Training manual]. Kyiv: Center of educational literature, pp. 320. (in Ukrainian).
 3. Kalchenko A.H. (2006). Lohistyka: navchalnyi posibnyk [Logistics: Training manual]. Kyiv: KNEU, pp. 467. (in Ukrainian)
 4. Larina R.R. (2006). Lohistyka: navchalnyi posibnyk [Logistics: Training manual]. Donetsk: Dong DUU, pp.277. (in Ukrainian)
 5. Stok D.R. (2005). Stratehycheskoe upravlenyie lohistrykoi. [Strategic logistics management]. Moscow: INFRA-M, XXXII, pp. 797. (in Russian)
 6. Kharrison Alan (2007). Upravlinnia lohistrykoiu: Rozrobka stratehii lohistrychnykh operatsii [Logistics management: Development of logistics strategies]. Dnepropetrovsk: Balance Business Boks, pp. 368. (in Ukrainian)
 7. Chukhrai N. (2007). Formuvannia lantsiuha postavok: pytan- nia teorii ta praktyky [Formation of supply chain: Questions of theory and practice]. Lviv: Publishing House «Intellect-West», pp. 232. (in Ukrainian)
 8. Shevtsiv L.Yu. (2011). Lohistrychni vytraty pidpriemstva: formuvannia ta otsiniuvannia: monohrafiia [Logistics costs of the enterprise: Formation and evaluation]. Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House, pp. 244. (in Ukrainian)

УДК 005.336.4:334.716

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-38>

Ситник Й.С.

*доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту персоналу та адміністрування
Національного університету «Львівська політехніка»*

Sytnyk Yosyf

*Doctor of Sciences (Economics), associate Professor,
Head of the Department of Human Resource Management and Administration
Lviv Politechnic National University***РОЗВИТОК ОСОБИСТІСНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ТА МОТИВУВАННЯ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ****DEVELOPMENT OF PERSONAL COMPETENCES AND MOTIVATION
OF INTELLECTUAL ACTIVITY OF THE PERSONNEL OF ENTERPRISES****АНОТАЦІЯ**

У статті досліджено конститутивні властивості інтелектуально активного працівника та засади формування інтелектуально-особистісних якостей висококваліфікованих фахівців. Виокремлено види особистісних компетенцій, затребуваних під час інтелектуалізації підприємств, їх систем управління та в економіці знань. Визначено пріоритетні напрями розвитку менеджменту для особистісного зростання та ефективності моделі управління. Удосконалено модель мотивування інтелектуальної активності персоналу. Доповнено класифікацію методів мотивування персоналу підприємств до провадження інтелектуальної діяльності, виокрепивши нові методи за низкою ознак. Запропоновано послідовність стадій процесу формування механізму розвитку інтелектуальної активності персоналу підприємств, зокрема управлінського, як цільової функції управління.

Ключові слова: інтелектуалізація, персонал, система управління, мотивація.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы конститутивные свойства интеллектуально активного работника и принципы формирования интеллектуально-личностных качеств высококвалифицированных специалистов. Выделены виды личностных компетенций, востребованных при интеллектуализации предприятий, их систем управления и в экономике знаний. Определены приоритетные направления развития менеджмента для личностного роста и эффективности модели управления. Усовершенствована модель мотивации интеллектуальной активности персонала. Дополнена классификация методов мотивации персонала предприятий к производству интеллектуальной деятельности, выделив новые методы по ряду признаков. Предложена последовательность стадий процесса формирования механизма развития интеллектуальной активности персонала предприятий, в частности управленческого, как целевой функции управления.

Ключевые слова: интеллектуализация, персонал, система управления, мотивация.

ANNOTATION

The proposed article explores the constitutive properties of an intellectually active employee. The principles of formation of intellectual and personal qualities of highly qualified specialists are grouped into the following main categories: ethical reputation, moral ideals, intellectual abilities. The motives that motivate the person and the personnel of the enterprises to the intellectual, knowledge and innovative activity, in particular: outlook-mental, psychological-intellectual, economic-motivational, demographic, legislative-governmental and socio-cultural are determined. The types of personal competences required in the intellectualization of

enterprise management systems and in the knowledge economy are distinguished. These include: worldviews, values, cognitive, social, behavioural, spiritual, emotional, technical and technological. It is established that to change the models of enterprise management a bilaterally directed strategy of personnel management development is required. In the short term, it should purposefully encourage the acquisition of new knowledge, exchange of information, the introduction of the latest information technologies and the formation of intellectual environments in the structure of enterprises with a low level of development of these processes. In the long term, transform management systems and dynamically update management models. Priority directions of development of enterprise management for personal growth of specialists and improvement of efficiency of model of enterprise management are determined. The model of motivation of intellectual activity of personnel is improved. The classification of methods of motivation of the personnel of enterprises to carrying out intellectual activity is supplemented. Such methods of motivation as proprietary motivation, leadership-directed motivation, ideological-value motivation and method oriented to the purposeful processes of integration are offered. The sequence of stages of the process of forming the mechanism of development of intellectual activity of the personnel of enterprises as a target management function is proposed.

Key words: intellectualization, personnel, management system, motivation.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Проблематика формування механізмів розвитку інтелектуальної активності особистості та персоналу підприємств, отримання синергійного ефекту від інтелектоносіїв в умовах сьогодення актуальна для збереження еліти нації, суспільства, конкурентоспроможності національної економіки. Інтелектуальна активність – одна з назрілих категорій дослідження педагогічної, психологічної, економічної та управлінської наук. Саме з позицій управлінської науки на часі є розгляд та напрацювання основних підходів до створення в системах управління умов для формування й розвитку інтелектуальної активності персоналу підприємств. Ідеться про інтелектуальну активність особистості та персоналу систем управління щодо пошуку, актуалізації й розв'язування інтелектуальних завдань (соціальних, економічних, управлінських, технологічних, продук-

тових, інноваційних, особистісної взаємодії), спрямованих на досягнення конкурентних переваг підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Теоретико-методологічні основи дослідження людського та інтелектуального капіталу у знаннєвомісткій економіці, питання інтелектуалізації суспільства, економіки й менеджменту, інтелектуальної творчості індивідів, розвитку особистості, мотивації інтелектуальної активності та творчої інтелектуальної праці персоналу, а також засади розвитку інтелектуального складника трудового потенціалу й управління інтелектуальним капіталом підприємств ґрунтовно висвітлила у своїх працях низка науковців: С. Вовканич та Л. Семів [4], А. Кендюхов [6], А. Колот [9], О. Хілуха, О. Кузьмін та Л. Ліпич [19], А. Василік [3], В. Петренко [15], С. Кісь [7], М. Буквинська [2] та ін. Не вирішеною залишається проблематика мотивування інтелектуальної активності персоналу підприємств.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є виокремлення особистісних компетенцій затребуваних під час інтелектуалізації систем управління та формування механізму розвитку інтелектуальної активності персоналу підприємств як цільової функції менеджменту в економіці знань.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Забезпечити належний «запуск» функції розвитку інтелектуальної активності персоналу допоможе з'ясування причин та передумов, які спонукають людину (персонал підприємств) до інтелектуально-знаннєвої та інноваційної діяльності. Проаналізувавши літературні джерела та за результатами проведеного дослідження можемо виокремити низку таких першопричин (мотивів): світоглядно-ментальні, психологічно-інтелектуальні, економічно-мотиваційні, демографічні, законодавчо-урядові та соціокультурні.

Конститутивні властивості інтелектуально активного працівника можна окреслити за такими ознаками:

- працівник нового типу, зайнятий «інтелектоінформаційною» працею;
- працівник стійкої дієздатності, внутрішньої енергії, високої мобільності та комунікабельності;
- креативний у своїх діях, здатний та бажачий розкриватися з метою самореалізації і самовираження;
- працівник, для якого інформація є основним джерелом заробітку;
- вміє застосовувати наукові уявлення як змістовні інструменти думки;
- працівник високої морально-етичної репутації.

Водночас формування інтелектуально-особистісних якостей висококваліфікованих фахівців

здійснюються у певній послідовності за такими категоріями: етична репутація – моральні ідеали – інтелектуальні здібності – працівник-інтелектуал. Зазначені категорії наповнюються важливими елементами, які відображають рівень фахівця-інтелектуала, зокрема складниками етичної репутації є освіта, виховання, культура, світогляд, ментальність особи. До моральних ідеалів належать стиль життя, поведінка, діяльність, національні цінності, прагнення і мотиви. Складниками інтелектуальних здібностей є якість, швидкість і точність вирішення завдань із мислення, темп і успішність навчання, продуктивність професійної діяльності, рівень соціальної адаптованості, уява та ініціатива. Загалом працівник-інтелектуал має синергійно поєднувати інтелектуально-особистісні якості, нову якість управління, здатність до корекції технологічного процесу, високу мотивацію до професійних знань, лідерські навички.

З огляду на це, вироблений продукт (товар, послуга) асоціюється сьогодні вже не стільки з матеріальним утіленням природних та технологічних ресурсів, а й із інтелектуальним капіталом, вираженим у функціональному призначенні продукції, її інформаційно-пізнавальному змісті. Оскільки походження інтелектуальних ресурсів виключно людське, управління ними перебуває у площині інтелектуалізації економіки та систем управління підприємствами.

У цьому контексті варто наголосити, що інтелект, знання, досвід та інтелектуальну діяльність особистості в системі підприємства не потрібно ототожнювати лише з логічними, раціональними та аналітичними основами.

Під час формування процесів інтелектуалізації підприємств потрібно спрямувати дослідження у царину ірраціональних, суб'єктивних станів фахівців, трактування людського пізнання як творчої активності, переходу до аналізу мотиваційної та ціннісної сфер особистості як джерел специфічного пізнавального ставлення людини до світу, економіки та управління.

Водночас інтелектуалізація у поєднанні з технічним прогресом означає, що все більше видів праці та рутинних завдань на підприємствах будуть виконуватися на основі інформаційно-комп'ютерних технологій (ІКТ) та штучним інтелектом, роботами. На відміну від попередніх технологічних революцій ІКТ і поширення знань та Інтернету ліквідують також багато робочих місць так званих «білих комірців» – працівників розумової праці, працівників апарату управління, менеджерів, інженерно-технічного персоналу.

У такій ситуації різко зростає попит на фахівців зі значно ширшими компетенціями, ніж вузькоспеціальні, тобто тих, що ІКТ доповнюють, а не витісняють із ринку праці (рис. 1).

Сучасні системи освіти поки що повільно реагують на цей виклик, а внутрішні системи перепідготовки персоналу переважної більшості українських підприємств дуже мало інвестують у ці процеси. Водночас у процесі інтелектуалі-

Світоглядно-ціннісні	Когнітивні	Соціально-поведінкові	Духовно-емоційні	Технічно-технологічні
Націєнтризм і національна гідність	Грамотність і математичні навички	Соціальна взаємодія і особисті навички	Сила духу і віра в перемогу (успіх)	Функціональний професіоналізм, знання методів, вміння працювати із сучасним інструментарієм
Плекання державної (української) мови, культури та знання історії свого народу	Логічне, творче, системне та критичне мислення	Відповідальність	Емоційна стабільність і стресостійкість	Технологічні навички, набуті під час навчання та практичної діяльності
Сімейно-родинна взаємодія	Вміння вирішувати проблеми, а не знання, потрібні для їх вирішення	Готовність до здобуття нового досвіду, добросовісність, екстраверсія	Позитивізм і добрий настрій	Уміння користуватися ІКТ та спецобладнанням у конкретній професії (інженер, економіст, IT-спеціаліст, технолог)
Співіснування в мирі та любові	Вербальна грамотність, уміння моделювати ситуації та процеси, швидкість мислення	Здатність мотивувати і переконувати	Неконфліктність	
Справедливість, співчуття, захист національних інтересів	Системне і просторове бачення проблематики	Інтелектуальна культура	Схильність до контролю своїх емоцій і почуттів	
Шанування релігійних цінностей		Саморегулювання, готовність до компромісу, прийняття рішень і міжособистісне спілкування	Життєвий оптимізм	
Міжконфесійна повага і терпимість		Орієнтування в поведінці на національні традиції	Прагматичний альтруїзм	
Збереження національного багатства та приватновласницька ініціатива				

Рис. 1. Види особистісних компетенцій, затребуваних під час інтелектуалізації підприємств (систем управління) та в економіці знань

Джерело: сформовано та інтерпретовано автором

зації підприємств темп змін буде дуже високим, і категорії затребуваних навичок і компетенцій теж швидко змінюватимуться. Отже, персоналу підприємств доведеться неодноразово протягом трудового життя вдосконалювати свої навички і збагачувати професійний досвід. Це вже відбувається на багатьох підприємствах, моделі управління та бізнес-процеси яких трансформуються до світових стандартів сьогодення.

У цьому контексті інноваційними серед мікроекономічних аспектів стали ідеї науковців М. Блауга [1], А. Бйорна [21], В. Самуельсона та С. Маркса [22] щодо вирішення проблем із так званою «асиметрією інформації» – ситуацією, коли підлеглі одержують повну професійну інформацію від менеджерів, що знижує ефективність їхньої праці.

Також конструктивною є думка Х. Варіана про те, що у сьогоdnішніх умовах необхідно вирішувати також питання обмеження «самоселекції» під час підбору працівників на підприємство, яке передбачає, що «потенційні кандидати на роботу пристосовуються до пред'явлених підприємством вимог, а це підвищує можливості працевлаштування не найкращого кандидата та в результаті знижує ефективність функціонування суб'єкта господарювання» [23, с. 617–621]. Розглянуті вище питання конструктивно можна вирішити, здійснюючи системне інвестування в процеси інтелектуалізації підприємств.

Незважаючи на те, що інтелектуалізація надає багатьом підприємствам можливість ефективніше використовувати інтелектуальний

потенціал персоналу, створювати внутрішньо-корпоративні Інтернет-мережі для обміну інформацією та знаннями, ці нові інструменти ще не сприяли поширенню змін моделей управління. Для цього потрібна двосторонньо спрямована стратегія розвитку управління персоналом: у короткотерміновій перспективі – цілеспрямоване заохочення до набуття нових знань, обміну інформацією, упровадження ІКТ і формування інтелектуальних середовищ у структурі підприємств із низьким рівнем розвитку цих процесів, а в довготерміновій – трансформація систем управління та актуалізація моделі управління (табл. 1).

Отже, інтелектуально-знаннєві та інноваційні продукти (товари, роботи, послуги, управлінські рішення) є наслідком інтелектуальної активності персоналу та сукупної інтелектуально-інноваційної діяльності підприємств, а також ключовим джерелом формування конкурентних переваг на ринку. Водночас підприємства, які створюють передумови інтелектуально-знаннєвого розвитку, використовують його результати для власних цілей: в умовах ринкової економіки рушійною силою конкуренції є мотивування до новаторства, адже на основі нововведень удається освоювати нові

ринки та досягати економічної ефективності господарювання.

У цьому контексті найбільш актуальними та прикладними є процесні теорії мотивування персоналу, що аналізують, як людина розподіляє зусилля для досягнення різних цілей та вибирає конкретний вид поведінки. Засновники процесних теорій не заперечують існування потреб, але вважають, що поведінка людей визначається не тільки ними [13, с. 20].

Серед низки процесних теорій мотивування вагоме місце належить теорії очікувань В. Врума, яка підкреслює важливість трьох взаємозв'язків: затрати – результати, результати – винагорода і валентність (сила переваги, яку надає людина тому чи іншому результату, тобто ступінь задоволення винагородою).

Співвідношення чинників затрат праці (З), результатів (Р), винагороди (В) та валентності у процесі мотивації наочно можна зобразити за допомогою моделі [8, с. 30; 13, с. 20]:

$$\text{Мотивація} = (З \rightarrow Р) \times (Р \rightarrow В) \times \text{Валентність}. (1)$$

Інтерпретуючи сутність цієї моделі, можемо стверджувати, що мотивування інтелектуальної праці – це очікування того, що зусилля дадуть бажаний інтелектуально-знаннєвий результат (З→Р), помножений на очікування

Таблиця 1

Пріоритетні напрями розвитку менеджменту для особистісного зростання та ефективності моделі управління

СМ на етапі старту інтелектуалізації: закладання основ для дієвішої моделі управління	СМ на етапі розвитку інтелектуалізації: створення гнучкої, ефективної й підзвітної моделі управління	СМ на етапі трансформації інтелектуалізації: вдосконалення й актуалізація моделі управління
<ul style="list-style-type: none"> – створення правових і комунікаційних умов для надання (отримання) оперативної та якісної знаннєвої інформації для кожної системи (підрозділу) та працівника – регламентація моніторингу постачальників знаннєво-інформаційних послуг та вдосконалення системи обліку, доступу, конфіденційності, оплати – створення системи обліку інтелектуальності (інтелектуальності) та інтелектуоспоживачів у СМ – розширення масштабів надання / отримання знаннєво-інформаційних послуг через співпрацю із зовнішніми інститутами – підвищення підзвітності користувачів знаннєво-інформаційних послуг – менеджменту, систем, підрозділів, персоналу 	<ul style="list-style-type: none"> – формування систем і підсистем інтелектуально-інноваційних середовищ – удосконалення організаційної структури, процесу менеджменту, – налагодження онлайн-взаємодії та зворотного зв'язку між рівнями управління, системами менеджменту, персоналом щодо питань інноваційних ідей, якості знаннєво-інформаційних послуг, систем мотивації та розвитку – підвищення прозорості, взаємної підзвітності між рівнями управління, системами менеджменту, персоналом та за стратегічними, тактичними і оперативними цілями розвитку підприємства – зменшення кількості другорядних та бюрократичних процедур погодження, дублювання управлінських рішень та їх вартості 	<ul style="list-style-type: none"> – планування і координування горизонтальної співпраці у сфері творення і використання ІК між системами менеджменту, інтелектуально-інноваційними середовищами, окремими інтелектуальними виробниками, збуту продукції із високим рівнем інтелектуальності – удосконалення методів, функцій та процесу менеджменту через активне залучення персоналу – максимізація інтегрування та уніфікації протоколів, що регламентують обмін інформацією, стандартів безпеки та іншої операційної сумісності й управлінської взаємодії – упровадження у менеджменті політики ідентифікації та захисту персональних ІЗА працівників і окремо ІВ підприємства – локалізація ІК працівників на їхніх персоналізованих акаунтах інформаційної системи підприємств із контролем за використанням контенту – забезпечення соціально-правового захисту віддалених професій та робочих місць, а також приватного життя працівників – регулювання недопущення монопольного присвоєння всієї доданої вартості (прибутку) від господарської діяльності, а справедливий її розподіл – перехід до «багатогранної моделі управління» підприємством, ключовими аспектами якої будуть: 1) власники (акціонери); 2) менеджмент; 3) об'єднання інтелектуальності (власників ІК); 4) профспілка працівників

СМ – система менеджменту

Джерело: сформовано автором

того, що особистісні та командні інтелектуально-знаннєві здобутки (результати) забезпечать відповідну винагороду ($P \rightarrow B$), помножену на сподівану цінність (валентність). Модель мотивування інтелектуальної активності персоналу, зважаючи не лише на зацікавленість у цьому процесі працівників підприємств, а й на очікування системи управління, можна також продемонструвати графічно (рис. 2), застосувавши теорію підкріплення Б. Скінера, яку іноді ще називають умовною теорією, або біхевіоризмом. Сутність цієї теорії така: коли людина вважає, що її дії винагороджуються, вона прагне повторити їх ще раз, проте якщо зазнає неприємних відчуттів – уникатиме повторення цих дій.

Велике значення під час розроблення інструментарію виконання функції управління персоналу «розвиток інтелектуальної активності» мають закони поведінки працівників, без яких неможливо ефективно впливати на персонал підприємства та стимулювати його до інтелектуальної діяльності.

Найґрунтовніше дослідили основні групи законів, які необхідно враховувати й яким повинна підпорядковуватися система мотивації персоналу, науковці В. Нижник та О. Харун [13, с. 31–33]. Зокрема, автори класифікують об'єктивні закони, з яких випливають мотиваційні основи персоналу, на: 1) загальні закони поведінки (закон соціальної спадковості; єдності свідомого та несвідомого в поведінці людини; необхідної різноманітності; резонансного збудження систем; послідовності розвитку; зростання ентропії; кумулятивного впливу; збільшення варіативності поведінки); 2) закони інерційності людських систем (інерції; установки; домінанті); 3) закони зв'язку із зовнішнім середовищем (рівноваги навколишнього середовища; адаптації; комплексної дії на об'єкт управління; позитивного результату (ефекту); зростання трудомісткості благ; Г. Госсена); 4) закони соціально-біологічні (визначальної ролі традицій і звичаїв; впливу соціальних

норм; впливу трудового колективу; зростання продуктивності праці в колективі; М. Рінгельмана; еталонної групи; опору неповазі; негативної дії надмірної регламентації); 5) закони біопсихологічні (рефлекторного відбивного характеру діяльності; економії сил (енергії); еґоїзму (випереджального віддзеркалення дійсності); очікуваного корисного ефекту; впливу емоцій; стимулювання поведінки словом; вольової детермінації поведінки) [13, с. 32].

Здійснення функції управління персоналу «розвиток інтелектуальної активності» потребує адекватного використання низки методів, серед яких найвагомішими є методи мотивування, що спонукають до певних дій.

Досліджуючи сутнісні ознаки мотивування та методів управління, науковці зробили висновок про те, що ці категорії опосередковано тотожні, оскільки зорієнтовані на досягнення цілей підприємства, а мотивація персоналу до реалізації ефективної трудової діяльності спирається на методи управління [13, с. 35].

На нашу думку, незважаючи на певні особливості, пов'язані із цілевизначенням та очікуваними ефектами, на отримання яких спрямовані методи мотивування та методи менеджменту, загалом їх справді варто ототожнювати, адже й перші й другі скеровані на персонал, і лише через персонал можна управляти іншими активами підприємства.

У цьому контексті, розвиваючи теоретичні напрацювання науковців, на підставі аналізування літературних джерел [5; 10; 12–14; 17; 18; 20] та результатів проведеного дослідження пропонуємо доповнити класифікацію методів мотивування персоналу підприємств, виділивши нові. Зокрема, за класифікаційною ознакою «за способом врахування інтересів персоналу» пропонуємо додати *методи*: 1) *власницьке мотивування*, орієнтоване на власницькі інтереси персоналу в сенсі отримання частки роялті (паушального платежу) чи співзасновника інтелектуального бренда; 2) *лідерсько спрямоване*

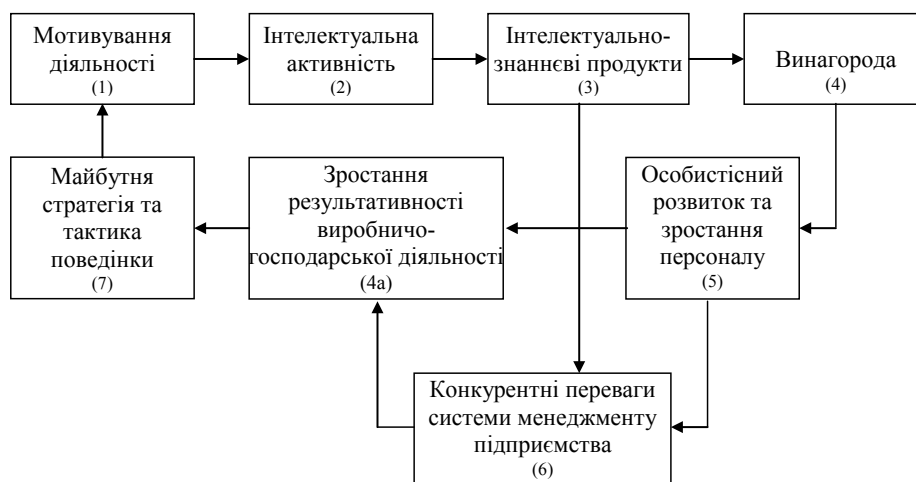


Рис. 2. Модель мотивування інтелектуальної активності персоналу

Джерело: сформовано автором на основі теорії підкріплення Б. Скінера

мотивування, яке передбачає стимулювання особистостей до лідерської наснаги, відповідальності, демонстрування першості в інтелектуально-знанневих починаннях та ініціативах, особистих прикладів наслідування тощо. За ознакою «за характером впливу» пропонуємо додати *метод світоглядно-ціннісного мотивування* – специфічного способу впливу на персонал через призму його ідейного, духовного, національно-гіднісного почування та обов’язку особистостей. За ознакою «за видом результату» пропонуємо додати *метод, орієнтований на цільові процеси інтегрування*, а також виокремити нову класифікаційну ознаку «за силою впливу» з відповідними назвами методів – «домінувальні» та «допоміжні».

Узагальнення класифікаційних ознак та методів управління мотивуванням персоналу підприємств із зазначеними доповненнями автора наведено на рис. 3.

На особливу увагу під час застосування методів мотивування заслуговують чинники, що визначають потенціал творчої мотивації персоналу. Зокрема, В. Кушерець [11, с. 133] ви-

окремлює такі: розмаїття навичок, ідентичність завдання можливостям працівника та його важливість, автономність виконання роботи, можливість підвищення соціального статусу і соціального успіху внаслідок вирішення завдання із системами, що продукують зворотний зв’язок.

Інтерпретуючи їх, можна зазначити, що перші три чинники зароджують у фахівців відчуття необхідності тієї праці, яку вони виконують. Наступний спонукає до відповідального виконання своїх функцій. П’ятий дає право на підставі результатів діяльності оцінити здобутий ступінь.

Водночас поступове зменшення зовнішнього контролю змушує працівника під час вирішення завдань якнайбільше покладатися на власні творчі здібності. Суттєвим є й те, що взаємодія індивіда з командою визначальна під час виконання завдання: відчуття несправедливості породжує напругу, спричиняючи конфлікти, та заважає гармонійній взаємодії учасників подій.

У цьому контексті низка дослідників зазначає, що основою творчої дослідницької поведінки людей є також емоції інтересу – цікавості,



Рис. 3. Класифікація методів мотивування персоналу підприємств

Джерело: сформовано автором із доопрацюванням на основі [13, с. 36; 20, с. 343–344]

*– запропоновано автором

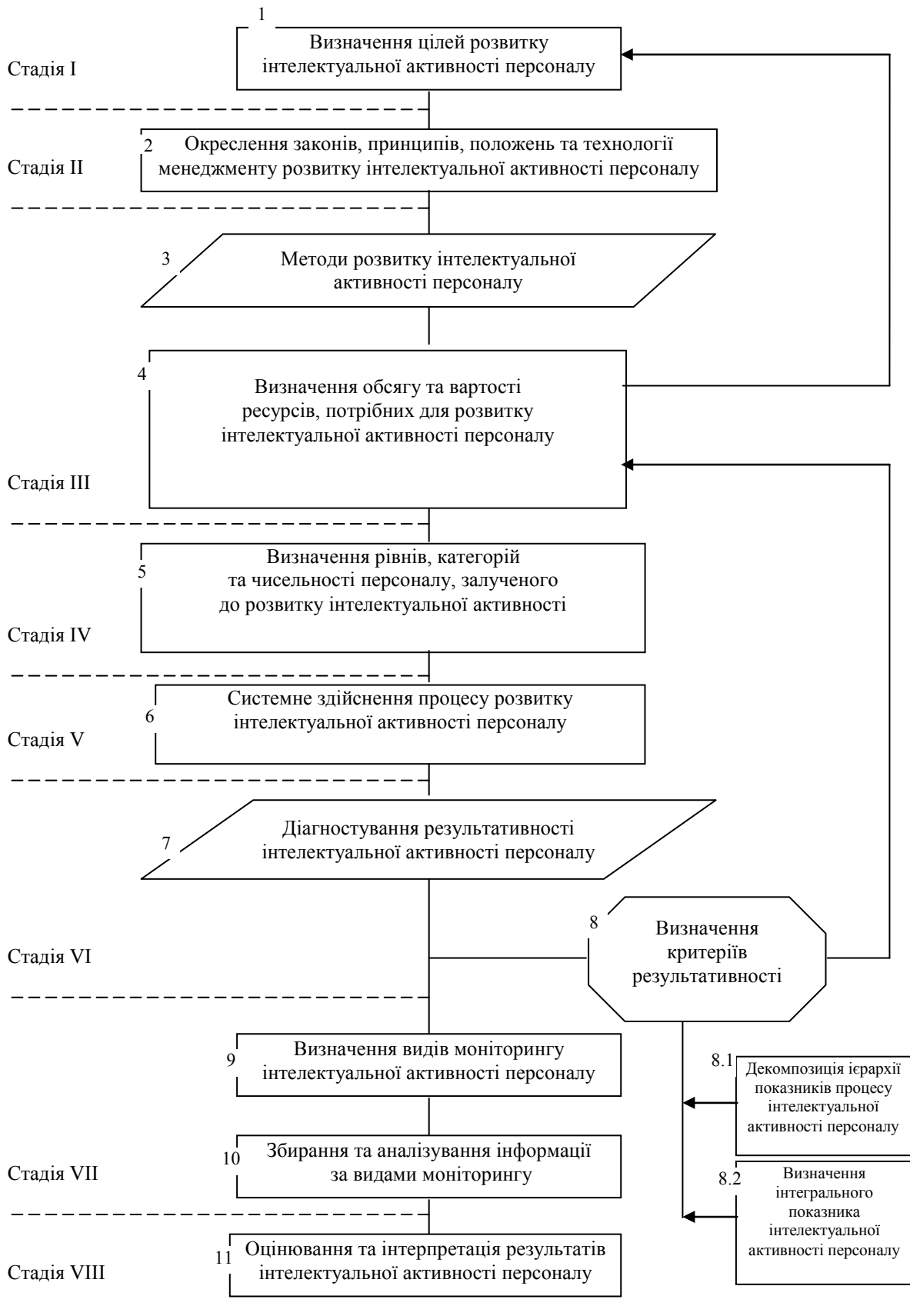


Рис. 4. Процес формування механізму розвитку інтелектуальної активності персоналу підприємств як цільової функції управління

Джерело: сформовано автором

яка прирівнюється до базових потреб інноваторів, але треба враховувати, що існують дві фази творчості: первинна (пов'язана з інтенсивним інтересом) і вторинна (подальше розроблення початкової ідеї) [16, с. 35].

Тому, на думку науковців, багато людей схильні до первинної творчості, адже власне вона найбільше задовольняє пізнавальний інтерес, а ще тому, що другорядна стадія вимагає сильної дисципліни й громіздкої праці. Водночас мотивацією творчої діяльності є також прагнення до успіху, до досконалості, а працівників із таким прагненням вирізняє неординарність, здатність бачити проблему (і шляхи її вирішення) там, де інші вважають усе давно вирішеним. Саме тому, доходять висновку дослідники, розвинені країни з такими особистостями асоціюють майбутнє і формують належне інтелектуальне й організаційне середовище для їхнього кар'єрного і творчого зростання (соціальні механізми добору талантів, їхнього просування у вищі сфери суспільної діяльності) [16, с. 35].

З огляду на викладене вище, пропонуємо послідовність процесу формування механізму розвитку інтелектуальної активності персоналу підприємств як цільової функції управління (рис. 4). Він містить вісім укрупнених стадій з описом складових елементів та процесів їх здійснення. Відповідно до сформованої ієрархії цілей, розвиток інтелектуальної активності може бути спрямований на: управлінський персонал – для формування вертикально-горизонтальних ефектів та лідерських і опосередковано-стимулювальних впливів на керовану систему менеджменту підприємства; фахово-продуктово орієнтований персонал – для генерування нових ідей, продуктів, процесів, технологій та інтенсифікації виконання операційних завдань; керівну та керовану системи – для отримання комплексних, синергійних та емерджентних ефектів усього підприємства.

На подальших стадіях процесу залежно від поставлених цілей, окреслення законів, принципів та ключових положень, згідно з якими забезпечуватиметься розвиток інтелектуальної активності персоналу, відбувається вибір методів та визначення обсягу і вартості потрібних для розвитку інтелектуальної активності персоналу ресурсів. За підсумками системної реалізації процесу розвитку інтелектуальної активності персоналу, що визначаються з установленою періодичністю (рекомендуємо один раз на рік, з огляду на властивості інтелектуальних ефектів), здійснюються діагностування результативності цього процесу та оцінювання й інтерпретація його ефективності.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. З'ясовано, що забезпечити належний «запуск» функції розвитку інтелектуальної активності персоналу покликані певні передумови (мотиви), які спонукають людину (персонал підприємств) до інтелектуально-знаннєвої та інно-

ваційної діяльності: світоглядно-ментальні, психологічно-інтелектуальні, економічно-мотиваційні, демографічні, законодавчо-урядові та соціокультурні. Розроблено послідовність процесу розвитку інтелектуальної активності персоналу підприємств як цільової функції управління. Встановлено, що в ситуації різкого зростання попиту підприємств на фахівців зі значно ширшими навиками, ніж вузькоспеціальні, тобто тих, що інформаційно-комунікаційні технології доповнюють, а не витісняють із ринку праці, затребуваними в процесі інтелектуалізації підприємств та інтелекто-знаннєвій економіці стають певні види особистісних навиків, які виокремлено в такі групи: світоглядно-ціннісні, когнітивні, соціально-поведінкові, духовно-емоційні, технічно-технологічні. У подальших дослідженнях варто розробити теоретично-прикладні моделі для процесів дифузії інтелектуально-знаннєвих здобутків у системі управління підприємствами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / пер. з англ. І. Дзюби. Київ : Основи, 2001. 670 с.
2. Буковинська М.Л. Формування і розвиток особистості: соціальний аспект. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2012. № 8(135). 196 с.
3. Василик А.В. Сучасні підходи до мотивації інтелектуальної активності персоналу підприємства. *Формування ринкової економіки. Соціально-трудова відносина: теорія і практика*. 2010. Т. I. С. 124–132.
4. Вовканич С.Й., Семів Л.К. Теоретико-методологічні основи дослідження людського та інтелектуального капіталу в знаннєвомісткій економіці: концептуалізація понять. *Регіональна економіка*. 2007. № 4. С. 7–19.
5. Іляш О.І., Капериз М.В. Посилення мотивації праці в системі управління трудовим потенціалом підприємства. *Економіка, планування і управління галузі. Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.2. С. 167–171.
6. Кендюхов О.В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом : монографія. Донецьк : ДонУЕП, 2008. 363 с.
7. Кісь С.Я. Формування системи забезпечення інтелектуалізації персоналу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2015. № 5. С. 31–34.
8. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу. Київ : КНЕУ, 1998. 224 с.
9. Колот А.М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань. *Економічна теорія*. 2007. № 2. С. 3–14.
10. Кузьмін О.Є., Бодарецька О.М. Взаємозв'язок понять «мотивація» та «мотивування» у системі мотивування персоналу підприємств. *Бізнес Інформ*. 2015. № 1. С. 347–352.
11. Кушерець В.І. Знання як стратегічний ресурс суспільних трансформацій. Київ : Знання України, 2004. 248 с.
12. Любомудрова Н.П. Соціально-економічне оцінювання рівня мотивації праці персоналу промислових підприємств. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2012. № 1(172). Ч. 1. С. 145–151.
13. Нижник В.М., Харун О.А. Механізм мотивації високопродуктивної праці персоналу підприємств : монографія. Хмельницький : ХНУ, 2011. 210 с.

14. Нікітін Ю.О., Рукас-Пасічний В.Г. Сучасні моделі та механізми мотивації персоналу українських підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 4(154). С. 238–246.
15. Петренко В.П. Інтелектуальні ресурси соціально-економічних систем: аспекти інноваційного управління : монографія. Івано-Франківськ : ПП Курилюк В.Д., 2009. 196 с.
16. Решетило В.П., Наумов М.С., Федотова Ю.В. Трансформаційні процеси в суспільстві в умовах інформаційної економіки : монографія. Харків : ХНУМГ, 2014. 275 с.
17. Стефанюк О.Д. Система нематеріальної мотивації персоналу на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2016. № 4. С. 277–283.
18. Управління персоналом : навчальний посібник / Г.М. Захарчин та ін. Львів : Львівська політехніка, 2013. 259 с.
19. Хілуха О.А., Кузьмін О.Є., Ліпич Л.Г. Управління інтелектуальним капіталом машинобудівних підприємств: теоретичні та прикладні положення : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. 200 с.
20. Цуканова В.Я., Петренко Ю.В. Групування методів мотивації персоналу. *Бізнес Інформ*. 2014. № 9. С. 341–346.
21. Björn A. Foreign Direct Investment in Industrial Research and Development: a Study of German MNCs. *Research Policy*. 2005. Vol. 34. № 4. P. 395–410.
22. Samuelson W.F., Stephen G. Marks. *Ekonomia menedżerska* / red. nauk. przekł. Ryszard Rapacki, tł. Bogusław Czarny. Warszawa : PWE, 1998. S. 395–396.
23. Varian H.R. *Мікроеконіомія: курс середні – уяєчіє новочесне* / przekł. Stanisław Ryszard Domański. Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN, 1995. S. 617–621.
- tem of providing intellectualization of the personnel of the enterprise]. *Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, no. 5, p. 31–34.
8. Kolot A.M. (1998). Motyvatsiya, stymulyuvannya y otsinka personalu [Motivation, stimulation and evaluation of staff]. *KNEU*, 224 p.
9. Kolot A.M. (2007). Innovatsiyna pratsya ta intelektualnyy kapital u systemi faktoriv formuvannya ekonomiky znan [Innovative Labor and Intellectual Capital in the System of Factors of Knowledge Economy Formation]. *Ekonomichna teoriya*. No. 2, p. 3–14.
10. Kuzmin O.Y., Bodaretska O.M. (2015). Vzayemozvyazok ponyat «motyvatsiya» ta «motyvuvannya» u systemi motyvuvannya personalu pidpryyemstv [Interrelation of the concepts of “motivation” and “motivation” in the system of motivation of the personnel of enterprises]. *Biznes Inform*, no 1, p. 347–352.
11. Kusherets V.I. (2004). Znannya yak stratehichnyy resurs suspilnykh transformatsiy [Knowledge as a strategic resource of social transformations]. *Znannya Ukrainy*, 248 p.
12. Lyubomudrova N.P. (2012). Sotsialno-ekonomichne otsynuvannya rivnya motyvatsiyi pratsi personalu promyslovykh pidpryyemstv [Socio-economic assessment of the level of motivation of labor of industrial enterprises personnel]. *Visnyk SNU im. V. Dalya «Upravlinnya, ekonomika ta osvita»*, no 1(172), ch. 1, p. 145–151.
13. Nyzhnyk V.M., Kharun O.A. (2011). Mekhanizm motyvatsiyi vysokoproduktyvnoyi pratsi personalu pidpryyemstv [The mechanism of motivation of highly productive work of enterprise personnel]. *KHNU*, 210 p.
14. Nikitin Y.O., Rukas-Pasichnyuk V.H. (2014). Suchasni modeli ta mekhanizmy motyvatsiyi personalu ukraiyinskykh pidpryyemstv. [Modern models and mechanisms of motivation of personnel of Ukrainian enterprises]. *Aktualni problemy ekonomiky*. No 4(154), p. 238–246.
15. Petrenko V.P. (2009). Intelektualni resursy sotsialno-ekonomichnykh system: aspekty innovatsiynoho upravlinnya [Intellectual resources of socio-economic systems: aspects of innovation management]. *Ivano-Frankivsk: PP Kurylyuk V.D.*, 196 p.
16. Reshetylo V.P., Naumov M.S., Fedotova Y.V. (2014). Transformatsiyni protsesy v suspilstvi v umovakh informatsiynoyi ekonomiky [Transformational Processes in Society in the Information Economy]. *KHNUMH*, 275 p.
17. Stefanyuk O.D. (2016). Systema nematerialnoyi motyvatsiyi personalu na pidpryyemstvi [The system of intangible motivation of personnel at the enterprise]. *Biznes Inform*, No 4, p. 277–283.
18. Zakharchyn H.M., Strutynska L.R., Lyubomudrova N.P., Vynnychuk R.O. (2013). Upravlinnya personalom [Personnel Management]. *Vydavnytstvo Lvivskoyi politekhniki*, 259 p.
19. Khilukha O.A., Kuzmin O. Y., Lipych L.H. (2014). Upravlinnya intelektualnym kapitalom mashynobudivnykh pidpryyemstv: teoretychni ta prykladni polozhennyaya [Management of intellectual capital of machine-building enterprises: theoretical and applied provisions]. *Lutsk: Vezha-Druk*, 200 p.
20. Tsukanova V.Y., Petrenko Y.V. (2014). Hrupuvannya metodiv motyvatsiyi personalu [Grouping methods of personnel motivation]. *Biznes Inform*, No 9, p. 341–346.
21. Björn A. (2005). Foreign Direct Investment in Industrial Research and Development: a Study of German MNCs. *Research Policy*. Vol. 34, no 4, p. 395–410.
22. Samuelson W.F., Stephen G. Marks (1998). *Ekonomia menedżerska* [Economics of Management]. Warszawa: PWE, p. 395–396.
23. Varian H.R. (1995). *Мікроеконіомія: курс середні – уяєчіє новочесне* [Microeconomics: A Course in Average – Unemployment Now]. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, p. 617–621.

REFERENCES:

1. Blaug M. (2001). *Ekonomichna teoriya v retrospektyvi* [Economic theory in retrospect]. *Vydavnytstvo Solomiyi Pavlychko «Osnovy»*, 670 p.
2. Bukovynska M.L. (2012). Formuvannya i rozvytok osobystosti: sotsialnyy aspekt [Formation and development of personality: a social aspect]. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini*. No. 8(135), p. 196.
3. Vasylyk A.V. (2010). Suchasni pidkhody do motyvatsiyi intelektualnoyi aktyvnosti personalu pidpryyemstva [Modern approaches to the motivation of intellectual activity of the personnel of the enterprise]. *Formuvannya rynkovoyi ekonomiky : zb. nauk. prats*. Spets. vyp. : u 3 t. Sotsialno-trudovi vidnosyny : teoriya i praktyka. KNEU. T. I, p. 124–132.
4. Vovkanych S.Y., Semiv L.K. (2007). Teoretyko-metodolohichni osnovy doslidzhennya lyudskoho ta intelektualnoho kapitalu v znaniyevomistkiy ekonomitsi: kontseptualizatsiya ponyat [Theoretical and methodological foundations of the study of human and intellectual capital in knowledge-intensive economy: conceptualization of concepts]. *Rehionalna ekonomika*. No 4, p. 7–19.
5. Ilyash O.I., Kaperyz M.V. (2011). Posylennya motyvatsiyi pratsi v systemi upravlinnya trudovym potentsialom pidpryyemstva [Increasing the motivation of work in the system of managing the labor potential of the enterprise]. *Ekonomika, planuvannya i upravlinnya haluzi: Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy*. Vyp. 21.2, p. 167–171.
6. Kendyukhov O.V. (2008). *Efektivne upravlinnya intelektualnym kapitalom: [monohrafiya]* [Effective management of intellectual capital]. Donetsk: NAN Ukrainy; Instytut ekonomiky promyslovosti; DonUEP, 363 p.
7. Kis S.Y. (2015). Formuvannya systemy zabezpechennya intelektualizatsiyi personalu pidpryyemstva [Formation of the sys-

УДК 338

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-39>**Сівакова О.А.***студентка економічного факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Рахман М.С.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Sivakova Olga***student of the Faculty of Economics,
V.N. Karazin Kharkiv National University***Rahman Mahbubur***candidate of economic sciences,
associate professor, associate professor
of marketing and management of foreign economic activity
V.N. Karazin Kharkiv National University*

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

WAYS TO IMPROVE THE SMALL ENTERPRISE MARKETING ACTIVITIES

АНОТАЦІЯ

В умовах швидкого розвитку ринку кожне підприємство має вдосконалювати свою маркетингову діяльність, щоб збільшувати прибуток і краще задовольняти потреби споживачів. Поява на ринку, в будь-якому його сегменті, більше ніж декількох компаній завжди породжує певну конкуренцію. Вона, своєю чергою, підштовхує компанії знаходити нові і більш досконалі методи просування пропонованих послуг/продукції. І щоб відшукати дійсно ефективні методи, необхідно проводити систематичні дослідження даного сегмента з метою визначення найбільш відповідного варіанту в просуванні. Завдяки маркетинговим дослідженням можливо якомога краще дізнатися про переваги потенційних клієнтів, що дасть можливість своєчасно перепрофілювати виробництво або послуги, що надаються, доповнити вже існуючий список новими пропозиціями, які будуть цікаві покупцям і будуть затребувані. Однією з головних цілей маркетингу є постійне залучення нових клієнтів, тому підприємства постійно розробляють нові види послуг, які адресовані конкретним групам клієнтів. Будь-яка компанія прагне не тільки утримати, а й розширити існуючий та освоїти новий ринок для реалізації товарів, надання послуг. У статті розглянуто маркетингову діяльність українського підприємства «Українська майстерня», яке займається дистрибуцією сувенірної продукції, проаналізовано фінансові показники, проведено SWOT-аналіз та запропоновано шляхи щодо поліпшення маркетингової діяльності на підприємстві.

Ключові слова: підприємство, маркетингова діяльність, бізнес, продукція.

АННОТАЦИЯ

В условиях быстрого развития рынка каждое предприятие должно совершенствовать свою маркетинговую деятельность, чтобы увеличивать прибыль и лучше удовлетворять потребности потребителей. Появление на рынке, в любом его сегменте, более чем нескольких компаний всегда порождает определенную конкуренцию. Она, в свою очередь, подталкивает компании находить новые и более совершенные методы продвижения предлагаемых услуг/продукции. И чтобы найти действительно эффективные методы, необходимо проводить систематические исследования данного сегмента с целью определения наиболее подходящего варианта в продвижении.

Благодаря маркетинговым исследованиям возможно можно лучше узнать предпочтения потенциальных клиентов, что позволит своевременно перепрофилировать производство или предоставляемые услуги, дополнить уже существующий список новыми предложениями, которые будут интересны покупателям и будут востребованы. Одной из главных целей маркетинга является постоянное привлечение новых клиентов, поэтому предприятия постоянно разрабатывают новые виды услуг, которые адресованы конкретным группам клиентов. Любая компания стремится не только удержать, но и расширить существующий или освоить новый рынок для реализации товаров, оказания услуг. В статье рассмотрена маркетинговая деятельность украинского предприятия «Украинская мастерская», которое занимается дистрибуцией сувенирной продукции, проанализированы финансовые показатели, проведен SWOT-анализ и предложены пути по улучшению маркетинговой деятельности на предприятии.

Ключевые слова: предприятие, маркетинговая деятельность, бизнес, продукция.

ANNOTATION

In the conditions of rapid market development, each enterprise should improve its marketing activities in order to increase profits and more fully meet the needs of consumers. One of the main goals of marketing is to constantly attract new customers. Therefore, enterprises are constantly developing new types of services that are addressed to specific groups of customers. The appearance on the market, in any of its segments, of more than a few companies, always gives rise to some competition. She, in turn, encourages companies to find new and more advanced methods of promoting the offered services / products. And to find really effective methods, it is necessary to conduct systematic research of this segment in order to determine the most suitable option in promotion. Thanks to marketing research, it is possible to better know the preferences of potential customers, which will allow you to timely redesign the production or services provided to supplement the existing list with new offers that will be interesting to customers and will be in demand. Any company seeks not only to «hold», but also to expand the existing one, to develop a new market for the sale of goods, and the provision of services. A necessary link in the enterprise management system is marketing.

It is she who provides the enterprise with the necessary sale of its products, which is the key to its successful functioning. The effectiveness of the entire enterprise depends on the effectiveness of marketing activities. Today, in a developed market economy, there are many types of enterprises, but not one of them can do without a marketing service. Although economists determine various ways to increase the company's effectiveness, it focuses specifically on the marketing service, on how the specialists in this department help the entrepreneur increase their efficiency. With the help of marketing, a search was conducted for new types of products capable of providing the enterprise with the highest level of profit. Marketing acts as a tool for regulating production and marketing, orienting the production activity of an enterprise, its structural policy to market demand. In conditions of unbalanced relations within the organizational structure of the enterprise, the role of marketing is understood as stabilizing and ensuring the effectiveness of activities in general. The article discusses the marketing activities of the Ukrainian enterprise Ukrainian Workshop, which distributes souvenir products, analyzes financial indicators, conducts a SWOT analysis, and also suggests ways to improve marketing activities at the enterprise.

Key words: enterprise, marketing activity, business, products.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сьогодні без системи маркетингової служби, що забезпечує проведення маркетингових досліджень із вивчення перспектив попиту, вимог споживачів до властивостей і якості товару, виробникові важко вижити в конкурентній боротьбі, тому важливу роль у діяльності підприємства відіграє відділ маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Загальнометодологічні проблеми, пов'язані з необхідністю вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств, висвітлено в наукових працях російських та українських учених, таких як Р.Х. Адуков, Г.Л. Азоев, А.І. Алтухов, А.А. Амбарцумов, І.В. Артімонова, Г.Л. Багієв, Г.А. Баклаженко, Л.В. Балабанова.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на значимість досліджень, важливі аспекти проблеми залишаються поки не вивченими. Також потрібно систематизувати шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мет статті – вивчити теоретичні аспекти вдосконалення маркетингової діяльності підприємства; дати загальну характеристику

діяльності крамниці; проаналізувати використання комплексу маркетингу в діяльності ФОП Лагунова Тетяна Іванівна; запропонувати шляхи вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Багаторічна практика маркетингової діяльності переконливо доводить, що в конкурентному середовищі тільки використання концепції маркетингу дає змогу суб'єктам ринку найбільш ефективно вирішувати проблему збуту товарів і послуг. Особливо така концепція необхідна комерційній сфері діяльності. Маркетинг може підказати, куди рухатися компанії і чого в принципі в загальних рисах можна очікувати в перспективі.

Мета маркетингової діяльності підприємства – створення рентабельності, тобто визначеної прибутковості в установлених часових межах через максимальне задоволення потреб споживачів. Для досягнення прибутковості потрібно вирішити дві головні взаємопов'язані проблеми [1]:

1) продати максимально можливу кількість продуктів фірми;

2) дати споживачу максимум задоволення, і покупцеві, і користувачеві. Для цього фірма цілеспрямовано створює та розвиває у споживачів бажання купувати і користуватися її товарами та послугами.

Підприємство «Українська майстерня» займається продажем виробів українських майстрів ручної роботи. Асортимент компанії складається з різноманітних товарів: предметів інтер'єру, одягу, посуду тощо. Основною метою діяльності підприємства є розповсюдження виробів категорії «хендмейд» для всього населення, аби спростити процедуру виробництва для українських майстрів.

Основне завдання фірми – задоволення потреб споживачів, що у жорстких ринкових умовах є найбільш сильною зацікавленою групою. Якщо їхні очікування не виправдовуються, вони можуть переключитися на використання інших торгових марок, що в підсумку позначиться на прибутках фірми-виробника. Успішно діючі фірми прекрасно усвідомлюють необхідність орієнтації на споживачів. Концепція маркетингу стверджує, що підприємство підвищує шанси досягти своїх цілей, якщо воно

Налагодження взаємодії з виробниками сувенірної продукції України

Розповсюдження сувенірної продукції від українського виробника до кінцевого споживача

Оптимізація каналів розповсюдження для поліпшення роботи підприємства

Рис. 1. Завдання підприємства «Українська майстерня»

буде скеровувати себе на більш ефективне задоволення існуючих і потенційних потреб споживачів [2]. Проводячи аналіз мікросередовища, фірма повинна глибоко й усебічно вивчити потреби своїх реальних і потенційних покупців, визначити основні тенденції їхнього розвитку та знайти можливості задовольнити споживчі потреби краще, ніж конкуренти.

Малий і середній бізнес в Україні стикається з проблемами практично в усіх сферах: політичній, законодавчій, фінансовій, соціальній та навіть кримінальній. Стримуючим чинником розвитку малого підприємництва є низькі експортні можливості. Щоб успішно рости, у бізнеса повинен бути вихід на зовнішні ринки, оскільки внутрішній попит невеликий. Малому бізнесу важко знайти партнерів за кордоном, а багато хто з підприємців навіть не уявляють, як організувати експорт.

За період свого існування «Українська майстерня» збирила базу постійних постачальників-майстрів, що виробляють продукцію для реалізації. Це дає змогу крамниці почувати себе впевнено в умовах мінливого ринку, який є особливістю української економіки.

Аналіз фінансових результатів – це комплексне вивчення і дослідження підсумкових, узагальнюючих показників виробничо-фінансової діяльності, які відображають кінцевий результат ефективності виробництва й реалізації продукції, підвищення її якості, поліпшення використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів [4].

Проведемо аналіз фінансових результатів сувенірної крамниці «Українська майстерня» у період із 01.07.2015 по 30.06.2019, тобто за останні чотири роки.

На складі на початку періоду знаходилося 29 855,1 од. товару, яка оцінювалася в 1 208 863,60 грн. Багато десятків постачальників, які є майстрами, надають свою продукцію на продаж, а також у крамниці є власне виробництво футболок, торб із тканини та багато іншого.

Далі буде розглянуто дані з реалізованої продукції за період із 24.06.2019 по 15.07.2019 (табл. 1).



Рис. 2. Чинники макросередовища, які впливають на споживачів [3]

Згідно з графіком (рис. 3), найбільше зростання закупівель відбулося у період з 01.07 по 02.07 та з 14.07 по 15.07. Закупівлі є складовою частиною процесу логістики. Використовується ще термін постачання, який є ширшим терміном за власне закупки.

Отже, якщо розглядати ці показники, то можна помітити, що найбільший обсяг продажу припадає на 15.07 у розмірі 5 606 грн, це можна пов'язати з тим, що у цей період закінчуються відпустки у багатьох людей і вони купують сувеніри, аби привести їх родичам та близьким людям.

Також продажі коливаються у розмірі від 3 911 грн до 2121 грн у період із 02.07 по 09.07. Це можна пов'язати з народним святом Івана Купала, що відбулося цього року 9 липня. Це свято пов'язане з українським фольклором, що позитивно впливає на продаж сувенірної продукції на українську тематику.

Сувенірна продукція – це важливий елемент іміджу країни чи компанії та чудовий спосіб нагадати про себе. Сувеніри вміщують у собі колорит місця, в якому вони були придбані і виготовлені, та позитивні емоції, пов'язані з певними подіями, свідками яких була та чи інша людина. Тому сувенір, у розумінні його призначення, давно вийшов за рамки туризму, який виник і сформувався в кінці XIX ст. [5].

Головною фінансовою проблемою українських підприємців є дорогий кредит. Високі бан-

Таблиця 1

Реалізована продукція з 24.06.2019 по 15.07.2019

Дата	Сума реалізації	Дата	Сума реалізації	Дата	Сума реалізації
24.06.2019	1878	25.06.2019	1861	26.06.2019	1223
27.06.2019	2240	28.06.2019	1994	29.06.2019	309
30.06.2019	814	01.07.2019	1451	02.07.2019	3589
03.07.2019	3432	04.07.2019	2722	05.07.2019	3911
08.07.2019	2121	09.07.2019	3332	10.07.2019	1993
11.07.2019	1430	12.07.2019	590	13.07.2019	712
14.07.2019	110	15.07.2019	5605	Усього	41337

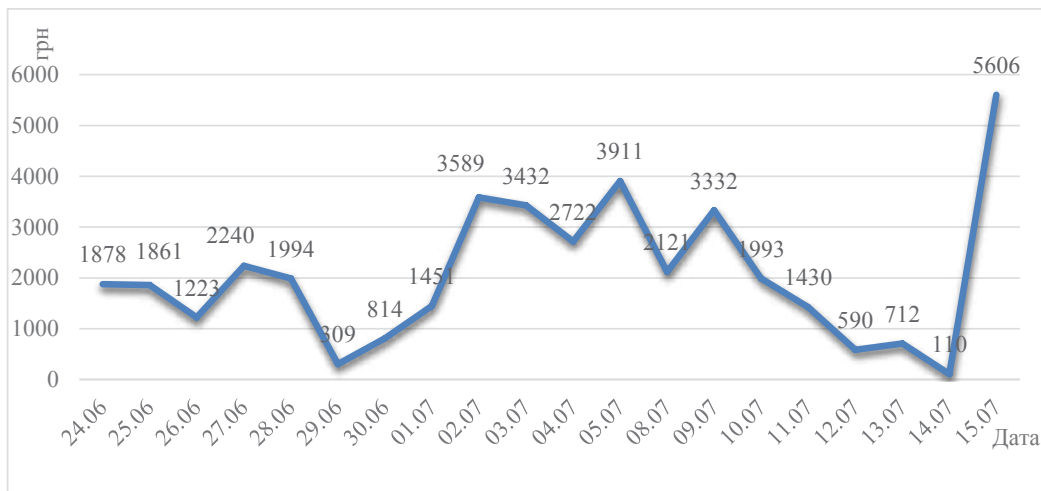


Рис. 3. Графік зміни показників продажу товарів щоденно за період 24.06–15.07

ківські відсотки не дають бізнесу в Україні рости й розвиватися. Сьогодні підприємці змушені брати кредит під 21% річних, тоді як у США чи Німеччині гроші можна зайняти під 2–4%. За даними Незалежної асоціації банків України, частка кредитів для малого і середнього бізнесу в нашій країні становить лише 9% [6].

Разом із розвитком туризму в Україні почалося відродження давно забутих або згасаючих народних художніх промислів, які стали фундаментом сувенірної галузі. Сувенірна торгівля є важливою частиною індустрії туризму, оскільки сприяє збільшенню кількості туристів як усередині країни, так і за її межами та допомагає розвитку місцевої економіки.

Кількість туристів – це суттєвий чинник, як і їхня купівельна спроможність. Ринок сувенірів залежить від платіжної спроможності населення. А оскільки в країні криза, він частково завмер, хоча ненадовго. Ринок сувенірів зростатиме, оскільки обмежити його дуже важко, адже він потенційно привабливий у різних цінових категоріях.

Потрібні об'єктивність і використання різнобічної вхідної інформації. Звичайно, не завжди вдається проводити аналіз за результатами різноманітних маркетингових досліджень, але, з іншого боку, не можна доручати проведення аналізу тільки одній людині, оскільки сам аналіз може не бути достатньо глибоким і

об'ємним у такому разі. Дуже важливо розуміти, що SWOT-аналіз є не просто перерахунком управлінських підозр. Він повинен якнайбільше базуватися на об'єктивних фактах та інформації з досліджень.

Виходячи з результату аналізу, необхідно використати всі можливості, відділитися від загроз, прибрати слабкості та укріпити свої сильні сторони. Потрібно весь час розширювати асортимент та підлаштовуватися під запити споживачів, додати креативні подарунки, поширити про себе інформацію в Інтернеті та розглянути варіант відкриття другої точки для збільшення прибутку. Слідкувати за конкурентами, адаптуватися під нове законодавство дуже важливо. Сильний бік – місцезнаходження, тому потрібно привертати увагу споживачів зовнішньою рекламою, вивіскою або незвичайним фасадом магазину. Недостатньо розвинуте спілкування зі споживачем у соціальних мережах, адже купують українські сувеніри частіше мандрівники з інших країн, потрібно адаптувати сайт на українську мову.



Рис. 4. SWOT-аналіз підприємства «Українська майстерня»

Після проведення маркетингового дослідження та SWOT-аналізу виділено слабкі сторони та проблеми, з якими стикається підприємство. Є зовнішні чинники, на які неможливо вплинути, наприклад законодавство, тому можна лише пристосовуватися.

Проблеми підприємства: великі залишки товару, мало покупців, низька залученість у соціальних мережах, мало місця у приміщеннях, незацікавленість українців купувати українські сувеніри.

Потрібно залучити зовнішню та Інтернет-рекламу, спрямувати її на цільову аудиторію сувенірної продукції. Наприклад, якщо це сумки, їх може купити молодь, тому можна зробити фотосесію молодих дівчат із товарами і просувати їх на Facebook. Потрібно реорганізувати місцезнаходження товарів, створити купівельний потік, аби звертати увагу покупців на потрібну продукцію, спробувати застосувати мерчендайзінг, розробити вигідні акції на товар, що давно не продається, та деякий час не оновлювати асортимент. Якщо наведені вище способи неможливо здійснити, то необхідно задуматися про пошук нового приміщення, адже зараз у магазині дуже багато товарів і мало місця. Пропонується розробити рекламну компанію, яка б допомогла показати, що купувати українську символіку – це модно, і спрямувати її на молодь.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Ринок сувенірної продукції в Україні ще дуже молодий, а тому знаходиться на стадії становлення. Інфраструктура продажу сувенірної продукції сформована, проте представлений асортимент не розширяється і недостатньо задовольняє зростаючі потреби.

Майже 40% продажів сувенірів в Україні припадає на період різдвяно-новорічних свят. Другий пік реалізації припадає на літній період, коли популярні товари для відпочинку.

Сьогодні багато хто цікавиться виробами декоративно-прикладного мистецтва, країною-виробником, тому є потреба у вивченні цього сегменту ринку, його розвитку та регулювання, сфери, пов'язаної з виготовленням сувенірної

продукції та її класифікацією. Кожен сувенір повинен виконувати пізнавальну, рекламну, асоціативну, психологічну та інші функції, тому вимоги до сувенірної продукції особливі, адже ознаки та функції сувеніру повинні відтворюватися у своїй індивідуальній манері, доступно, зрозуміло і ненав'язливо. Для цього необхідно сформулювати номенклатуру ознак і встановити зв'язки сувенірної продукції з українським середовищем, яке є неповторним та самотутнім.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вікіпедія. Маркетингова діяльність. URL: <https://uk.wikipedia.org> (дата звернення: 23.12.2019).
2. Аналіз споживачів. URL: https://pidruchniki.com/17190512/marketing/analiz_spozivachiv (дата звернення: 23.12.2019).
3. Фактори та показники маркетингового мікросередовища. URL: <https://buklib.net/books/23329/> (дата звернення: 23.12.2019).
4. Аналіз фінансових показників підприємства. URL: https://knowledge.allbest.ru/finance/2c0b65625a2bc69a5d43b89521306c26_0.html (дата звернення: 23.12.2019).
5. Проблеми формування сувенірного ринку України. URL: <http://tntforum.ukrainianforum.net/t17-topic> (дата звернення: 23.12.2019).
6. Проблеми малого бізнесу в Україні. URL: <https://etcetera.media/problemyi-cho-ugrozhaet-i-meshaet-malomu-biznesuv-ukraine.html> (дата звернення: 23.12.2019).

REFERENCES:

1. Wikipedia. Marketing activities. URL: <https://uk.wikipedia.org> (accessed 23.12.2019)
2. Consumer analysis. URL: https://pidruchniki.com/17190512/marketing/analiz_spozivachiv (accessed 23.12.2019).
3. Factors and indicators of marketing microenvironment. URL: <https://buklib.net/books/23329/> (accessed 23.12.2019).
4. Analysis of financial performance of the enterprise. URL: https://knowledge.allbest.ru/finance/2c0b65625a2bc69a5d43b89521306c26_0.html (accessed 23.12.2019).
5. Problems of souvenir market formation in Ukraine. URL: <http://tntforum.ukrainianforum.net/t17-topic> (accessed 23.12.2019).
6. Problems of small business in Ukraine. URL: <https://etcetera.media/problemyi-cho-ugrozhaet-i-meshaet-malomu-biznesuv-ukraine.html> (accessed 23.12.2019).

УДК 330.101.2

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-40>

Соколова Г.Б.

аспірантка

Інституту економіки промисловості
Національної академії наук України

Sokolova Hanna

postgraduate student

Institute of Industrial Economics of NAS of Ukraine

СУЧАСНИЙ СТАН ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

THE MODERN STATE OF ECONOMIC CULTURE OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

АНОТАЦІЯ

Економічна культура є важливою характеристикою підприємства, яка впливає на його розвиток, тому вона посідає одне з провідних місць у системі менеджменту підприємства. Метою даного дослідження є аналіз сучасного стану, визначення шляхів розвитку економічної культури підприємств на підставі проведеного опитування. У результаті емпіричного дослідження виявлено чинники, які стримують ефективний розвиток економічної культури підприємств. Визначено шляхи підвищення економічної культури: підвищення кваліфікації працівників, яка має відповідати сучасним вимогам функціонування підприємств; упровадження цифрових технологій, що дають змогу оптимізувати бізнес-процеси; підвищення мотивації працівників до кар'єрного зростання. На підставі опитування визначено, що рівень розвитку економічної культури є достатнім, але існують шляхи його підвищення.

Ключові слова: економічна культура, організаційна культура, цифрова економіка, цифрова культура, управління.

АННОТАЦИЯ

Экономическая культура является важной характеристикой предприятия, которая влияет на его развитие, поэтому она занимает одно из ведущих мест в системе менеджмента предприятия. Целью данного исследования является анализ современного состояния, определение путей развития экономической культуры предприятий на основе проведенного опроса. В результате эмпирического исследования выявлены факторы, которые сдерживают эффективное развитие экономической культуры предприятий. Определены пути повышения экономической культуры: повышение квалификации работников, которое должно отвечать современным требованиям функционирования предприятий; внедрение цифровых технологий, которые позволят оптимизировать бизнес-процессы; повышение мотивации работников к карьерному росту. На основе проведенного опроса определено, что уровень развития экономической культуры является достаточным, но существуют пути для его повышения.

Ключевые слова: экономическая культура, организационная культура, цифровая экономика, цифровая культура, управление.

ANNOTATION

Economic culture is an important characteristic of an enterprise that influences its development. Therefore, economic culture occupies one of the leading places in the enterprise management system. The purpose of this study is to analyze the current state, determine the ways of development of economic culture of enterprises on the basis of the conducted survey. As a result of empirical research, the factors that impede the effective development of economic culture of enterprises have been identified. The ways of improving the economic culture are defined: improving the skills of

employees, which must meet the modern requirements of functioning of enterprises; introduction of digital technologies that allow to optimize business processes; Increasing employee motivation for career advancement. Today requires a renewed view of economic culture in view of the impact of digital technology on all spheres of life, including economic culture. Digital culture is a resource of the knowledge society that creates the world around us and provides humanity with a complex set of digital tools for organizing new information relationships, resulting in a global change in cultural engagement. It is important to emphasize the importance of developing digital skills and digital competencies for employees. The Digital Economy operates with the same concepts as traditional economics: capital, resources, people. Today, one of the most important factors in the digital economy is first and foremost human capital – that is, knowledge, talents, skills, experience, people's intelligence. The daily rise in the use of digital technologies is making the digital skills of people and workers key among others. Digital ownership is a major trend in the job market. The ability to work with digital technologies is gradually becoming a prerequisite for most specializations. Every day there is an increase in the number of jobs that require a basic understanding of information and communication technologies. And this number is increasing rapidly. Objective reality shows that the ability to use digital technology is a major requirement for staff. Based on the survey, it is determined that the level of economic culture development is sufficient, but there are ways to increase it.

Key words: economic culture, organizational culture, digital economy, digital culture, management.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Трансформаційні зміни, які відбуваються останнім часом у нашому суспільстві, потребують вивчення нового змісту економічної культури. Економічна культура як складник економічної діяльності визнається одним із важливих чинників успіху діяльності підприємства. Низький рівень економічної культури підприємства призводить до зниження показників ефективності діяльності. За своїм змістом економічна культура є системою цінностей, думок і норм поведінки, що є рушійною силою розвитку або занепаду підприємства. Внаслідок тотальної інформатизації інформаційно-комунікаційні технології змінюють культурний простір. Нові технології стають новим культурним феноменом, який стає основою становлення нового виду економічної культури – цифрової.

Отже, для успішного функціонування підприємства необхідно досліджувати стан економічної культури, тенденції її розвитку задля підвищення ефективності діяльності підприємства. Таким чином, проблема оцінки стану економічної культури підприємства є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Різні аспекти економічної культури на різних етапах досліджували представники соціології, філософії, культурології, етики, психології, релігієзнавства. Економісти Л. Гуізо, П. Сапієнза, Л. Зінгалес доводять, що культура має суттєвий вплив на економічну систему [1]. Науковці у своїх дослідженнях приділили увагу вивченню зв'язків між економікою та культурою: як культура може впливати на економічний стан, як взаємодіє культура та формальні інституції, як виникає культура й як вона зберігається.

Інституційні чинники формування й розвитку економічної культури на сучасному етапі знайшли своє відображення у працях Р. Коуза, С. Кірдіної, А. Шастітко, А. Алчіана, Т. Гайдай та ін. [2, с. 117].

У словнику Merriam-Webster [3] економічна культура визначена як економіка з п'яти взаємопов'язаних факторів: технологія, конкуренція, нова економічна культура урядів, громадян та підприємств.

Український науковець Ю. Палеха [4, с. 88], застосовуючи результати досліджень Міжнародного інституту менеджменту, називає притаманні українській культурі риси: висока дистанція влади, співвідношення в однакових частинах «індивідуалізм – колективізм», усереднене значення між мужністю та жіночністю, підвищене прагнення уникнути невизначеності та короткотривалість орієнтації.

В.Л. Гевко [5] у своїх дослідженнях приділяє увагу умовам досягнення конкурентоспроможності підприємства, що потребують не лише економічних зрушень, а й розвитку, зміни його організаційної культури як унікального управлінського та соціально-психологічного явища.

Олівер Енгерт, Бекі Кейтцлер та ін. [6] описують комплексний підхід до розуміння вирішення проблем культури під час інтеграції компаній. Вони наголошують, що культурні особливості важливі для успіху інтеграції.

Проблемі розвитку цифрової економіки та трансформаційним процесам, що відбуваються в суспільстві під впливом цифровізації, значну увагу приділяють сучасні вітчизняні та зарубіжні вчені. Цифрова культура сьогодні створює світ навколо нас і забезпечує складним набором цифрових інструментів для організації нових відносин та культурної взаємодії. Цифрова економіка перш за все залежить від розвитку технологій комунікації, які засновані на broadband доступі до Інтернету, також як і розвитку мобільних зв'язків, зв'язків через супутник. Дослідження говорять, що коли інфраструктура доступу до Ін-

тернету зростає до 10%, це призводить до 1,38% зростання в економіці країни [7].

У процесі вивчення домінанти розвитку цифрової економіки дослідники Н.М. Краус, О.П. Голобородько та К.М. Краус [8] розглянули особливі тренди цифрової економіки та її якісні характеристики. Науковці вважають, що впровадження цифрової економіки в Україні на початковому етапі має відбуватися одночасно за трьома напрямками: технологічним, виробничим та інституційно-економічним. Цифровізація України має сприяти розвитку інформаційного суспільства, засобів масової інформації, креативного середовища та креативного ринку тощо.

Питання трансформації організаційної культури підприємств в умовах зміни внутрішнього і зовнішнього середовища вивчає Н.С. Ринкевич [9]. Вона досліджує комплекс заходів із цифрової трансформації організаційної культури підприємств, до яких відносить: застосування employee-driven менеджменту, впровадження модульної платформи нового покоління для управління персоналом Hrmaps та ін.

Аналіз літератури показує, що існує багато наукових підходів до визначення економічної культури, тому сьогодні постає завдання визначити роль економічної культури у сучасній системі управління персоналом підприємства і проаналізувати її сучасний стан. Економічна культура розглядається як специфічний рівень економічних відносин. Застосування різних підходів дає змогу розглядати економічну культуру з погляду динаміки економічних відносин та їх організаційного втілення, досліджувати еволюцію економічної свідомості, зміну масових стереотипів і уявлень, характеру соціально-економічної активності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета дослідження – вивчити новий зміст економічної культури підприємства за умов цифровізації, проаналізувати її сучасний стан; розглянути чинники, які впливають на підвищення рівня економічної культури. Завдання дослідження – здійснити аналіз сучасного стану економічної культури підприємства на прикладі промислових підприємств Луганської області з використанням методів емпіричного дослідження та виявлення шляхів її підвищення.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У результаті дослідження проведено опитування працівників промислових підприємств Луганської області, у тому числі ТОВ «Рубіжанська панчішна мануфактура» (табл. 1). На основі опитування виявлено сучасний стан, проблеми та шляхи розвитку економічної культури підприємств.

За результатами опитування виявлено, що понад 50% працівників – це активна частка працівників у віці до 50 років, більше 90% яких має вищу освіту. 76,6% працівників – жінки, 23,4% – чоловіки. На питання: «Чи співпадає профіль Вашої роботи зі спеціальністю, яку Ви

Таблиця 1

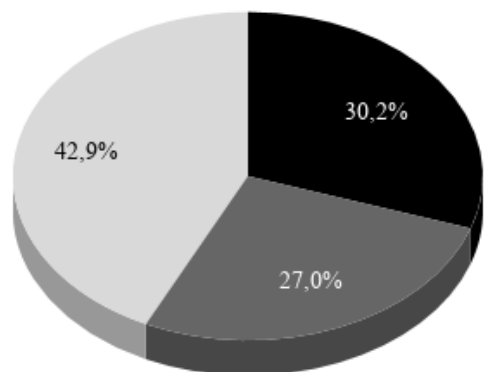
Частка експертів, які взяли участь в опитуванні (%)

Вік			Стать		Освіта		
до 30 років	30-50 років	понад 50 років	жінки	чоловіки	вища	середня спеціальна	середня
20,3%	54,7%	25%	76,6%	23,4%	92,2%	6,3%	1,6%

Джерело: складено автором за результатами опитування

отримали за дипломом?» 54% респондентів відповіли, що співпадає повністю, 28,6% – частково і 17,5% – зовсім не співпадає. Розрив між знаннями, які людина отримує в університеті, й вимогами роботодавців існує давно. Цей показник доводить, що близько половини працівників отримують необхідні навички роботи під час стажування або вже в процесі роботи. На рис. 1 представлено діаграму відповідей на питання «Яким досвідом роботи Ви володієте?».

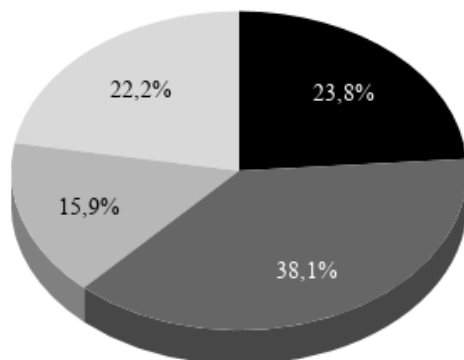
За результатами опитування бачимо, що досвідом роботи від 10 понад 20 років володіє 73,1% працівників. На рис. 2 представлено діаграму відповідей на питання «Коли Ви востаннє проходили підвищення кваліфікації?».



● 10-20 років ● До 10 років ● Понад 20 років

Рис. 1. Досвід роботи працівників

Джерело: складено автором за результатами опитування



● До 5 років ● Впродовж року ● Понад 5 років ● Ніколи не проходив

Рис. 2. Підвищення кваліфікації працівників

Джерело: складено автором за результатами опитування

За результатами опитування виявлено, що 38,1% працівників проходили підвищення кваліфікації понад п'ять років тому або навіть ніколи не проходили. Це досить високий процент, і керівництву необхідно звернути увагу на процес проходження підвищення кваліфікації своїх працівників.

На питання: «Чи заохочує керівництво працівників підвищувати кваліфікацію?» «так» відповіли 61,9% респондентів, «ні» – 38,1%. Наступний рисунок (рис. 3) демонструє відповіді респондентів на питання «Чи підтримуєте Ви ідею пожиттєвої освіти (освіти впродовж життя)?»

Відповіді респондентів на питання: «Чи підтримуєте Ви ідею пожиттєвої освіти?» розподілилися так: «так» – відповіли 85,8% респондентів, з яких за власні кошти готові навчатися 42,9%, за кошти підприємства – 42,9%. Час вимагає необхідності упровадження інтегрованого принципу «навчання протягом життя». Така освіта, крім необхідності адаптації до змін у професійній діяльності, має перетворитися на процес безперервного розвитку людської особистості, знань і навичок. Вона має дати змогу людині зрозуміти саму себе та навколишнє середовище, сприяти виконанню її соціальної ролі в процесі праці й життя в суспільстві.

На питання: «Як Ви оцінюєте культуру умов праці на Вашому підприємстві (безпека, ергономічність, наявність медпунктів, організація дозвілля)?» 64,5% респондентів відповіли, що має задовільний рівень, а 35,5% не задоволені рівнем культури умов праці на підприємстві. Це досить високий показник того, що культура умов праці на даному підприємстві необхідно підвищувати.

На питання: «Чи мали Ви кар'єрне зростання протягом останніх п'яти років?» 36,5% відповіли «так», 63,5% – «ні». Тобто більше половини опитаних працівників протягом останніх п'яти років не мали кар'єрного зростання, що свідчить про недостатню мотивацію працівників із боку керівництва.

Це підтверджує і відповідь на наступне питання: «Чи існують на Вашому підприємстві чіткі критерії щодо кар'єрного просування?». Відповіді розподілилися так: 27% – «так», 73% – «ні». На нашу думку, це свідчить про ситуацію, коли у процесі планування кар'єри недостатньо враховуються всі параметри праці та її результати. Пла-

нування кар'єри є основою визначення характеристик трудової поведінки працівника, ступеня виконання обов'язків, задоволеності працею та ін.

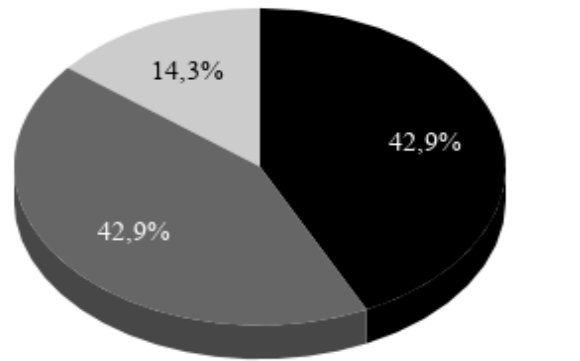
Щодо оцінки рівня трудової дисципліни на даному підприємстві, то він є задовільним, бо на питання: «Як Ви оцінюєте рівень трудової дисципліни на Вашому підприємстві?» були отримані такі відповіді: 27% респондентів вважають, що мають високий рівень трудової дисципліни, 66,7% – середній рівень та 6,3% – низький рівень.

Таким чином, за багатьма проаналізованими показниками рівня економічної культури можна зробити висновок, що економічна культура даного підприємства знаходиться на задовільному рівні, але є питання, яким необхідно приділити увагу. Насамперед це стосується питань планування кар'єри, які являють собою визначення трудового потенціалу працівника і шляхів його підвищення. Планування внутрішньоорганізаційної кар'єри традиційно здійснюється в ході взаємодії працівника й роботодавця за вирішальної ролі останнього. Цей процес є складовою частиною планування забезпечення інноваційної організації кадрами. Також необхідно більше приділяти уваги питання підвищення кваліфікації працівників на постійній основі.

Але сьогодні вимагає оновленого погляду на економічну культуру у зв'язку із впливом цифрових технологій на всі сфери життя, зокрема і на економічну культуру, тому другу частину дослідження присвячено вивченню рівня впливу цифрових технологій на економічну культуру підприємства.

Цифрова культура – це ресурс суспільства знання, яка створює світ навколо нас і забезпечує людство складним набором цифрових інструментів для організації нових відносин інформації, внаслідок чого відбувається глобальна зміна культурної взаємодії.

Необхідно зауважити про важливість розвитку цифрових навичок та цифрових компетенцій у працівників. Цифрова економіка оперує такими ж поняттями, як і традиційна: «капітал», «ресурси», «люди». Сьогодні одним із найважливіших чинників цифрової економіки є передусім людський капітал, тобто знання, таланти, навички, вміння, досвід, інтелект людей. Щоденне зростання використання цифрових технологій робить цифрові навички людей, робітників ключовими серед інших. Володіння цифровими технологіями стає головним трендом на ринку праці. Вміння працювати із цифровими технологіями поступово стає необхідною умовою для більшості спеціалізацій. Кожного дня спостерігається зростання кількості робочих місць, які вимагають базово-



● Так, за кошти підприємства ● Так, готовий за власні кошти ● Ні

Рис. 3. Освіта впродовж життя

Джерело: складено автором за результатами опитування

го розуміння інформаційних та комунікаційних технологій. І ця кількість стрімко збільшується. Об'єктивна реальність свідчить, що вміння користуватися цифровими технологіями стає основною вимогою до персоналу.

Наступні діаграми ілюструють рівень цифрової культури досліджуваного нами промислового підприємства.

На питання: «Як Ви оцінюєте рівень своїх навичок як користувача?» відповіді були такі: 45% – високий рівень; 50% – середній і 5% – базовий рівень.

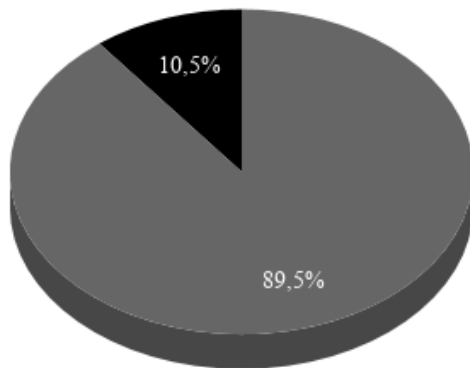
На питання: «Чи необхідне Вам навчання у сфері цифрових технологій?» відповіді розподілились так: 52,6% – так, необхідне; 47,4% – ні. Тобто близько половини опитаних вважають, що володіє достатнім рівнем знань та навичок у цифровому просторі, а інші вважають, що необхідно підвищити свій рівень підготовки. Але на питання: «Чи є у Вас власне бажання підвищувати свою цифрову компетентність?» «так» відповіли 85%, і лише 15% відповіли «ні».

На рис. 4 представлено діаграму відповідей на питання: «Чи обладнане Ваше робоче місце комп'ютером?». Близько 90% робочих місць підприємства обладнані комп'ютерами. Цей показник достатньо високий, бо досліджуване підприємство має високий рівень автоматизації і сучасне обладнання.

На рис. 5 представлено діаграму відповідей на питання «Як часто Ви користуєтесь Інтернетом для виконання Вашої роботи?».

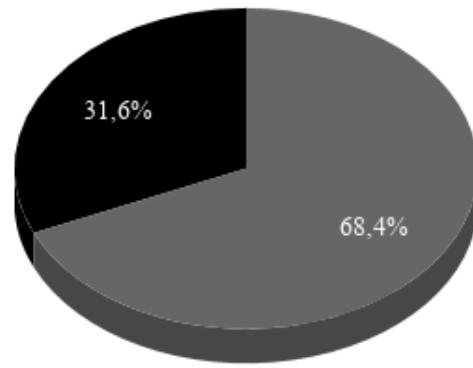
Таким чином, близько 70% працівників користуються Інтернетом на робочому місці, близько 30% – користуються за потреби. У табл. 2 розміщено відповіді на питання стосовно використання цифрових технологій на робочому місці.

За даними табл. 2 можна зробити висновок, що досить високий процент працівників підприємства користується цифровими технологіями на робочому місці: 95% користуються мобільними додатками; 63,2% використовують



● Так ● Ні

Рис. 4. Облаштування робочого місця комп'ютером
Джерело: складено автором за результатами опитування



● Часто ● За потреби

Рис. 5. Користування Інтернетом на робочому місці
Джерело: складено автором за результатами опитування

Таблиця 2

Використання цифрових технологій на робочому місці

Питання	Відповіді	
	«Так»	«Ні»
Чи користуєтесь Ви мобільними додатками?	95%	5%
Чи використовуєте Ви оперативну звітність у режимі реального часу?	63,2%	36,8%
Чи заохочує Вас керівництво використовувати цифрові технології на роботі?	72,2%	27,8%
Чи вкладало підприємство кошти у розвиток цифрових технологій протягом останніх трьох років?	68,4%	31,6%
Чи плануються на підприємстві проекти, пов'язані із цифровими технологіями?	36,8%	63,2%
Чи існує у Вас на підприємстві система захисту від кіберзагроз?	50%	50%

Джерело: складено автором за результатами опитування

оперативну звітність у режимі реального часу; 72,2% працівників вважають, що керівництво заохочує використовувати цифрові технології.

На підставі аналізу сучасного стану економічної культури можна запропонувати напрями її вдосконалення:

- створення й упровадження механізму управління розвитком кар'єри працівника, який являє собою комплекс методів та інструментів управління персоналом, спрямованих на формування і підтримку на належному рівні мотивації працівників підприємства;

- формування й упровадження організаційно-економічного механізму управління розвитком організаційної культури підприємства, який включає цілі управління; функції управління; методи впливу; сукупність інструментів і засобів (нормативні документи, програмне забезпечення, цифрові технології);

- розроблення й реалізація комплексу заходів із цифрової трансформації організаційної культури підприємства; безперервне навчання співробітників; підвищення ефективності та продуктивності їхньої праці.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Сьогодні відбувається трансформація багатьох чинників економічного зростання завдяки впливу цифро-

вих процесів. Цифрова революція докорінно змінює всі економічні відносини, весь зміст понять, у тому числі й економічної культури. Проведений аналіз сучасного змісту економічної культури дає змогу констатувати, що економічна культура за умов стрімкого розвитку інформаційних технологій постійно змінює свій зміст, набуває нових рис. Складова частина економічної культури – цифрова культура – суперечливий феномен, що трансформує культуру та представляє значні можливості для подальшого прогресу як кожної людини, так і підприємства у цілому.

У результаті проведеного емпіричного дослідження виявлено чинники, які стримують ефективний розвиток економічної культури підприємств, серед яких – недостатня мотивація працівників; недостатня цифрова компетентність персоналу; брак фахівців із цифрових навичок. Визначено шляхи підвищення економічної культури: підвищення кваліфікації працівників, яка має відповідати сучасним вимогам функціонування підприємств; упровадження цифрових технологій, що дають змогу оптимізувати бізнес-процеси; підвищення мотивації працівників до кар'єрного зростання.

У подальшому планується вдосконалити методичний підхід до оцінки якості складників економічної культури підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Guiso L., Sapienza P., Zingales L. Does Culture Affect Economic Outcomes? *Journal of Economic Perspectives*. 2006. V. 20(2). P. 23–48.
2. Шастітко А. Е. Нова інституційна економічна теорія : монографія. Москва : Економічний факультет МДУ, ТЕІС, 2002. 591 с.
3. Merriam-Webster. National economy, 2015. URL: <http://merriamwebster.com/dictionary/national%20economy> (дата звернення: 17.12.2019).
4. Палеха Ю.І. Ключі до успіху, або Організаційна та управлінська культури : навчальний посібник ; 2-е вид., доп. Київ : Європ. ун-т, 2002. 337 с.
5. Гевко В.Л. Механізм управління організаційною культурою підприємств мережових структур: системний підхід. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 33. С. 154–159.
6. Engert O., Kaetzler B., Kordestani K., MacLean A. Organizational culture in mergers: Addressing the unseen forces. New York : McKinsey&Company, 2019.
7. Guo S., Ding W., Lanshina T. Global Governance and the Role of the G20 in the Emerging Digital Economy. *International Organisations Research Journal*. 2017. Vol. 12. № 4. P. 169–181.
8. Краус Н.М., Голобородько О.П., Краус К.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf (дата звернення: 17.12.2019).
9. Ринкевич Н.С. Організаційна культура підприємств: виклики, загрози та тенденції. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. № 3(57). С. 123–136.

REFERENCES:

1. Guiso L., Sapienza P., Zingales L. (2006) Does Culture Affect Economic Outcomes? *Journal of Economic Perspectives*, V. 20(2): pp. 23–48.
2. Shastitko A.E. (2002) Nova instyucijna ekonomichna teorija: monoghrafija [A new institutional economic theory]. M.: Ekonomichnyj fakuljtet MDU, TEYS, pp. 591.
3. Merriam-Webster (2015) National economy. URL: <http://merriamwebster.com/dictionary/national%20economy> (accessed: 17.12.2019).
4. Palekha Ju.I. (2002) Kljuchi do uspihu, abo Orghanizacijna ta upravlijsjka kuljtury [Organizational and management culture]. Navch. Posibnyk. 2-ghe vyd. dop. K.: Vyd-vo Jevrop. un-tu, pp. 337.
5. Ghevko V.L. (2019) Mekhanizm upravlinnja orghanizacijnoju kuljturoju pidpryjemstv merezhevykh struktur: systemnyj pidkhid [The mechanism of management of organizational culture of enterprises of network structures: a systematic approach]. *Infrastruktura rynku*, vyp. 33. pp. 154–159.
6. Engert O., Kaetzler B., Kordestani K., MacLean A. (2019) Organizational culture in mergers: Addressing the unseen forces. New York: McKinsey&Company.
7. Guo S., Ding W., Lanshina T. (2017) Global Governance and the Role of the G20 in the Emerging Digital Economy. *International Organisations Research Journal*, vol. 12, no 4. pp. 169–181.
8. Kraus N.M., Gholoborodjko O.P., Kraus K.M. (2018) Cyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy avanghardnogho kharakteru rozvytku. [Digital economy: trends and perspectives of the avantgarde nature of development] *Efektivna ekonomika*. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf (accessed: 17.12.2019).
9. Rynkevych N.S. (2019) Orghanizacijna kuljtura pidpryjemstv: vyklyky, zaghrozy ta tendenciji [Organizational culture of enterprises: challenges, threats and trends]. *Ekonomichnyj visnyk Donbasu*, № 3(57), pp. 123–136.

УДК 339.13.01:338.48

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-41>**Шикіна О.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеського національного економічного університету***Shykina Olga***Candidate of Economic Sciences, Associated Professor,
Associated Professor of the Department of
Tourism, Hotel and Restaurant Business
Odessa National Economics University*

ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ “MARRIOTT”

RESEARCH OF OPERATION OF MARRIOTT INTERNATIONAL HOTEL CHAIN

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано функціонування міжнародної готельної мережі “Marriott” за 2009–2018 рр. Надано історичну довідку щодо створення готельної мережі та основних її особливостей. Розглянуто портфель брендів готельної мережі “Marriott” із зазначенням кількості готелів, номерного фонду та часткою від загальної кількості номерів мережі у відсотках. Наведено розподіл готельних брендів мережі “Marriott” за окремими класами позиціонування. Нині в готельній мережі “Marriott” налічується 30 готельних брендів, сім з яких належать до класу «Люкс», десять – до класу «Преміум», одинадцять – до класу «З обмеженим сервісом», два – до класу «Тривале проживання». Проаналізовано розподіл номерного фонду мережі “Marriott” за регіонами по категоріях у 2019 р. Проаналізовано динаміку кількості номерного фонду та кількості готелів готельної мережі “Marriott” у світі за 2009–2018 рр. та за макрорегіонами у 2016–2018 рр.

Ключові слова: міжнародна готельна мережа “Marriott”, портфель брендів мережі “Marriott”, кількість готелів мережі “Marriott”, кількість номерного фонду мережі “Marriott”, розподіл за макрорегіонами.

АННОТАЦИЯ

В статье проанализировано функционирование международной гостиничной сети “Marriott” за 2009–2018 гг. Предоставлена историческая справка о создании гостиничной сети и основных ее особенностях. Рассмотрен портфель брендов гостиничной сети “Marriott” с указанием количества гостиниц, номерного фонда и долей от общего количества номеров сети в процентах. Приведено распределение гостиничных брендов сети “Marriott” по отдельным классам позиционирования. Сейчас в гостиничной сети “Marriott” насчитывается 30 гостиничных брендов, семь из которых относятся к классу «Люкс», десять – к классу «Премиум», одиннадцать – к классу «С ограниченным сервисом», два – к классу «Длительное проживание». Проанализировано распределение номерного фонда сети “Marriott” по регионам по категориям в 2019 г. Проанализирована динамика количества номерного фонда и количества гостиниц гостиничной сети “Marriott” в мире за 2009–2018 гг. и по макрорегионам в 2016–2018 гг.

Ключевые слова: международная гостиничная сеть “Marriott”, портфель брендов сети “Marriott”, количество гостиниц сети “Marriott”, количество номерного фонда сети “Marriott”, распределение по макрорегионами.

ANNOTATION

The article analyzes the functioning of the Marriott international hotel chain for the period 2009–2018. It provides historical background on the creation of the hotel chain and its main features. At year-end 2018, the Marriott international hotel chain had

2,020 company-operated properties (566,759 rooms), which included properties under long-term management or lease agreements with property owners (management and lease agreements together, the “Operating Agreements”), properties that Marriott own, and home and condominium communities for which Marriott manage the related owners’ associations. The Marriott hotel brands are divided into different positioning classes. Currently, there are 30 hotel brands in Marriott hotel chain, seven of which belong to the “Luxury” class, ten to “Premium”, eleven to “Select” and two to “Longer stays”. Luxury offers bespoke and superb amenities and services. Classic Luxury hotel brands include JW Marriott, The Ritz-Carlton, and St. Regis. Distinctive Luxury hotel brands include W Hotels, The Luxury Collection, EDITION, and Bulgari. Premium offers sophisticated and thoughtful amenities and services. Classic Premium hotel brands include Marriott Hotels, Sheraton, Delta Hotels, Marriott Executive Apartments, and Marriott Vacation Club. Distinctive Premium hotel brands include Westin, Renaissance, Le Méridien, Autograph Collection, Gaylord Hotels, Tribute Portfolio, and Design Hotels. Select offers smart and easy amenities and services with longer stay brands offering amenities that mirror the comforts of home. Classic Select hotel brands include Courtyard, Residence Inn, Fairfield by Marriott, SpringHill Suites, Four Points, TownePlace Suites, and Protea Hotels. Distinctive Select hotel brands include Aloft, AC Hotels by Marriott, Element, and Moxy. The distribution of the Marriott network capacity by region by category in 2019 is analyzed. The dynamics of the number of rooms and the number of hotels of the Marriott hotel chain in the world from 2009 to 2018 is analyzed and in macro regions in 2016–2018. At year-end 2018, Marriott had 4,735 franchised and licensed properties (729,413 rooms) and 151 unconsolidated joint venture properties (21,196 rooms).

Key words: Marriott international hotel chain, Marriott brand portfolio, Marriott hotel portfolio, Marriott number pool, macro regions.

Постановка проблеми. В сучасному світі невід’ємною частиною розвитку міжнародного туризму є готельна індустрія. Щорічне зростання кількості подорожуючих у світі сприяло постійній зміні та інновації сфери туризму та обслуговування, що зумовлені процесами глобалізації та інтернаціоналізації.

Готельна індустрія зарекомендувала себе як одна з тих галузь, що має найбільш динамічний розвиток у світі. Зростання попиту та постійна зміна побажань споживачів допомагають розвиватися готельному бізнесу в різних проявах та напрямках. Головним результатом глобалізаційних процесів стала поява готельних мереж,

що об'єднали відповідність міжнародним стандартам та інноваційним процесам. Готельна мережа є групою готелів (два й більше), маючих спільне керівництво, єдину концепцію просування продукту та торговий бренд.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями розвитку міжнародної готельної індустрії, питаннями статистичної аналітики, сучасного стану та тенденціями розвитку ринку готельних послуг готельних мереж займалися Я.Є. Гончаренко [3; 4], Г.О. Горіна [1], Р.С. Козловський [3; 4], Т.В. Кудлай [2] та інші науковці.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У здійснених наукових напрацюваннях розглядалися основні показники функціонування готелів, що входять до міжнародних готельних мереж, але вони не стосувалися питань конкретної готельної мережі "Marriott" та показників її функціонування.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз функціонування міжнародної готельної мережі "Marriott" за 2009–2018 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна готельна мережа "Marriott" – це міжнародна компанія на ринку готельних послуг, що включає більше 6 333 готелів, розташованих у США і 126 інших країнах, номерний фонд якої перевищує 1 195 141 номерів (табл. 1).

Таблиця 1
Показники міжнародної готельної мережі "Marriott" у 2017 р.

№	Показник	Місце	Кількість
1	Номерний фонд	1	1 195 141
2	Кількість готелів	4	6 333
3	Кількість готелів за франшизою	6	4 400
4	Кількістю готелів в прямому управлінні	4	1 949
5	Поширення країнами світу	1	127

Становлення мережі було довгим процесом, що почався 20 травня 1927 р. Віллард Марріотт щойно переїхав до Вашингтону й відкрив разом з дружиною та другом кафе "A&W Root Beer". Восени 1937 р. Віллард Марріотт звернув увагу на те, що в його закладі біля нині неіснуючого аеродрому Гувер у Вашингтоні багато клієнтів перед посадкою в літак роблять однакові замовлення «з собою», а саме сендвіч та каву. Ідея розпочати продавати їжу на борті літака швидко спала на думку Вілларду.

У 1957 р. подружжя відкрило найбільший мотель у світі на 365 номерів "Twin-Bridges Marriott Motor Hotel". Всі номери були обладнані кондиціонером, телефоном, радіо й телевізором. Новий бізнес швидко пішов у гору, що в подальшому дало змогу компанії поступово відкриватися в інших країнах. У 1969 р. відкрився готель під назвою "Paraiso" в Акапулько (Мексика). У 1975 р. був відкритий новий

готель в Амстердамі. В наступні роки компанія бурхливо розвивалася, а саме купувалися невеликі мережеві об'єкти у сфері торгівлі та послуг, відкривала нові готелі, ґрунтувала нові бренди.

У 1980 р. з'явилися плани щодо освоєння сегменту дешевих готелів. В результаті вже через два роки була впроваджена концепція "Courtyard by Marriott", що перевернула уявлення американців про те, якими мають бути економічні готелі для мандрівників. Рішення створити мережу економічних готелів "Courtyard" стало зворотним в історії компанії.

В середині 1980-х рр. компанія витрачала на будівництво готелів щорічно понад \$1 млрд., до 1989 р. нові готелі відкривалися щотижня, і вони моментально заповнювалися.

У 1992 році компанія "Marriott" була розділена на "Marriott International" і "Host Marriott Corporation". Перша компанія займається розвитком мережі готелів, скуповуючи повністю або частково інші готельні об'єкти, а друга займається всім, що може принести дохід у галузях, пов'язаних з додатковими послугами для гостей, наприклад придбанням авіалінії, будівництвом спортивних і розважальних споруд.

Придбання у 1995 р. "Ritz-Carlton Hotel Company LLC" принесло корпорації гучну славу, адже неперевершений сервіс і неповторні інтер'єри «Карлтона» користувалися успіхом у бізнесменів, політиків і зірок шоу-бізнесу. У 1997 р. "Marriott International" купив об'єкти "Renaissance", а у 2015 р. "Marriott" поглинула готельну мережу "Starwood".

Компанія управляє 30 брендами готелів та апартаментів "Luxury" (люкс), "Premium" (з повним сервісом), "Select-service and Extended Stay" (з обмеженим сервісом і для тривалого проживання) (табл. 2).

Нині готелі, що належать до мережі "Marriott", можна зустріти практично в усіх країнах світу, їх налічується понад 6 000. Кількість працівників перевищує позначку 200 тисяч осіб, що також є важливим показником.

Всі готелі мережі "Marriott" поділяються на 4 рівні, а саме готелі з повним спектром послуг (люкс та преміум), готелі з вибором опцій з надання послуг, готелі для тривалого перебування, Vacation Hotels для відпочинку на канікулах. Кожен з рівнів складається з 4 і більше видів готелів. Так, наприклад, готелі з повним спектром послуг містять у собі "Marriott Hotels & Resorts", "JW Marriott Hotels & Resorts", "Renaissance Hotels", "Ritz-Carlton" тощо, які є одними з найдорожчих за вартістю проживання за одну ніч, оскільки переважно вони розташовані в таких місцях, як Time Square в Нью-Йорку, узбережжя Тихого океану в Каліфорнії. У кожному з готелів є свій неповторний стиль декору. Так, наприклад, "Renaissance Hotels" виконаний в стилі Ампір з багатством квіткових композицій, в "Laguna Cliffs Marriott Resort & Spa" створена атмосфера затишку й спокою, що

Таблиця 2

Портфель брендів готельної мережі “Marriott” у 2019 р.

Назва бренду	Назва категорії	Кількість готелів	Кількість номерів	Частка від загальної кількості номерів мережі
JW Marriott	Люкс	84	37 183	2,82%
The Ritz-Carlton	Люкс	101	27 650	2,10%
W Hotels	Люкс	55	15 043	1,14%
The Luxury Collection	Люкс	110	21 956	1,67%
St. Regis	Люкс	41	9 039	0,69%
EDITION	Люкс	8	1 868	0,14%
Bulgari	Люкс	6	523	0,04%
Marriott Hotels	Преміум	567	201 366	15,29%
Sheraton	Преміум	441	155 617	11,81%
Westin	Преміум	223	82 153	6,24%
Renaissance Hotels	Преміум	175	55 099	4,18%
Le Mïridien	Преміум	107	28 034	2,13%
Autograph Collection Hotels	Преміум	166	34 902	2,65%
Delta Hotels by Marriott™	Преміум	63	15 467	1,17%
Gaylord Hotels	Преміум	6	9 918	0,75%
Marriott Executive Apartments	Преміум	30	4 440	0,34%
Tribute Portfolio	Преміум	31	5 921	0,45%
Courtyard by Marriott	З обмеженим сервісом	1 199	178 438	13,55%
Residence Inn by Marriott	З обмеженим сервісом	803	99 081	7,52%
Fairfield by Marriott	З обмеженим сервісом	979	94 288	7,16%
SpringHill Suites by Marriott	З обмеженим сервісом	414	48 959	3,72%
Four Points by Sheraton	З обмеженим сервісом	271	49 144	3,73%
TownePlace Suites by Marriott	З обмеженим сервісом	388	39 231	2,98%
Aloft Hotels	З обмеженим сервісом	159	27 352	2,08%
AC Hotels by Marriott	З обмеженим сервісом	145	20 777	1,58%
Protea Hotels by Marriott	З обмеженим сервісом	80	82 65	0,63%
Element Hotels	З обмеженим сервісом	39	59 34	0,45%
Moxy Hotels	З обмеженим сервісом	37	7 577	0,58%
Residences	Тривале проживання	89	9 957	0,76%
Timeshare	Тривале проживання	89	22 186	1,68%

дає змогу відвідувачу відчувати себе повністю розслабленим. Саме неповторність кожного готелю цінують усі відвідувачі.

Найбільшим брендом мережі “Marriott” за кількістю готелів є “Courtyard by Marriott” (категорія «З обмеженим сервісом»), а найбільшим за кількістю номерного фонду – “Marriott Hotels” (категорія «Преміум»). Бренди категорії готелів люкс-класу не перевищують за кількістю готелів позначку 110 готелів, один з найменших за кількістю готелів та номерним фондом бренд “Bulgari” (6 готелів у світі) належить до цієї категорії готелів. Практично половину всього номерного фонду мережі (48,16%) складають чотири бренди, а саме “Marriott Hotels” (15,2%), “Courtyard by Marriott” (13,55%), “Sheraton” (11,81%) та “Residence Inn by Marriott” (7,52%).

Виходячи з табл. 3, можемо сказати, що класом з найбільшою кількістю готелів (4 514 готелі) у мережі “Marriott” виявився клас «З обмеженим сервісом», а з найменшою кількістю – клас «Тривале проживання». Найбільша кількість готелів мережі “Marriott” у

2019 р. приходилась на Північну Америку, а найменша кількість – на Карибський регіон та Латинську Америку.

Розподіл номерного фонду мережі “Marriott” за регіонами (табл. 4) показав, що класом готелів з найбільшою кількістю номерів (592 917 номерів) виявився «Преміум», а з найменшою кількістю – клас «Тривале проживання» (32 143 номери). Найбільша кількість номерів у мережі “Marriott” у 2019 р. приходилась на Північну Америку, а найменша кількість – на Карибський регіон та Латинську Америку.

Розглянемо динаміку кількості готелів мережі “Marriott” за 2009–2018 рр. (табл. 5).

Аналізуючи табл. 5, бачимо, що у 2018 р. порівняно з 2017 р. кількість готелів мережі “Marriott” збільшилась на 386 одиниць. За 2009–2018 рр. кількість готелів мережі “Marriott” збільшилась на 3 486. Найбільший темп росту за досліджений період порівняно з базисним роком спостерігався у 2018 р., склавши 2,02 рази. Найбільший темп приросту спостерігався у 2016 р. порівняно з 2015 р., склавши 37,43%. За 2009–2018 рр. в середньому щорічно в мережі “Marriott” кіль-

Таблиця 3

Розподіл готелів мережі “Marriott” за регіонами у 2019 р.

Назва категорії	Кількість готелів					Разом
	Північна Америка	Європа	Середній Схід та Африка	Азіатсько-Тихоокеанський регіон	Карибський регіон та Латинська Америка	
Люкс	121	80	33	131	40	405
Преміум	947	282	105	376	99	1 809
З обмеженим сервісом	3 909	209	112	191	93	4 514
Тривале проживання	129	11	2	19	17	178
Всього	5 106	582	252	717	249	6 906

Таблиця 4

Розподіл номерного фонду мережі “Marriott” за регіонами у 2019 р.

Назва категорії	Кількість готелів					Разом
	Північна Америка	Європа	Середній Схід та Африка	Азіатсько-Тихоокеанський регіон	Карибський регіон та Латинська Америка	
Люкс	42 181	14 325	11 301	37 492	7 963	113 262
Преміум	342 880	67 995	30 714	122 821	28 507	592 917
З обмеженим сервісом	471 347	33 131	15 872	44 454	14 242	579 046
Тривале проживання	25 272	1 175	197	2 615	2 884	32 143
Всього	881 680	116 626	58 084	207 382	53 596	1 317 368

Таблиця 5

Аналіз динаміки кількості готелів мережі “Marriott” за 2009–2018 рр.

Рік	Кількість готелів, од	Абсолютний приріст		Темп росту		Темп приросту, %	
		Δ_y	Δ_b	T_{py}	T_{pb}	T_{pry}	T_{prb}
2009	3 420	...	0,00	...	1,00	...	0,00
2010	3 545	125	125	1,04	1,04	3,65	3,65
2011	3 718	173	298	1,05	1,09	4,88	8,71
2012	3 801	83	381	1,02	1,11	2,23	11,14
2013	3 916	115	496	1,03	1,15	3,03	14,50
2014	4 175	259	755	1,07	1,22	6,61	22,08
2015	4 424	249	1 004	1,06	1,29	5,96	29,36
2016	6 080	1 656	2 660	1,37	1,78	37,43	77,78
2017	6 520	440	3 100	1,07	1,91	7,24	90,64
2018	6 906	386	3 486	1,06	2,02	5,92	101,93

Таблиця 6

Динаміка кількості готелів мережі “Marriott” у світі за макрорегіонами у 2016–2018 рр.

Макрорегіон	Роки			$T_{пр16-18}$
	2016	2017	2018	
Північна Америка	4 529	4 839	5 106	12,74%
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	569	646	717	26,01%
Європа	512	547	582	13,67%
Середній Схід та Африка	245	248	252	2,86%
Карибський регіон та Латинська Америка	225	240	249	10,67%

кількість готелів складала 4 650. За досліджуваний період кількість готелів в середньому щорічно збільшувалась на 387.

Розглянемо динаміку кількості готелів мережі “Marriott” у світі за макрорегіонами у 2016–2018 рр. (табл. 6).

За 2016–2018 рр. кількість готелів мережі “Marriott” демонструвала загальний ріст. Найбільший ріст кількості готелів було зафіксовано в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, де він склав +26,01%, друге місце посіла Європа, маючи темп

приросту +13,67%, третє місце – Північна Америка, маючи +12,74%, четверте – Карибський регіон та Латинська Америка, маючи +10,67%, а п'яте – Середній Схід та Африка, маючи +2,86%. Найбільша кількість готелів у 2018 р. спостерігалась у Північній Америці, а найменша – в Карибському регіоні та Латинській Америці.

Аналізуючи табл. 7, бачимо, що у 2018 р. порівняно з 2017 р. кількість номерного фонду готелів мережі “Marriott” збільшилась на 59 702 номери.

Таблиця 7

Аналіз динаміки кількості номерного фонду мережі “Marriott” за 2009–2018 рр.

Рік	Кількість готелів, од	Абсолютний приріст		Темп росту		Темп приросту, %	
		$\Delta_{\text{ч}}$	$\Delta_{\text{б}}$	$T_{\text{рч}}$	$T_{\text{рб}}$	$T_{\text{прч}}$	$T_{\text{прб}}$
2009	595 461	...	0,00	...	1,00	...	0,00
2010	618 104	22 643	22 643	1,04	1,04	3,80	3,80
2011	643 196	25 092	47 735	1,04	1,08	4,06	8,02
2012	660 394	17 198	64 933	1,03	1,11	2,67	10,90
2013	675 623	15 229	80 162	1,02	1,13	2,31	13,46
2014	714 765	39 142	119 304	1,06	1,20	5,79	20,04
2015	759 330	44 565	163 869	1,06	1,28	6,23	27,52
2016	1 190 604	43 1274	595 143	1,57	2,00	56,80	99,95
2017	1 257 666	67 062	662 205	1,06	2,11	5,63	111,21
2018	1 317 368	59 702	721 907	1,05	2,21	4,75	121,23

Таблиця 8

Динаміка кількості готелів номерного фонду мережі “Marriott” у світі за макрорегіонами у 2016–2018 рр. [9]

Макрорегіон	Роки			$T_{\text{пр16-18}}$
	2016	2017	2018	
Північна Америка	805 001	847 974	881 680	9,53%
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	175 246	190 663	207 382	18,34%
Європа	105 291	110 217	116 626	10,77%
Середній Схід та Африка	54 048	56 243	58 084	7,47%
Карибський регіон та Латинська Америка	51 018	52 569	53 596	5,05%

За 2009–2018 рр. кількість номерного фонду готелів мережі “Marriott” збільшилась на 721 907 номерів. Найбільший темп росту за досліджений період порівняно з базисним роком спостерігався у 2018 р., склавши 2,21 рази. Найбільший темп приросту спостерігався у 2016 р. порівняно з 2015 р., склавши 56,80%.

За 2009–2018 рр. в середньому щорічно у готелях мережі “Marriott” номерний фонд складав 843 251 номер. За досліджуваній період кількість номерного фонду в середньому щорічно збільшувалась на 80 211 номерів.

Розглянемо динаміку кількості номерного фонду мережі “Marriott” у світі за макрорегіонами у 2016–2018 рр. (табл. 8).

За 2016–2018 рр. кількість номерного фонду мережі “Marriott” демонструвала загальний ріст. Найбільший ріст кількості номерного фонду було зафіксовано в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, де він склав +18,34%, друге місце посіла Європа, маючи темп приросту +10,77%, третє місце – Північна Америка, маючи +9,53%, четверте – Середній Схід та Африка, маючи +7,47%, п'яте – Карибський регіон та Латинська Америка, маючи +5,05%.

Найбільша кількість номерів у 2018 р. спостерігалась у Північній Америці, а найменша – в Карибському регіоні та Латинській Америці.

Висновки. Таким чином, готельна мережа “Marriott” славиться своїми високими стандартами обслуговування в усьому світі. Цьому сприяють навчальні програми, застосовувані в усіх готелях системи. Американська мережа готелів “Marriott” входить до п'ятірки найбільших та найпотужніших готельних мереж світу.

Портфель брендів готельної мережі “Marriott” включає 30 готельних брендів, сім з яких належать до класу «Люкс», десять – до класу «Преміум», одинадцять – до класу «З обмеженим сервісом», два – до класу «Тривале проживання». Найбільший бренд мережі “Marriott” за кількістю готелів, а саме “Courtyard by Marriott”, займає категорію «З обмеженим сервісом», а найбільший за номерним фондом, а саме “Marriott Hotels”, займає категорію «Преміум». За 2009–2018 рр. кількість готелів мережі “Marriott” збільшилась на 3 486, а кількість номерного фонду – на 721 907 номерів. Найбільша кількість готелів та номерного фонду в мережі “Marriott” у 2018 р. спостерігалась у США, а найменша – в Карибському регіоні та Латинській Америці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Горіна Г.О. Сутність та специфіка мережевої організації міжнародного готельного бізнесу. *Економіка та держава*. 2011. № 3. С. 107–109.
2. Кудлай Т.В. Готельні мережі: еволюція та становлення. *Бізнес-Інформ*. 2014. № 8. С. 179–183.
3. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Козловський Р.С. Дослідження функціонування міжнародної готельної мережі “Hilton”. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 5(22). С. 175–181.
4. 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.
5. Шикіна О.В. Міжнародна готельна індустрія макрорегіону Європа. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 34. С. 27–34.

6. Шикіна О.В. Моніторинг структури готельних брендів Європи. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2019. № 3(266). С. 178–201.
7. Шикіна О.В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 12(210). С. 82–91.
8. *Marriott*. URL: <https://www.marriott.com> (дата звернення: 03.12.2019).
9. Statista : статистичний портал. URL: <http://www.statista.com> (дата звернення: 03.12.2019).

REFERENCES:

10. Horina H.O. (2011) Sutnistj ta specyfika merezhevoji orghanizaciji mizhnarodnogho ghoteljnogho biznesu [The essence and specificity of the network organization of international hotel business]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 3, pp. 107–109. (in Ukrainian)
11. Kudlaj T.V. (2014) Ghoteljni merezhi: evoljucija ta stanovlennja [Hotel chain: evolution and formation]. *Biznes-Inform*, no. 8, pp. 179–183. (in Ukrainian)
12. Shykina O.V., Goncharenko Ja.Je. & Kozlovsjkyj R.S. (2019) Doslidzhennja funkcionuvannja mizhnarodnoji ghoteljnoji merezhi "Hilton" [Research of operation of Hilton international hotel chain]. *Skhidna Jevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnja*, no. 5(22), pp. 175–181. (in Ukrainian)
13. Shykina O.V., Goncharenko Ja.Je. & Kozlovsjkyj R.S. (2019) Tendenciji rozvytku evropejskogho rynku ghoteljnjkh poslugh [Trends in the development of the European hotel services market]. *Naukovyj visnyk Odesjkogho nacionaljnogho ekonomichnogho universytetu*, no. 5(268), pp. 216–233. (in Ukrainian)
14. Shykina O.V. (2019) Mizhnarodna ghoteljna industrija makro-reghionu Jevropa [International hotel industry of macro-region Europe]. *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, no. 34, pp. 27–34. (in Ukrainian)
15. Shykina O.V. (2019) Monitoring strukturi gotel'nih brendiv Evropi [Monitoring the structure of hotel brands in Europe]. *Naukovyj visnyk Odesjkogho nacionaljnogho ekonomichnogho universytetu*, no. 3(266), pp. 178–201. (in Ukrainian)
16. Shykina O.V. (2018) Dynamika rozvytku mizhnarodnoji ghoteljnoji industriji na prykladi ghoteljnjkh merezh [Dynamics of the development of the international hotel industry on the example of hotel chains]. *Aktualjni problemy ekonomiky*, no. 12, pp. 135–143. (in Ukrainian)
17. *Marriott* [E-resource]. Retrieved from: <https://www.marriott.com> (accessed: 03 Desember 2019). (in English)
18. *Statista*. Statystychnyj portal [Statista. Statistical portal]. [statista.com](http://www.statista.com). Retrieved from: <http://www.statista.com> (accessed: 03 Desember 2019). (in English)

УДК 338.2

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-42>**Шира Т.Б.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування
Української академії друкарства***Shyra Taras***PhD in Economics, Associate Professor,
Department of Financial and Economic Security, Accounting and Taxation
Ukrainian Academy of Printing*

МОДЕЛЮВАННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

MODELING OF ENTERPRISE CORPORATE SECURITY SYSTEM FUNCTIONING

АНОТАЦІЯ

Розвиток корпоративного сектору як основи сучасної ринкової економіки стимулює до більш активних наукових досліджень для вирішення однієї з ключових проблем, що полягає у формуванні безпечних умов функціонування для кожного суб'єкта господарювання. Забезпечення системи корпоративної безпеки підприємства вимагає розроблення відповідного теоретичного базису. Отримані результати дають змогу підвищити ефективність забезпечення системи корпоративної безпеки шляхом побудови комплексної функціональної моделі процесу. Використання методології IDEF0 дало змогу показати всі елементи системи та відношення (зв'язки) між ними, що сприяло виявленню помилок, зокрема вилученню зайвих та дублюючих елементів. Використання методології функціонального моделювання дає змогу побудувати систему, опис якої є точним та лаконічним.

Ключові слова: економічна безпека, корпоративна безпека, методологія функціонального моделювання, модель.

АННОТАЦИЯ

Развитие корпоративного сектора как основы современной рыночной экономики стимулирует к более активным научным исследованиям для решения одной из ключевых проблем, которая заключается в формировании безопасных условий функционирования для каждого субъекта хозяйствования. Обеспечение системы корпоративной безопасности предприятия требует разработки соответствующего теоретического базиса. Полученные результаты позволяют повысить эффективность обеспечения системы корпоративной безопасности путем построения комплексной функциональной модели процесса. Использование методологии IDEF0 позволило показать все элементы системы и отношения (связи) между ними, что способствовало выявлению ошибок, в частности изъятию лишних и дублирующих элементов. Использование методологии функционального моделирования позволяет построить систему, описание которой является точным и лаконичным.

Ключевые слова: экономическая безопасность, корпоративная безопасность, методология функционального моделирования, модель.

ANNOTATION

The development of the corporate sector, as the foundation of a modern market economy, encourages more active scientific research to solve one of the key problems, which is to create safe operating conditions for each entity. The priority of forming the methodological basis for ensuring corporate security today is primarily due to: the need to create safe conditions for development of each entity, which is determined by the riskiness of business activity in general and the difficult conditions of doing business in Ukraine due to the duration of transformation processes and instability in the national

economy; the importance of the role of corporations functioning today, which they already play in the economic processes of our country and the growth of their influence, by analogy with other countries, in the future. Ensuring an enterprise corporate security system requires the development of an appropriate theoretical framework. The purpose of the research is to formulate the methodological bases for ensuring the functioning of the corporate security system of the enterprise using the methodology of functional modeling IDEF0. It is substantiated that the process of making managerial decisions in the corporate security system of an enterprise should be understood as a set of stages at which the input material and information flows are transformed into outputs with other properties. In accordance with the methodological bases for the creation of the functional model IDEF0 the essence of the initial conditions is determined in accordance with the task, i. e. the purpose of the simulation, point of view, target audience, context of the functional model, modeling technology, modeling software. The process of preparation, adoption and implementation of decisions on ensuring the corporate security system of the enterprise was implemented by building a functional model. The main functions in the construction of the first level context diagram of the IDEF0 model were defined: to ensure the functioning of the enterprise corporate security system; analyze the performance of the enterprise; to study the external environment of the enterprise; establish basic guidelines for ensuring corporate enterprise security; to formulate directives to ensure the functioning of the enterprise corporate security system. The obtained results allow increasing the efficiency of providing the corporate security system by building a complex functional model of the process. The use of IDEF0 methodology made it possible to show all elements of the system and the relationships (relationships) between them, which in turn facilitated the detection of errors, unnecessary or duplicate existing elements. The use of functional modeling methodology allows us to build a system whose description is accurate and concise.

Key words: economic security, corporate security, functional modeling methodology, model.

Постановка проблеми. Проблема забезпечення безпеки підприємства набула особливої гостроти в останні два десятиліття, що найбільшою мірою спричинено трансформаційними змінами в національній економіці та формуванням сектору підприємств недержавної форми власності.

Пріоритетність формування методологічного базису забезпечення корпоративної безпеки підприємств (КБП) сьогодні обумовлюється перш за все необхідністю створення безпечних умов розвитку для кожного суб'єкта господарювання, що визначається ризикованістю підприєм-

ницької діяльності загалом та складними умовами ведення бізнесу в Україні через тривалість трансформаційних процесів та нестабільність в національній економіці; важливістю ролі функціонуючих сьогодні корпорацій, яку вони вже відіграють в економічних процесах нашої країни, а також зростанням їх впливу за аналогією з іншими країнами в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням забезпечення безпеки підприємств багато уваги приділяють вітчизняні та закордонні вчені, зокрема Л. Абалкін, Г. Аніловська, О. Ареф'єва, І. Бінко, Н. Вавдіюк, З. Варналій, С. Васильчак, О. Власюк, В. Воротін, Т. Васильців, В. Геєць, З. Герасимчук, Л. Гнилицька, В. Духов, Т. Єфименко, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, З. Живко, О. Захаров, С. Кавун, Г. Козаченко, М. Копитко, О. Ляшенко, В. Мартинюк, С. Мельник, І. Мойсеєнко, Т. Момот, В. Мунтіян, Є. Олейніков, І. Оттенко, Г. Пастернак-Таранушенко, В. Пономаренко, В. Прохорова, Я. Пущак, І. Ревак, Ю. Ус, М. Флейчук, В. Франчук, М. Швець, Л. Шемаєва, С. Шкарлет, В. Шлемко, В. Шликов, О. Шляйфер, А. Штангрет, В. Ярочкін. Однак доцільно відзначити недостатню увагу науковців, що вони приділяють визначенню поняття «корпоративна безпека» та формуванню відповідного теоретико-методологічного базису її забезпечення в умовах українських підприємств.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Створення безпечних умов для українських підприємств не може здійснюватися з використанням іноземного досвіду, адже він формувався в середовищі із суттєво відмінними параметрами. За важливості стабілізації функціонування більшості підприємств в умовах високої невизначеності та суттєвості впливу середовища функціонування власного досвіду сьогодні ще недостатньо. Зростає потреба розроблення теоретичного базису забезпечення корпоративної безпеки, зокрема, на основі математичного моделювання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розроблення методологічних основ функціонування системи корпоративної безпеки підприємства (СКБП) із застосуванням методології функціонального моделювання IDEF0.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес прийняття управлінських рішень із забезпечення СКБП – це сукупність етапів, на яких відбувається перетворення вхідних матеріальних та інформаційних потоків на вихідні з іншими властивостями. Процес протікає відповідно до директив на керування його підпроцесами. Директиви формуються на основі мети діяльності (забезпечення СКБП). Протягом здійснення процесу використовують інформаційні ресурси й виконують обмеження щодо інших процесів (наприклад, аналіз чи розроблення) та зовнішнього середовища [1].

Ґрунтуючись на вимогах до створення функціональної моделі IDEF0, проаналізуємо й опишемо вихідні передумови її створення.

1) Мета моделювання полягає в розробленні функціональної моделі IDEF0 щодо підтримки прийняття управлінських рішень в процесі забезпечення СКБП.

2) Точка зору керівника підприємства чи працівника (працівників), що відповідає за забезпечення функціонування СКБП і підтримання її належного рівня (ОПР).

3) Цільовою аудиторією моделі є суб'єкти корпоративної безпеки, які повинні володіти відповідними технологіями розроблення та прийняття управлінських рішень, спрямованих на забезпечення СКБП.

4) Контекстом функціональної моделі є перелік функцій та об'єктів діаграм функціональної моделі IDEF0.

5) Технологією моделювання є методологія функціонального моделювання.

6) Програмним забезпеченням моделювання є прикладна програма для побудови векторних діаграм.

Процес підготовки, прийняття та реалізації рішень щодо забезпечення СКБП реалізується шляхом поступового наближення до бажаних результатів і складається з певних кроків. Для того щоби досягнути поставлених завдань, потрібно побудувати контекстну діаграму найвищого рівня функціональної моделі забезпечення СКБП і хоча б один рівень її декомпозиції [2].

Кожен блок функціональної моделі на діаграмах IDEF0 перетворює входи на виходи в процесі керування за допомогою певних механізмів. У нашому разі йдеться лише про перетворення потоків інформаційних. Інформацію, що використовується в процесі підготовки, прийняття та реалізації рішень щодо забезпечення СКБП, поділяють на три групи, а саме обмежувальну, описову та керівну. Загалом модельовану систему позначено блоком A-0 (рис. 1), а входи I_n , виходи O_n , керування C_n і механізми M_n є приєднаними до блока граничними стрілками й позначеннями.

На рис. 2 наведено декомпозицію першого рівня контекстної діаграми функціональної моделі IDEF0 забезпечення СКБП.

Проводити дослідження з урахуванням точок зору всіх користувачів недоцільно, оскільки в декомпозиції інших рівнів необхідно зосередити увагу на діях ОПР, які для досягнення мети використовують різноманітні методи. Через це отримуємо значну кількість діаграм другого й третього рівнів, що описують окремі випадки, а не інформаційну технологію регулювання процесу забезпечення СРІС [1].

Предметно розглянемо перелік функцій, що зображені блоками на діаграмах моделі IDEF0 забезпечення СКБП (рис. 1, 2).

На рис. 2 наведено декомпозицію першого рівня контекстної діаграми функціональної моделі IDEF0 забезпечення СКБП. Спробуємо тепер більш детально охарактеризувати перелік функцій, що зображені блоками на діаграмі моделі IDEF0.

A1 – забезпечувати функціонування СКБП. Охоплює визначення рівня КБП, що ґрунтується



Рис. 1. Контексна діаграма моделі IDEF0 забезпечення системи корпоративної безпеки підприємства, де вхід – I_n ($n = 1, 2$), керування – C_n ($n = 1, 2, 3$), вихід – O_n ($n = 1, 2$), механізм – M_n ($n = 1, 2, 3$)
Джерело: складено автором

ся на оцінюванні ефективності вжиття захисних заходів від визначених ключових ризиків і загроз з подальшим контролем результатів діяльності суб'єктів забезпечення відповідного рівня КБП. Протягом цього етапу працівник (працівники), що відповідає за забезпечення функціонування СКБП і підтримання її належного рівня, формує інформацію про рівень корпоративної безпеки підприємства, керівник підприємства з урахуванням зворотного зв'язку від інших підпроцесів виробляє директиви на керування ними. Ефективність організації цього етапу, його інформаційного та ресурсного забезпечення визначає результати всього процесу.

Результатом робіт на цьому етапі є інформування зацікавлених осіб (тих, до кола посадових обов'язків це належить) про стан КБП.

A2 – аналізувати показники діяльності підприємства. Працівник (працівники), що відповідає за забезпечення функціонування СКБП і підтримання її належного рівня, збирає та накопичує інформацію про особливості фінансово-господарської діяльності конкретного підприємства, аналізує динаміку основних показників його діяльності, робить спробу виявити довгострокові тенденції в розвитку підприємства, а саме щодо його фінансового стану, кадрової, ін-

вестиційної та інноваційної політики. Отримана інформація щодо функціонування суб'єкта підприємницької діяльності, динаміки основних показників його діяльності й прогнозу їх зміни у майбутньому дає змогу визначити якомога повнішу сукупність внутрішніх загроз КБП.

Результатом робіт на цьому етапі є узагальнена інформація, що характеризує середовище функціонування конкретного підприємства, яка дає змогу за потреби визначити ступінь впливу внутрішніх загроз на КБП.

A3 – вивчати зовнішнє середовище функціонування підприємства. Керівник підприємства спільно з працівником (працівниками), що відповідає за забезпечення функціонування СКБП і підтримання її належного рівня, здійснює оцінювання тенденцій розвитку національної економіки у частині, що стосується діяльності цього підприємства та регіональних аспектів розвитку цього бізнесу, а також визначає характер і рівень взаємодії досліджуваного суб'єкта із суб'єктами зовнішнього середовища. Іншими словами, на цьому етапі збирається та накопичується інформація про зовнішнє середовище функціонування конкретного підприємства, визначаються місце й роль досліджуваного суб'єкта підприємницької діяльності серед

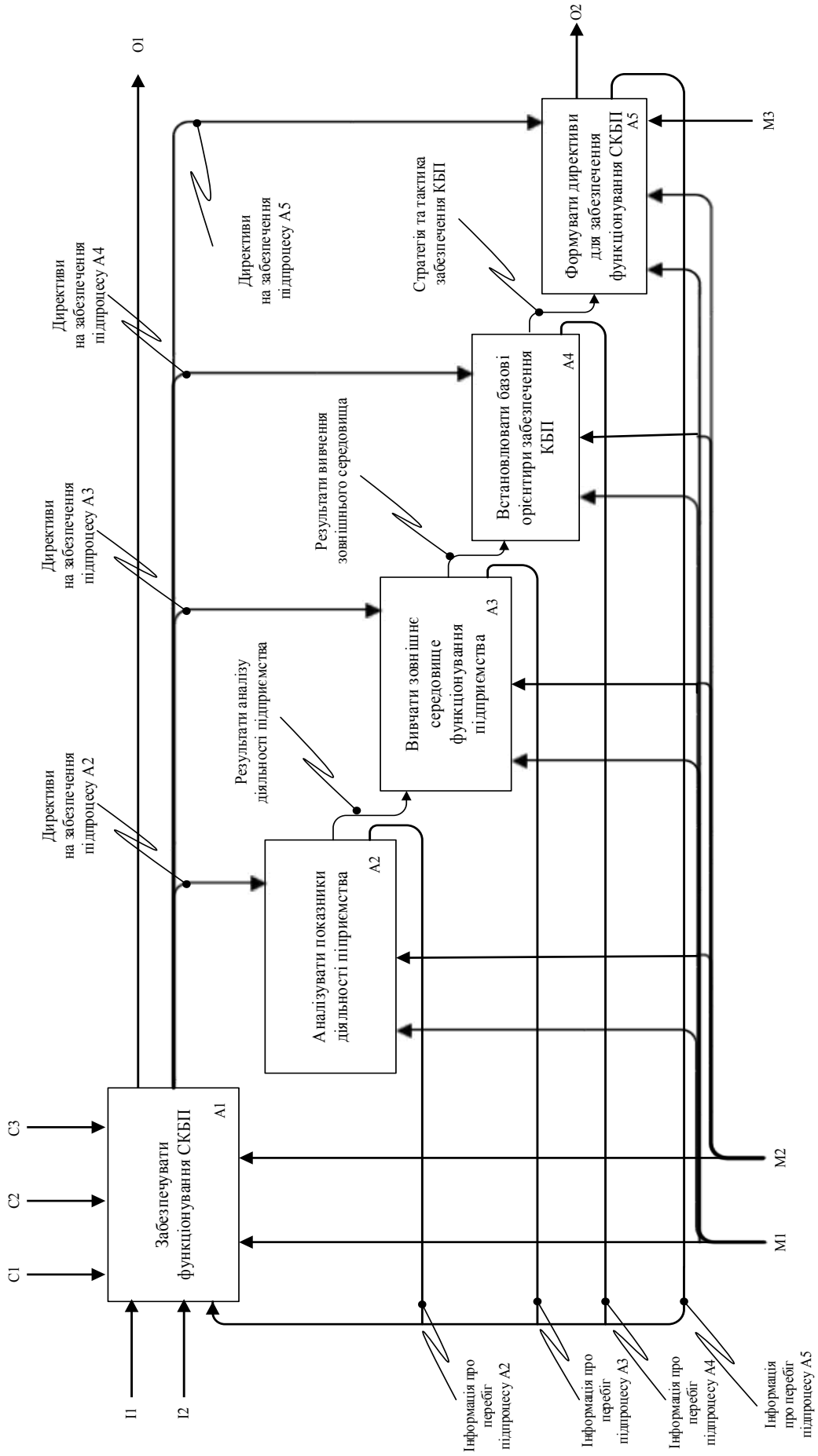


Рис. 2. Декомпозиція першого рівня контекстної діаграми моделі IDEFO забезпечення системи корпоративної безпеки підприємства

Джерело: складено автором

інших підприємств галузі та об'єктів більш високого порядку. Отримана інформація щодо впливу зовнішнього середовища функціонування суб'єкта підприємницької діяльності на його корпоративну безпеку стає основою для отримання переліку зовнішніх загроз.

Результатом робіт на цьому етапі є узагальнення інформація щодо впливу зовнішніх загроз на досліджуваний процес, яка дає змогу за потреби визначити ступінь їх впливу на КБП.

A4 – встановлювати базові орієнтири забезпечення КБП. З огляду на дані, отримані на попередніх етапах, керівником підприємства визначається мета та здійснюється постановка завдань, далі працівником (працівниками), що відповідає за забезпечення функціонування СКБП і підтримання її належного рівня, розробляється методика оцінювання КБП, формуються критерії оцінювання результативності дій суб'єктів безпеки. Протягом цього етапу працівники підприємства розробляють показники, досягнення яких має свідчити про необхідний рівень КБП. Встановлені орієнтири за можливості мають бути якомога більш чітко визначені, щоби було легше визначати ступінь їх досягнення.

Результатом робіт на цьому етапі є розроблені стратегічні та тактичні підходи до забезпечення КБП. Розроблені рішення мають складатися з визначених етапів.

A5 – Формувати директиви для забезпечення функціонування СКБП. Формування підвалин функціонування СКБП охоплює обґрунтування працівником (працівниками), що відповідає за забезпечення функціонування СКБП і підтримання її належного рівня, а також споживачами, представниками інших суб'єктів господарювання й органів державної влади, до сфери діяльності яких належать економічні злочини та забезпечення безпеки суб'єктів господарювання, функцій і принципів системи, визначення об'єктів і суб'єктів безпеки, розроблення механізму досягнення необхідних цілей та узгодження процесу забезпечення безпеки з фінансово-господарською діяльністю суб'єкта господарювання. Протягом цього етапу керівник підприємства здійснює оцінювання адекватності таких пропозицій запропонованим стратегії та тактиці забезпечення СКБП. Необхідно відзначити, що, формуючи директиви для забезпечення функціонування СКБП, керівник підприємства може висунути нові пропозиції, які не розглядалися раніше, тобто поєднання досвіду керівника підприємства та пропозицій працівників і споживачів, представників інших суб'єктів господарювання та органів державної влади дає можливість найбільш повно врахувати всі аспекти проблеми, яку необхідно вирішити.

Результатом цього етапу є обґрунтовані захисні заходи, вжиття яких має забезпечити надійне функціонування СКБП. В разі незадовільних результатів, отриманих у процесі вжиття визначених заходів, може виникнути необхідність коригування директив, спрямованих на

забезпечення надійного функціонування СКБП, чи навіть внесення змін у прийняту стратегію та тактику забезпечення функціонування СКБП.

Керування «Директиви на забезпечення підпроцесу A2 (A3, A4, A5)», що має обмежувальну та керівну інформацію, результати прийняття рішень ОПР.

Вихід «Інформації про перебіг підпроцесу A2 (A3, A4, A5)», що має описову інформацію, надходить від кожного підпроцесу в процесі забезпечення функціонування СКБП. На її основі приймають рішення про припинення виконання підпроцесу та переходу до наступного, повторне виконання підпроцесу, перехід до виконання попереднього.

Висновки. Система управління на більшості українських підприємств сформована без належної уваги до врахування безпекових аспектів під час прийняття кожного управлінського рішення. Відповідно, такі системи управління орієнтовані на вирішення поточних проблем. Протидія певним внутрішнім та зовнішнім загрозам розпочинається лише за умови їх суттєвого впливу, що проявляється в реальних збитках. Застосування розробленої функціональної моделі спрямовано на встановлення взаємозв'язків між спеціалізованими підрозділами в сфері корпоративної безпеки підприємства та іншими структурними одиницями для чіткості вжиття захисних заходів. Формування безпечних умов розвитку в умовах кожного окремого підприємства залежить не лише від ресурсного забезпечення, але й від координації дій між суб'єктами безпеки, їх здатності вживати тактичних і стратегічних захисних заходів.

Подальші наукові дослідження доцільно зосередити на розробленні механізму взаємодії внутрішніх та зовнішніх суб'єктів господарювання щодо вжиття тактичних і стратегічних захисних заходів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мельников О. Розроблення механізму державного стимулювання сталого розвитку інформаційної сфери України із застосуванням методології функціонального моделювання. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 9(196). С. 34–38.
2. Integration Definition for Function Modeling (IDEF0). URL: <http://asqservicequality.org/glossary/idef0-integrated-definition-for-function-modeling> (дата звернення: 18.03.2019).

REFERENCES:

1. Melnykov O. (2017). Rozroblennia mekhanizmu derzhavnoho stymulivannia staloho rozvytku informatsiinoi sfery Ukrainy iz zastosuvanniam metodolohii funktsionalnoho modelivannia [Development of the mechanism of state stimulation of sustainable development of the information sphere of Ukraine using the methodology of functional modeling]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, 2017. Vol. 9. P. 34–38. (in Ukrainian)
2. Integration Definition for Function Modeling (IDEF0). Available at: <http://asqservicequality.org/glossary/idef0-integrated-definition-for-function-modeling> (accessed: 18 March 2019).

УДК 338.24.021.8

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-43>**Штангрет А.М.***доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри
фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування
Української академії друкарства***Караїм М.М.***кандидат економічних наук,
асистент кафедри
фінансово-економічної безпеки, обліку і оподаткування
Української академії друкарства***Штангрет І.А.***студент
Української академії друкарства***Shtangret Andriy***Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Financial and Economic Security,
Accounting and Taxation,
Ukrainian Academy of Printing***Karaym Miroslava***Candidate of economic sciences
Assistant of the Department of Financial and Economic Security,
Accounting and Taxation,
Ukrainian Academy of Printing***Shtangret Iryna***Student,
Ukrainian Academy of Printing*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

STRATEGIC MANAGEMENT OF ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

Стабілізація функціонування українських підприємств не може здійснюватися лише за рахунок швидкої реакції на посилення негативного впливу внутрішніх та зовнішніх загроз, але вимагає застосування стратегічного управління. Стратегічне управління економічною безпекою підприємства має узгоджуватися зі стратегічним управлінням підприємством. Основою стратегічного управління економічною безпекою є інформація про зміну зовнішнього та внутрішнього середовища та прогнози щодо можливого посилення впливу ключових загроз. Розроблення та реалізація стратегії економічної безпеки пов'язані з послідовним виконанням процесу, що вимагає посилення інформаційного обміну та координації дій між суб'єктами безпеки та всіма структурними підрозділами підприємства. Стратегічне управління економічною безпекою українських підприємств має бути максимально гнучким, що потребує відповідного ресурсного та організаційного забезпечення.

Ключові слова: економічна безпека, стратегічне управління, стратегія, загроза, безпека.

АННОТАЦИЯ

Стабилизация функционирования украинских предприятий не может осуществляться только за счет быстрой реакции на усиление негативного влияния внутренних и внешних угроз, но требует применения стратегического управления. Стратегическое управление экономической безопасностью предприятия должно согласовываться со стратегическим управлением предприятием. Основой стратегического управления экономической безопасностью являются информация об изменении внешней и внутренней среды и прогнозы касательно возможного усиления влияния ключевых угроз. Разработка и

реализация стратегии экономической безопасности связаны с последовательным выполнением процесса, который требует усиления информационного обмена и координации действий между субъектами безопасности и всеми структурными подразделениями предприятия. Стратегическое управление экономической безопасностью украинских предприятий должно быть максимально гибким, что требует соответствующего ресурсного и организационного обеспечения.

Ключевые слова: экономическая безопасность, стратегическое управление, стратегия, угроза, безопасность.

ANNOTATION

The stabilization of the functioning of Ukrainian enterprises can not only be achieved through a rapid response to the intensification of the negative impact of internal and external threats, but requires the use of strategic management. The strategic management of the economic security of the enterprise must be consistent with the strategic management of the enterprise. Strategic management of economic security is based on information on changes in the external and internal environment and projections on the possible intensification of the impact of key threats. The list of the following tasks for strategic management of economic security of the enterprise is determined: coordination of goals of strategic management of the enterprise with strategic management of economic security of the enterprise; clarification of qualitative and quantitative goals in the field of economic security of the enterprise; assessing the current level of economic security by identifying actual resource and organizational support; formulation of alternative strategies; developing a system of criteria for the implementation of alternative strategies; search for "bottlenecks" in the implementation of alternative strategies; enhanced information support for the deve-

lopment and implementation of management decisions; assessing the effectiveness of security actors and the effectiveness of strategy implementation; making timely changes to the enterprise's economic security strategy. The development and implementation of an economic security strategy is linked to the consistent implementation of a process that requires enhanced information sharing and coordination between security entities and all structural units of the enterprise. It is substantiated that strategic management of economic security of an enterprise should be interpreted as a process in which the following stages can be clearly defined: information, which consists in assessing the level of aggressiveness of the environment and control of internal economic processes, as well as identifying key threats with determining the list of the most significant influences, economic security of the enterprise; development of alternative strategies; strategy selection and implementation; control and making the necessary changes, which is to analyze and evaluate the current results of the strategy implementation, adjusting the subsequent implementation process. Strategic management of economic security of Ukrainian enterprises should be as flexible as possible, requiring adequate resources and organizational support.

Key words: economic security, strategic management, strategy, threat, security.

Постановка проблеми. Умови функціонування українських підприємств не можна вважати «комфортними», скоріше, навпаки вони є складними внаслідок швидкої та важко прогнозованої зміни впливу основних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. З одного боку, такі умови суттєво ускладнюють процес управління, тобто розроблення та застосування стратегії внаслідок неможливості прогнозування зміни середовища функціонування, а з іншого боку, відсутність стратегічного управління суттєво звужує можливості для маневру, своєчасної адаптації через попередньо сформовані резерви. Саме ці обставини формують основу для більш гнучкого стратегічного управління, коли стратегія розвитку переглядається за завчасно визначеної граничної зміни основних показників фінансово-господарської діяльності, а не традиційно прив'язується до певного часового параметру.

Розвиток підприємства неможливий без формування безпечних умов функціонування кожного підприємства. Належний рівень економічної безпеки підприємства не може бути забезпечений лише за рахунок вимушеної реакції на негативний вплив певної загрози. Проблема стратегічного управління економічною безпекою актуалізується представниками підприємницьких кіл, які зацікавлені не лише в збереженні бізнесу в короткостроковій перспективі, але й у розвитку відповідно до визначеної місії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичному розробленню питань, пов'язаних із забезпеченням економічної безпеки на всіх рівнях управління, багато уваги приділяли О. Ареф'єва, В. Білоус, І. Бінько, Н. Вавдіюк, В. Геець, З. Герасимчук, В. Духов, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, С. Злупко, Т. Кузенко, О. Кузьмін, А. Кірієнко, Т. Ковальчук, Б. Кравченко, М. Лесечко, В. Марцин, Л. Мельник, І. Михайлюк, С. Мочерний, В. Мунтіян, Н. Нижник, Г. Пастернак-Таранушенко, С. Покропивний,

Г. Ситник, А. Ревенко, О. Терещенко, С. Шкарлет, В. Шлемко, В. Ярочкін та інші вчені.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне науковій та практичній значущості праць згаданих учених, зазначаємо, що у вітчизняній і зарубіжній літературі досі не знайшли належного відображення деякі важливі питання, пов'язані зі стратегічним управлінням економічною безпекою підприємства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних засад стратегічного управління економічною безпекою українських підприємств в умовах високої невизначеності зміни середовища функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вважаємо за доцільне коротко зазначити, що поняття «стратегічне управління» почало активно застосовуватися у 60-70-х роках минулого століття, що стало наслідком зростаючої потреби не лише планування поточної діяльності підприємств, але й формування та ефективного використання конкурентних переваг. Стратегічне планування на перших етапах, механізм вибору найбільш доцільного варіанта розвитку на наступному етапі з подальшим приділенням уваги можливості своєчасної адаптації до зміни зовнішнього середовища функціонування забезпечили широке застосування стратегічного управління в країнах – лідерах економічного розвитку. Базовими вважаються дві концепції стратегічного управління, де перша передбачає орієнтацію на внутрішні ресурси розвитку, а друга формується з огляду на динамічність змін у зовнішньому середовищі [4, с. 45]. Посилення конкурентної боротьби на окремих сегментах ринку, зокрема ринку високотехнологічної продукції, сприяло формуванню та більш активному застосуванню концепції, яка спирається на динамічну здатність підприємства. Динамічна здатність, в основі якої лежить певне поєднання двох базових концепцій, передбачає наявність достатнього ресурсного й організаційного забезпечення для швидкої адаптації на появу нових викликів у середовищі функціонування.

Стратегічне управління у сфері економічної безпеки підприємств можна вважати новим напрямом, адже дії суб'єктів безпеки на українських підприємствах переважно орієнтовані на вирішення поточних проблем, які пов'язані з необхідністю ліквідації наслідків негативного впливу внутрішніх та зовнішніх загроз. В останні два десятиліття років відбувся перехід від силового захисту території до вжиття комплексних заходів в основних функціональних сферах, зокрема фінансовій, кадровій, інформаційній, силовій. Розробляються механізми організаційного забезпечення, які передбачають поділ функцій між внутрішніми та зовнішніми суб'єктами безпеки. Водночас власниками та вищою ланкою менеджменту актуалізується мета не лише реагування на події, які мають місце, але й прогно-

зування можливої зміни середовища функціонування, розроблення альтернативних стратегій, вибору оптимального варіанта для стабілізації процесу функціонування підприємства. Відповідно, можна стверджувати, що стратегічне управління економічною безпекою підприємства має бути спрямовано на аналізування внутрішнього й зовнішнього середовища зі своєчасною адаптацією підприємства до їх зміни. Основною метою такого управління є не лише виживання в короткостроковій перспективі, але й формування безпечних умов розвитку. Виходячи із зазначеного, можемо визначити перелік таких завдань для стратегічного управління економічною безпекою підприємства:

- узгодження цілей стратегічного управління підприємством зі стратегічним управлінням економічною безпекою підприємства;
- уточнення якісних та кількісних цілей у сфері економічної безпеки підприємства;
- оцінювання поточного рівня економічної безпеки зі з'ясуванням фактичного ресурсного й організаційного забезпечення;
- формування альтернативних стратегій;
- розроблення системи критеріїв реалізації альтернативних стратегій;
- пошук «вузьких місць» в реалізації альтернативних стратегій;
- посилення інформаційної підтримки розроблення та реалізації управлінських рішень;
- оцінювання результативності дій суб'єктів безпеки та ефективності реалізації стратегії;
- внесення своєчасних змін у стратегію забезпечення економічної безпеки підприємства.

Перелік завдань в умовах певного підприємства може суттєво різнитися. Вважаємо за доцільне приділити увагу окремим ключовим моментам, тобто взаємозв'язку зі стратегічним управлінням підприємством та формуванню альтернативних стратегій.

Стратегічне управління економічною безпекою має враховувати цілі та завдання стратегічного управління підприємством, але існує зворотній зв'язок. Розроблення стратегії розвитку підприємства має здійснюватися з обов'язковим врахуванням безпекових аспектів, тобто прогнозів щодо зміни впливу ключових внутрішніх та зовнішніх загроз. Спільною є необхідність систематичного перегляду та узгодження між собою стратегій різного рівня.

А. Чандлер розглядає стратегію як «визначення основних довгострокових цілей та завдань підприємства, вжиття заходів і розподілу ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей» [6, с. 13]. Потрібно зауважити, що це визначення стало ключовим у трактуванні стратегії українських науковців з подальшим осучасненням та врахуванням особливостей ведення бізнесу в нашій країні. Так, Т. Данилова дотримується думки про те, що стратегію можна тлумачити з цієї позиції, що «якщо цілі визначають те, до чого прагне організація, що вона хоче отримати в результаті своєї діяльності, то стратегія відпо-

відає на питання, яким чином та в який спосіб організація зможе досягти своїх цілей в умовах мінливого конкурентного оточення» [1, с. 28]. Н. Моїсеєва обґрунтовує доцільність визначення стратегії як «інструменту формування загальної ідеї майбутнього, деталі якої уточнюються відповідно до необхідних змін» [3, с. 31].

Певний зв'язок між стратегією та безпекою знаходимо в наукових працях М. Портера, який стратегію представляє як «спосіб реакції на зовнішні можливості та загрози, внутрішні сильні та слабкі сторони» [5, с. 122]. Цікаве визначення стратегії економічної безпеки підприємства пропонує О. Захаров, визначаючи її як «довготривалі, найбільш принципові і важливі установки, плани, наміри керівників (власників) підприємства, спрямовані на створення та постійний розвиток системи економічної безпеки, здатної адекватно протидіяти всім внутрішнім та зовнішнім небезпекам і загрозам його стабільної роботи та розвитку в даний час, а також у найближчій та віддаленій перспективах» [2, с. 275]. Загалом погоджуючись із визначенням О. Захарова, вважаємо, що його позиція щодо необхідності виділення «запланованої» (заплановані дії, спрямовані на попередження або зниження впливу на діяльність підприємства негативних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, наявних в період розроблення стратегії економічної безпеки [2, с. 275]) та «реальної» (заплановані дії щодо забезпечення економічної безпеки підприємства, до яких оперативно вносяться необхідні правки в разі виникнення нових небезпек і загроз для економічної безпеки підприємства [2, с. 275]) стратегій неповністю враховує особливості ведення бізнесу та формування умов безпечного розвитку українських підприємств. Окрім цього, розроблення «запланованої» та «реальної» стратегій суттєво ускладнює процес стратегічного управління економічною безпекою підприємства. Вважаємо, що для українських підприємств доцільно говорити про максимальну гнучкість стратегічного планування та наявність процедур своєчасного внесення змін у вибрану альтернативну стратегію. Стратегічне управління економічною безпекою підприємства можна трактувати як процес, у якому можна чітко визначити такі етапи:

1) інформаційний етап, що полягає в оцінюванні рівня агресивності зовнішнього середовища та підконтрольності внутрішньогосподарських процесів, ідентифікації ключових загроз із визначенням переліку найбільш суттєвих за рівнем впливу на економічну безпеку підприємства (важливими є отримання інформації з кількох незалежних джерел, її перевірка та порівняння, систематичне оновлення, результатом реалізації цього етапу має стати інформаційне підґрунтя для розроблення альтернативних стратегій);

2) етап розроблення альтернативних стратегій, що передбачає уточнення цілей системи

економічної безпеки підприємства, їх узгодження з цілями розвитку підприємства та інтересами власників, менеджменту та працівників; формування переліку ключових завдань; розроблення альтернативних варіантів стратегії з огляду на можливі прогнози зміни рівня впливу ключових внутрішніх та зовнішніх загроз і здатності підприємства протидіяти їм;

3) етап вибору та реалізації стратегії, під час якого з кількох альтернативних варіантів вибирається найбільш доцільний з огляду на можливість досягнення цілей у сфері економічної безпеки та наявне ресурсне та організаційне забезпечення (реалізація вибраної стратегії передбачає виділення необхідних ресурсів, створення організаційних можливостей та забезпечення необхідної інформаційної підтримки для розроблення й застосування управлінських рішень, які в комплексі формують захисні заходи);

4) етап контролю та внесення необхідних змін, що полягає в аналізі та оцінюванні поточних результатів реалізації стратегії з коригуванням подальшого процесу реалізації.

Вважаємо за доцільне підкреслити, що реалізація стратегії економічної безпеки повинна здійснюватися суб'єктами безпеки в тісній співпраці з усіма структурними підрозділами підприємства, що є можливим на основі посилення інформаційного обміну та взаємодії.

Висновки. Для українських підприємств в умовах високого рівня невизначеності зміни середовища функціонування зростає важливість застосування стратегічного управління у сфері економічної безпеки. Стратегічне управління економічною безпекою має бути максимально гнучким, чого можна досягти за рахунок систематичного оцінювання зміни середовища функціонування та розроблення прогнозів (песимістичного, оптимістичного та реалістичного) впливу найбільш суттєвих зовнішніх та внутрішніх загроз. Розроблення та застосування стратегії економічної безпеки вимагають узгодженості не лише зі стратегією розвитку підприємства, але й з посиленням інформаційного обміну та координацією дій в процесі вжиття захисних заходів між суб'єктами безпеки та всіма іншими підрозділами підприємства. По-

дальші дослідження доцільно орієнтувати на розроблення організаційно-економічного механізму реалізації стратегії економічної безпеки підприємства з конкретизацією процедури внесення змін та оцінювання результатів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Данилова Т. Стратегия инвестирования – институциональный подход. *Финансы и кредит*. 2004. № 9. С. 27–29.
2. Захаров О. Стратегия економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник ЛДУВС*. 2012. № 2. С. 272–282.
3. Моисеева Н. Стратегия финансового оздоровления предприятия. *Финансовый бизнес*. 2003. № 2. С. 30–33.
4. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною безпекою підприємства : монографія / за заг. ред. А. Штангрета. Львів : Українська академія друкарства, 2017. 276 с.
5. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. 454 с.
6. Chandler A. *Strategy and Structure*. Cambridge : MIT Press, 1962. 430 p.

REFERENCES:

1. Danilova T. (2004). Strategija investirovanija – institucional'nyj pohod [Investment Strategy – Institutional Approach]. *Finansy i kredit*. 2004. Vol. 9. P. 27–29. (in Ukrainian)
2. Zaharov O. (2012). Stratehiia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Enterprise economic security strategy]. *Naukovyi visnyk LDUVS*. 2012. Vol. 2. P. 272–282. (in Ukrainian)
3. Moiseeva N. (2003). Strategija finansovogo ozdorovenija predpriatija [The strategy of financial recovery of the enterprise]. *Finansovyj biznes*. 2003. Vol. 2. P. 30–33. (in Ukrainian)
4. Shtanhret A. (2017). Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu pidpriemstva [Accounting and analytical support for managing the economic security of the enterprise]. L'viv : Ukr. akad. drukarstva. (in Ukrainian)
5. Porter M. (2006). Konkurentnaja strategija. Metodika analiza otraslej i konkurentov [Competitive Strategy. Methodology for Analysis of Industries and Competitors]. Moskva : Al'pina Biznes Buks. Rossijskaja Federacija. (in Russian)
6. Chandler A. (1962). *Strategy and Structure*. Cambridge : MIT Press, 1962. 430 p.

СЕКЦІЯ 4

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 332.1:330.162

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-44>**Пакуліна А.А.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки**Харківського національного університету будівництва та архітектури***Головко-Марченко І.С.***викладач кафедри економіки**Харківського національного університету будівництва та архітектури***Пакуліна Г.С.***аспірантка**Харківського національного університету будівництва та архітектури***Pakulina Alevtyna***Candidate of sciences (Economics), associate professor,
associate professor of Department of Economics,**Kharkov National University of Civil Engineering and Architecture***Holovko-Marchenko Inna***Lecturer, Economic faculty,**Kharkov National University of Civil Engineering and Architecture***Pakulina Hanna***Postgraduate student, Department of Economics,**Kharkov National University of Civil Engineering and Architecture*

КОНТРОЛІНГ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ

PERSONNEL CONTROLLING IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

АНОТАЦІЯ

Мета дослідження – визначити роль контролінгу персоналу та встановити взаємозв'язки між його елементами в системі управління соціально-економічним розвитком регіону. Автори розробили модель контролінгу персоналу на основі компетентнісного підходу. Вдосконалення управління персоналом соціально-економічним розвитком на основі концепції контролю, розроблення та адаптація теоретичних основ і методичної бази контролінгу мають велике значення для різних видів економічної діяльності регіону. Реалізація інструментарію контролінгу персоналу в розробленій на основі компетентнісного підходу у ході проведеного дослідження моделі повинна здійснюватися з використанням сучасних інформаційних технологій. Це дасть змогу посилити управлінський вплив на процеси вдосконалення системи управління та підвищити ефективність використання персоналу системи управління соціально-економічним розвитком регіону.

Ключові слова: контролінг, система управління, управління персоналом, концепція, управлінське рішення, ефективність.

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – определить роль контроллинга персонала и установить взаимосвязи между его элементами в системе управления социально-экономическим развитием региона. Авторы разработали модель контроллинга персонала на основе компетентностного подхода. Совершенствование управления персоналом социально-экономическим развитием на основе концепции контроля, разработка и адаптация теоретических

основ и методической базы контроллинга имеют большое значение для различных видов экономической деятельности региона. Реализация инструментария контроллинга персонала в разработанной на основе компетентностного подхода в ходе проведенного исследования модели должна осуществляться с использованием современных информационных технологий. Это позволит усилить управленческое воздействие на процессы совершенствования системы управления и повысить эффективность использования персонала и системы управления социально-экономическим развитием региона.

Ключевые слова: контролинг, система управления, управление персоналом, концепция, управленческое решение, эффективность.

ANNOTATION

The aim of the study is to determine the role of personnel controlling and to establish the relationship between its elements in the management system of socio-economic development of the region. Management technologies of personnel controlling allow to provide information-analytical and methodical support of making effective personnel decisions. The relevance and complexity of the phenomena under consideration served as the basis for choosing the topic of the study conducted by the authors. Improvement of personnel management of the socio-economic development management system based on the concept of controlling, development and adaptation of the theoretical foundations and methodological basis of controlling are important for the region. The availability of highly qualified personnel, which meets the modern needs of the govern-

ing bodies, is an important condition for improving the efficiency of the use of resources in the region and achieving the strategic goals of socio-economic development of the territory. The implementation of controlling tools in the management system of socio-economic development of the region in the model developed on the basis of the competence approach should be carried out using modern information technologies. The introduction of personnel controlling in the management system of socio-economic development of the region has proved its effectiveness. Diagnostic, coordination, information, corrective functions of personnel controlling provide a comprehensive assessment of personnel potential, implementation of programs for its development, support of the personnel planning system, control and monitoring of external and internal factors of the personnel management system. Personnel controlling is defined by the authors as a system of information and analytical support of planning, coordination, control and optimization of all elements of the personnel management system. This system is aimed at the effective functioning of the region within the framework of strategic development programs. Personnel controlling requires the use of innovative personnel practices and technologies.

Key words: controlling, management system, personnel management, concept, management decision, efficiency.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Упровадження контролю персоналу в діяльність господарюючих суб'єктів регіону вже давно довело свою ефективність, його різноманітні функції (діагностична, координаційна, інформаційна, коригуюча та ін.) забезпечують проведення комплексної оцінки кадрового потенціалу, реалізацію програм його розвитку, підтримку системи кадрового планування, контроль і моніторинг зовнішніх і внутрішніх чинників системи управління персоналом. Актуальність і складний характер розглянутих явищ послужили підставою для вибору теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Широке коло питань, присвячених проблемам розвитку системи контролю та управління персоналом, досліджено у працях таких науковців, як І.Є. Давидович [1], Н.В. Замятіна [2], С.Л. Пакулін [3–5], Л.О. Сухарева [6], І.С. Феклістова [7], Ю.А. Ципкін [7]. Продовження реформування економіки держави, модернізація системи публічного управління, що зумовлено необхідністю вирішення складних завдань соціально-економічного розвитку України та її регіонів, вимагають від персоналу навичок адаптації до мінливих технологічних, економічних і суспільних умов, орієнтації на професійний розвиток у майбутньому. Для досягнення цього в системі управління кадровим потенціалом необхідно використовувати раціональні методи та інструменти, засновані на наукових підходах, що мають інноваційний характер. Одним із таких методів є контроль персоналу, управлінські технології якого дають змогу забезпечити інформаційно-аналітичну та методичну підтримку прийняття ефективних кадрових рішень у системі управління соціально-економічним розвитком регіону.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Завдання дослідження такі: визначи-

ти роль контролю персоналу та встановити взаємозв'язки між його елементами в системі органів управління соціально-економічним розвитком регіону; розробити модель контролю персоналу на основі компетентнісного підходу в системі управління територіальним соціально-економічним комплексом з урахуванням обґрунтування можливості його вбудовування в організаційно-функціональну структуру і наявності обмежень у застосуванні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Удосконалення управління персоналом системи управління соціально-економічним розвитком на основі концепції контролю, розроблення й адаптація теоретичних основ і методичної бази контролю мають велике значення для регіону, оскільки наявність висококваліфікованого кадрового складу, відповідного сучасним потребам органів управління соціально-економічним комплексом, є визначальною умовою підвищення результативності використання його ресурсів, досягнення стратегічних цілей розвитку території. При цьому результативність управління соціально-економічним комплексом визначається не тільки отриманим економічним ефектом, а й більшою мірою соціально-політичними результатами діяльності органів влади, підвищенням рівня та якості життя населення регіону.

У сучасних умовах потреба у розвитку організаційно-методичних аспектів застосування інструментарію контролю персоналу в системі управління соціально-економічним розвитком регіону зумовлена ускладненням управлінської праці в частині вирішення важливих завдань у досягненні цілей стратегічного розвитку територій, підвищенням рівня відповідальності за соціальні та економічні наслідки прийнятих рішень, упровадженням цифрових технологій у сферу управління, необхідністю розвитку цих відповідних професійних якостей і компетенцій службовців.

Упровадження в практику функціонування органів управління соціально-економічним комплексом контролю персоналу, інтегруючого адміністративні, економічні та соціально-психологічні методи управління персоналом, дасть змогу також підвищити кількісні й якісні оціночні показники роботи на рівні регіону.

У ході проведеного дослідження нами було визначено роль контролю персоналу і встановлено взаємозв'язки між його елементами в системі органів управління територіальним соціально-економічним комплексом.

Рівень розвитку вітчизняної системи управління персоналом істотно відстає від даного процесу в розвинених країнах унаслідок впливу історичних, культурних, економічних та інших чинників [1, с. 47]. На основі дослідження сучасних тенденцій у розвитку концепції управління персоналом, заснованої на еволюції теорії менеджменту, нами встановлено три ключові

етапи: донауковий, науковий періоди і період цифрового менеджменту персоналу, у складі яких виділено концептуальні шаблі розвитку теорії управління персоналом, дана характеристика його підсистем, для кожної з яких визначено ключові функції кадрових служб.

Даний підхід дав змогу обґрунтувати, що в новій концепції управління персоналом в умовах розвитку цифрового менеджменту персоналу його об'єктом виступає не працівник як такий і не його діяльність, а компетенції і компетентність співробітників, тому місією кадрового менеджменту стає досягнення комплементарності між неспецифічними і специфічними індивідуальними та організаційними компетенціями персоналу.

У сучасних умовах застосування інноваційних технологій в управлінні персоналом тягне за собою зміни в інших сферах діяльності (у використанні ресурсів, у способах вибудовування взаємин із партнерами, у підвищенні результативності праці та ін.) [5, с. 78]. Широкі потреби в даних технологіях відчуває і соціально-економічний комплекс, в якому формується кадровий склад, здатний вирішувати складні завдання, пов'язані з досягненням стратегічних цілей розвитку території.

Застосування інноваційних технологій вимагає використання ефективного інструментарію в управлінні персоналом, у числі якого велике значення відводиться контролінгу персоналу. Він дає змогу визначити взаємозв'язок концепцій управління з ефективністю управління регіоном. При цьому ефективність є інтегральною і структурованою характеристикою управління соціально-економічним комплексом, а контролінг є інструментом, який дає змогу визначати і керувати ним.

Стосовно сфери управління соціально-економічним комплексом, на нашу думку, поняття «контролінг персоналу» визначається як система інформаційно-аналітичного забезпечення процесів планування, координації, контролю та оптимізації діяльності всіх елементів системи управління персоналом, спрямована на ефективне функціонування соціально-економічного комплексу в рамках стратегічних програм розвитку за рахунок результативного використання й підвищення професійних компетенцій персоналу в умовах обмеженості ресурсів.

Контролінг персоналу в органах управління соціально-економічним комплексом дає змогу прив'язати прийняття кадрових управлінських рішень до інструменту збору необхідної актуальної та достовірної інформації. Дана концепція спрямована на ліквідацію «вузьких місць» в управлінні, орієнтована на майбутнє відповідно до поставлених цілей і завдань одержання певних результатів.

Еволюційний розвиток показує, що сьогодні відбувається перехід сутності концепції контролінгу персоналу від управління на основі аналізу минулого до управління персоналом у довго-

строковій перспективі на основі передбачення та оцінки ризиків, кризових явищ і невизначеності.

Роль контролінгу персоналу в системі управління соціально-економічним комплексом представлено на рис. 1.

Як показало наше дослідження, контролінг персоналу створює певні переваги в управлінні персоналом сучасного територіального соціально-економічного комплексу: створення високого рівня прозорості кадрової політики; прийняття оптимальних управлінських рішень у стислі терміни; поліпшення комунікацій та соціально-психологічного клімату; реалізація побудованих кар'єрограм для кандидатів до кадрового резерву; комплексний контроль над витратами на персонал; реальна оцінка трудового внеску працівників; підвищення ефективності та результативності праці.

Система контролінгу персоналу у сфері управління територіальним соціально-економічним комплексом включає у себе різноманітні елементи і функції.

Процес взаємодії елементів контролінгу персоналу позначається на якості інформаційно-методичного забезпечення процедури прийняття управлінських рішень у системі управління територіальним соціально-економічним комплексом і представлений на рис. 2.

Схема взаємодії елементів контролінгу персоналу дає наочне уявлення про рух інформації від моменту її зародження до вироблення рекомендацій для прийняття управлінських рішень, тому якість прийняття рішень залежить від характеристик інформаційних потоків, які повинні бути достовірними, повними, оперативними, надійними і регулярними.

Ключова роль контролінгу персоналу в системі управління соціально-економічним розвитком регіону полягає у його функціях, завдяки яким управління як процес приймає характер циклічної цілісності і дає змогу прив'язати прийняття кадрових управлінських рішень до інструментів збору необхідної актуальної та достовірної інформації.

У ході проведеного дослідження нами розроблено модель контролінгу персоналу на основі компетентнісного підходу в системі управління з урахуванням обґрунтування можливості його вбудовування в організаційно-функціональну структуру і наявності обмежень у застосуванні.

Персонал в органах управління соціально-економічним розвитком є найважливішим ресурсом, від ефективності використання якого залежать результати розвитку сучасного українського суспільства, ефективність реалізації регіональних реформ і програм [8, с. 86].

Нині спостерігається зменшення чисельності працівників в органах управління територіальним соціально-економічним комплексом. Це пояснюється оптимізацією бюджетів і скороченням ресурсів, що спрямовуються на утримання органів управління соціально-економічним комплексом, як реакція на наслідки



Рис. 1. Роль контролінгу персоналу в системі управління регіональним соціально-економічним розвитком

економічної кризи в Україні і складної політичної обстановки.

Віковий фактор у системі органів управління відіграє важливу роль під час регулювання кадрової політики. В органах управління територіальним соціально-економічним комплексом відзначається деяке зниження припливу співробітників, які не мають стажу державної або муніципальної служби. Це побічно свідчить про уповільнення процесів оновлення кадрового складу органів управління територіальним соціально-економічним комплексом.

Формування висококваліфікованого кадрового складу органів управління територіальним

соціально-економічним комплексом вимагає створення ефективної системи управління персоналом, що дає змогу використовувати найкращі кадрові практики і технології, вирішувати завдання з реалізації кадрової політики в регіоні згідно зі стратегічними цілями.

Проведений аналіз кадрових проблем системи управління територіальним соціально-економічним комплексом дав змогу виділити чотири ключових групи цілей, які можна покласти в основу вдосконалення сучасної системи управління персоналом: створення прозорої кадрової політики, що працює на підвищення престижності роботи в територіальних соціально-еконо-



Рис. 2. Схема взаємодії між елементами контролінгу персоналу в системі управління регіональним соціально-економічним розвитком

мічних комплексах; підвищення ефективності роботи апарату управління й якості наданих соціально-економічним комплексом послуг; формування нової моделі цінностей, орієнтованої на служіння громадянам, ініціативність і добропорядність працівників; підвищення ефективності роботи кадрових служб за допомогою створення сучасних і технологічних систем повного циклу управління соціально-економічним комплексом.

Виходячи із цього, основу моделі організаційно-функціональної структури системи управління персоналом територіального соціально-економічного комплексу повинна становити прозора кадрова політика, яка складається з двох підсистем: стратегічної і тактичної. Сама структура системи управління персоналом повинна бути представлена функціональними підсистемами: формування персоналу комплексу; використання персоналу; розвиток персоналу; інформаційне забезпечення і контролінг персоналу територіального соціально-економічного комплексу; нормативно-правове регулювання.

Доцільність застосування контролінгу пояснюється перевагами потенційних можливостей від створення ефективної системи управління персоналом територіального соціально-економічного комплексу (табл. 1).

Однією з головних актуальних проблем в управлінні персоналом територіального соціально-економічного комплексу в Україні є слабка професійна компетентність як простих працівників, так і їхніх керівників. Від рівня професіоналізму, якості роботи, результативності управлінської діяльності керівників територіального соціально-економічного комплексу залежать рівень життя українців, стабільність політики та економіки регіонів і країни у цілому, ефективність реалізації реформ, що проводяться, і розроблених модернізаційних програм.

Найважливішим показником, що визначає імідж працівника системи управління соціально-економічним розвитком регіону, є його компетенція – здатність застосовувати знання, вміння, навички та особистісні якості для

успішної діяльності в різних сферах професійної управлінської діяльності. До професійних компетенцій можуть бути зараховані лише ті знання, розуміння, вміння, навички та ціннісні орієнтації, які необхідні для здійснення професійної діяльності в системі управління соціально-економічним розвитком регіону.

Важливою перевагою компетентнісного підходу в управлінні персоналом є переорієнтація цілей управління від рішення оперативних кадрових проблем до стратегічних цілей управління, що виходять за межі звичайної відповідальності кадрової служби. Концепція виходить із того, що недостатньо просто підвищити компетентність, удосконалити навички і поведінку співробітників. Необхідні зростання продуктивності праці та організаційні зміни, які підвищують ефективність роботи у цілому. Згідно із цим, нами пропонується авторська модель функціонування контролінгу персоналу на основі компетентнісного підходу в органах управління територіальним соціально-економічним комплексом.

Принципи контролінгу персоналу при цьому такі:

- системність;
- компетентність та професіоналізм;
- мерітократія;
- процесний підхід;
- проектне управління.

У запропонованій моделі нами виділено чотири функціональних блоки:

– блок інформаційно-аналітичного забезпечення управління територіальним соціально-економічним комплексом. Він формує організаційно-функціональну модель системи управління персоналом;

– блок моделі компетенцій територіального соціально-економічного комплексу. Він формує систему оцінки компетенцій працівників і визначає їхній кваліфікаційний потенціал;

– блок моніторингу та аналізу. Він формує систему діагностики і контролю компетенцій працівників у системі контролінгу персоналу територіального соціально-економічного комплексу;

– блок регулювання діяльності менеджменту персоналу територіального соціально-економічного комплексу. Він визначає функціонал системи управління персоналом і напрями її розвитку.

Взаємодія функціональних блоків дає змогу оптимально реалізовувати інструментарій контролінгу персоналу для підвищення компетентності працівників територіального соціально-економічного комплексу.

Функціонування запропонованої моделі засновано на принципах системності, компетентності і професіоналізму, мерітократії (орієнтації на найкращі практики менеджменту), процесного підходу та проектного управління, які необхідні для створення й удосконалення менеджменту персоналу.

Таблиця 1

Потенційні можливості застосування контролінгу персоналу системи управління регіональним соціально-економічним розвитком

Можливості	Обмеження
Зростаюча роль і значимість для політичної діяльності органів влади позитивних змін у рівні життя населення міських агломерацій	Недооцінка органами влади необхідності розвитку соціально-економічного комплексу території
Високий рівень прозорості кадрової політики	Відсутність реальних показників, що дає змогу визначити ефективність роботи персоналу системи управління соціально-економічним розвитком регіону
Вироблення єдиних стандартизованих підходів до кадрової політики, її цілей і напрямку змін	Відсутність єдиного органу влади, відповідального за управління кадрами територіального соціально-економічного комплексу
Прийняття оптимальних управлінських рішень у стислі терміни	Нормативно-правові бар'єри та обмеження
Активний розвиток у системі менеджменту персоналу територіального соціально-економічного комплексу принципу компетентності та професіоналізму	Кадрові служби далекі від реальної роботи з персоналом, яку здійснює керівник підрозділу
Комплексний контроль витрат на персонал комплексу	Відсутність ув'язки кадрової політики зі стратегічними цілями та пріоритетами територіальної громади
Ефективне використання кадрового резерву з урахуванням наявних компетенцій персоналу	Психологічне неприйняття змін, що відбуваються в політиці та економіці територіальних спільнот
Поліпшення комунікацій і соціально-психологічного клімату в системі управління соціально-економічним розвитком регіону	Корупція
Підвищення рівня мотивації персоналу, його залученості та відповідальності за результати праці	Відсутність механізмів бюджетного контролю над ефективністю та економічною доцільністю змін у діяльності системи управління соціально-економічним розвитком регіону
Прискорення впровадження, розвиток і оцінка ефективності інноваційних технологій у системі управління соціально-економічним розвитком регіону	Комунікаційні бар'єри міжвідомчої взаємодії, які негативно позначаються на інформаційному обміні системи управління соціально-економічним розвитком регіону

Запропонована авторська модель дає змогу:

– врахувати вплив чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на систему управління персоналом територіального соціально-економічного комплексу;

– визначити ключові етапи, процеси та компоненти реалізації механізму контролінгу персоналу в системі менеджменту персоналу, взаємозв'язок із підсистемами та учасниками управління, серед яких особливу роль відіграють споживачі послуг територіального соціально-економічного комплексу, що беруть участь у системі оцінки працівників;

– під час формування системи планових контролінгових показників для реалізації компетентнісного підходу використовувати розроблені в ході дослідження моделі компетенцій для оцінки кваліфікаційного потенціалу і системи мотивації, яка буде включати ключові показники ефективності для оцінки ефективності персоналу;

– розкрити взаємозв'язок процесів контролінгу персоналу щодо наділення їх змістовними функціями з розвитку процесів повного циклу управління персоналом і масштабування кадрових інновацій у територіальному соціально-економічному комплексі.

Це дасть змогу реалізовувати єдину прозору кадрову політику, орієнтовану на найкращі кадри.

Реалізація інструментарію контролінгу персоналу в запропонованій моделі повинна здійснюватися з використанням сучасних інформаційних технологій, що дасть змогу посилити управлінський вплив на процеси вдосконалення системи управління і підвищення компетентності персоналу територіального соціально-економічного комплексу.

Функціонування контролінгу персоналу має здійснюватися на основі застосування сучасних автоматизованих інформаційних систем, а також включати в себе систему збалансованих оперативних і стратегічних планових та оціночних показників, застосування моделей компетенцій під час оцінки, підбору та розвитку професійного потенціалу персоналу органів управління територіальним соціально-економічним комплексом.

Особлива роль у цих умовах відводиться проекту управлінню в особі крос-функціональних команд, орієнтованих на кінцевого користувача. Вони замінять бюрократичний процес із прийняттям управлінських рішень у результаті взаємодії великої кількості менеджерів із різних територіальних відомств.

Контролінг персоналу в системі цифрового управління територіальним соціально-економічним комплексом буде виконувати такі завдання:

– координувати менеджмент персоналу на трьох рівнях: стратегічному, оперативному та проектному;

– сприяти вирішенню управлінських завдань шляхом використання інноваційних кадрових технологій;

– створювати рівні умови для внеску всіх учасників у роботу крос-функціональних команд;

– сприяти усвідомленню, чіткій регламентації і розподілу ролей учасників цифрових команд, підбору і закріпленню «потрібних людей» у «потрібних місцях».

При цьому головним завданням кадрового контролінгу стане налагодження аналітичної рефлексії всіх учасників системи територіальної цифрової платформи щодо питань управління персоналом. Модель рефлексії системи показників оцінки діяльності персоналу органів управління територіальним соціально-економічним комплексом у цифровій кадровій платформі на основі застосування інструментарію контролінгу спрямована на збільшення частки менеджерів, які беруть участь в управлінні проектами й атестуються за сучасними методиками і критеріями з вищими показниками оцінок за результатами атестації. Методологічну основу становитиме атестація за методикою, що зв'язує оцінку ефективності службовців (на підставі рівня виконання індивідуальних ключових показників ефективності) й оцінку за компетенціями.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Реалізація інструментарію контролінгу персоналу в розробленій на основі компетентнісного підходу у ході проведеного дослідження моделі повинна здійснюватися з використанням сучасних інформаційних технологій, що дасть змогу посилити управлінський вплив на процеси вдосконалення системи управління та підвищити компетентність персоналу територіального соціально-економічного комплексу.

Формування висококваліфікованого кадрового складу органів управління територіальним соціально-економічним комплексом вимагає використання найкращих кадрових практик і технологій. Це дасть змогу вирішувати завдання з реалізації кадрової політики відповідно до стратегічних цілей України.

Перспективними є подальші наукові дослідження зі створення і впровадження нових розробок оцінки ефективності службовців на підставі рівня виконання індивідуальних ключових показників ефективності, взаємопов'язаних з оцінкою за компетенціями.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Давидович І.Є. Контролінг. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 552 с.
2. Замятіна Н.В. Місце контролінгу в системі управління сучасним підприємством. *Економіка та суспільство*. 2016. № 7. С. 324–328. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/55.pdf (дата звернення: 23.11.2019).
3. Пакулін С.Л., Пакуліна А.А. Управління сталим розвитком сучасного підприємства. *Traektoriā Nauki*. 2016. № 3(8). URL: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/50> (дата звернення: 26.09.2019).
4. Controlling system tools / S.L. Pakulin et al. *Universum View 9. Economics and management* : матеріали міжнародної нау-

- ково-практичної конференції, м. Чернігів, 8 грудня 2018 р. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2018. С. 110–117.
5. The mechanism of enterprise management based on the system of strategic controlling / S.L. Pakulin et al. *Universum View 4. Economics and management* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2018. С. 72–80.
 6. Сухарева Л.А., Петренко С.Н. Контроллинг – основа управления бизнесом. Киев : Эльга, Ника-Центр, 2002. 208 с.
 7. Управление персоналом агропромышленного комплекса / И.С. Феклистова и др. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. 287 с.
 8. Pakulina H.S., Pakulina A.A. Controlling in the system of innovative management of a civil engineering enterprise. *Universum View 3* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 25 жовтня 2018 р. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2018. С. 84–90.
 3. Pakulin S.L., Pakulina A.A. (2016) Upravlinnia stalym rozvytkom suchasnoho pidpriemstva [Management of sustainable development of a modern enterprise]. *Traektoriâ Nauki* [Path of Science] (electronic journal), no. 3(8). Available at: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/50> (accessed 26 September 2019).
 4. Pakulin S.L., Feklistova I.S., Pakulina A.A., Pakulina H.S. (2018) Controlling system tools. Proceedings of the *Universum View 9. Economics and management: international scientific-practical conference (Ukraine, Chernigov, December 8, 2018)*. Vinnitsa: LLC «Nylan-LTD», pp. 110–117.
 5. Pakulin S.L., Feklistova I.S., Pakulina A.A., Pakulina H.S. (2018) The mechanism of enterprise management based on the system of strategic controlling. Proceedings of the *Universum View 4. Economics and management: international scientific-practical conference*. Vinnitsa: LLC “Nylan-LTD”, pp. 72–80.
 6. Sukhareva L.A., Petrenko S.N. (2002) *Kontrolling – osnova upravleniya biznesom* [Controlling – the basis of business management]. Kyiv: Elga, Nika-Center. (in Russian)
 7. Feklistova I.S., Tsytkin Yu.A., Pakulin S.L., Dolgushkin N.K. (2019) *Upravlenie personalom agropromyshlennogo kompleksa* [Personnel management of agro-industrial complex]. Moscow: UNITI-DANA. (in Russian)
 8. Pakulina H.S., Pakulina A.A. (2018) Controlling in the system of innovative management of a civil engineering enterprise. Proceedings of the *Universum View 3: international scientific-practical conference (Ukraine, Poltava, October 25, 2018)*, Vinnitsa: LLC “Nylan-LTD”, pp. 84–90.

REFERENCES:

1. Davydovych I.Ye. (2008) *Kontrolinh* [Controlling]. Kyiv: Center of educational literature. (in Ukrainian)
2. Zamiatina N.V. (2016) Mistse kontrolinhu v systemi upravlinnia suchasnym pidpriemstvom [The place of controlling in the management system of a modern enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo : Elektronne naukove fakhove vydannia Mukachevskoho derzhavnoho universytetu* [Economy and society: electronic scientific professional edition of Mukachevo state University] (electronic journal), no. 7, pp. 324–328. Available at: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/55.pdf (accessed 23 November 2019).

УДК 332.13

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-45>

Щьокіна Є.Ю.
*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри
економічних систем і управління інноваційним розвитком
Одеського національного політехнічного університету*

Дорофєєва І.С.
*здобувач
Одеського національного політехнічного університету*

Shchokina Evgeniia
*Candidate of Economic Sciences of the
Department of Economic Systems and Innovation Management
Odessa National Polytechnic University*

Dorofieieva Inna
*Student of
Odessa National Polytechnic University*

КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

HUMAN RESOURCES RECRUITING AS A COMPONENT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REGION

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто основні характеристики терміна «кадрове забезпечення» як невід'ємної частини складової інноваційного розвитку регіону. Розкрито особливості формування функціональних складових кадрового забезпечення, які визначають інструментарій підтримки ефективної роботи команди та передбачають визначення потреби в персоналі, наймання й відбір персоналу, навчання й перепідготовку персоналу, контроль та оцінювання результативності праці. Відзначено, що у сучасній бізнес-практиці для оцінювання результативності співробітників застосовуються певні методи, що дають змогу виміряти рівень та якість результатів роботи співробітників, тому компетентність співробітника безпосередньо впливає на обсяг і якість його персональних результатів. Проаналізовано переваги та недоліки наявних моделей та класифікацій кадрового забезпечення регіону в умовах інноваційного розвитку. Запропоновано поліпшену модель кадрового забезпечення, застосування якої в умовах інноваційного розвитку регіону є досить ефективним для покращення результатів праці співробітників, що сприяє загальному вдосконаленню економіки як підприємства зокрема, так і регіону загалом.

Ключові слова: кадрове забезпечення, кадри, інноваційний розвиток, регіон, регіональна економіка.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные характеристики термина «кадровое обеспечение» как неотъемлемой части составляющей инновационного развития региона. Раскрыты особенности формирования функциональных составляющих кадрового обеспечения, которые определяют инструментальный поддержки эффективной работы команды и предусматривают определение потребности в персонале, наем и отбор персонала, обучение и переподготовку персонала, контроль и оценивание результативности труда. Отмечено, что в современной бизнес-практике для оценивания результативности сотрудников применяются определенные методы, позволяющие измерить уровень и качество результатов работы сотрудников, поэтому компетентность сотрудника непосредственно влияет на объем и качество его персональных результатов. Проанализированы преимущества и недостатки существующих моделей и классификаций кадрового обеспечения региона в условиях

инновационного развития. Предложена улучшенная модель кадрового обеспечения, применение которой в условиях инновационного развития региона является достаточно эффективным для улучшения результатов труда сотрудников, что способствует общему усовершенствованию экономики как предприятия в частности, так и региона в целом.

Ключевые слова: кадровое обеспечение, кадры, инновационное развитие, регион, региональная экономика.

ANNOTATION

Nowadays, the innovative development of the region plays an important role in the overall development of the state and its economy as well. The "growth" of the state is impossible without the development of innovative technologies, economic, scientific and technical changes. Accordingly, it arises a shortage of specialists capable for managing innovation development that prompts requirements for resource potential and professional competence of personnel, which can quickly adapt to modern methods and the latest technologies. In this regard, the article considers the main characteristics of the term "recruiting" as an integral part of the innovative development of the region. It was revealed the features of the formation of the functional components of staffing, which determine the tools to support the effective work of the team and include determining the needs for personnel, hiring and selecting personnel, their training and retraining, monitoring and evaluating labor performance. In the Ukrainian economy there is a problem relating to the lack of competency of practical training of current workers to the requirements of employers. Therefore, we are noted, that in modern business practice certain methods are used to evaluate the performance of employees, which allows measuring the level and quality of the results of their work, thus the competence of the employee directly affects the volume and quality of his personal results. The advantages and disadvantages of existing models were analyzed as well as regional staffing classifications in conditions of innovative development and description of each component is given, due to which the companies can select more adaptive, effective and successful employees and take steps to improve staff performance in the future. An improved model of human resources recruiting is proposed, the application of which in the conditions of innovative development of the region is effective enough to improve the results of work of employees, contributes to

the overall improvement of the economy of both the organization and the region as a whole. The practical value of the study lies in the fact that an improved model can be applied in organizations to improve the qualitative composition of personnel, as well as to increase labor efficiency and profit.

Key words: human resources, personnel, innovative development, region, regional economy.

Постановка проблеми. Функціонування національної економіки загалом неможливе без урахування особливостей економічного розвитку регіонів. Вирішення економічних проблем, зокрема проблем у сфері інновацій, пов'язано перш за все зі створенням інноваційного середовища в регіоні, сприйнятливою до нововведень. Це вимагає підготовки фахівців нового типу, які адекватно реагують на запити сучасних вимог в умовах інтенсивного розвитку із застосуванням високих технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз інформаційних джерел показав, що сформована певна теоретична база дослідження різних аспектів розвитку регіональних економічних систем.

Питанням комплексного розвитку регіональної економіки присвячені роботи провідних вітчизняних і зарубіжних учених, таких як П.М. Алам-Шієв, Е.Б. Алаєв, Н.Т. Агафонов, Є.Г. Аніміц, Е.Н. Борисова, В.С. Бочко, А.А. Голіков, А.Г. Гранберг, Е.М. Казаков, В.В. Кістанов, М.М. Колосовський, Е. Куклінські, Р. Платт, Є.Г. Сурнін, А.І. Татаркин. Дослідження у сфері ефективного використання кадрових ресурсів для забезпечення інноваційного розвитку регіонів представлені в працях І.Б. Гуркова, В.В. Гончарова, Л.І. Євченко, С.Д. Ільєнкової, Г.Б. Клейнера. Проблеми в галузі управління персоналом розглядали М. Армстронг, Т.В. Базаров, В.Н. Белкін, Н.А. Белкіна, Е. Ветлужських, П. Друкер, В.П. Журавльов, А.Я. Кібанов, В.А. Кисельова, С.К. Мордовін, Е.А. Неживенко, Ю.Г. Одегов, С.В. Шекшня.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В умовах безперервно прискорюваних економічних і науково-технічних змін в Україні виникає великий дефіцит фахівців, здатних управляти інноваційним розвитком. Разом із загальним дефіцитом робочої сили, обумовленим, зокрема, негативною демографічною ситуацією, в українській економіці відчувається проблема невідповідності рівня кваліфікації діючих працівників вимогам роботодавців, тому одним з головних завдань, що стоять перед державою, є розвиток системи кадрового забезпечення інноваційної діяльності на регіональному рівні, покликаному вирішувати проблеми забезпечення регіонів оптимально збалансованими за кількістю та якістю висококваліфікованими фахівцями у сфері управління інноваціями.

Необхідність удосконалення системи кадрового забезпечення інноваційного розвитку економіки регіону та недостатність для цього теоретичне й методичне наукове забезпечення зумовили актуальність вибраної теми статті.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичне обґрунтування особливостей кадрового забезпечення та вдосконалення моделі кадрового забезпечення як складової інноваційного розвитку регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для прискорення темпів зростання економіки у сучасному світі традиційно використовуються інновації. При цьому в Україні роль стратегії інноваційного розвитку в регіональному плануванні все ще недооцінена. Інноваційний потенціал є базовою характеристикою інноваційної діяльності регіонів, тоді як кадрове забезпечення інноваційного розвитку регіонів є одним з основних завдань регіонального управління, що потребує створення ефективної та дієвої системи кадрового забезпечення інноваційного розвитку регіону. Інновації у кадровому менеджменті розглядаються як цілеспрямована діяльність керівників і фахівців організації щодо забезпечення ефективного застосування кадрової роботи на основі нововведень згідно з перспективними та поточними цілями розвитку організації. Таким чином, ефективна система кадрового забезпечення інноваційного розвитку регіону пов'язана з високим рівнем реалізації нововведень, використання інтелектуальної діяльності людини, її фантазії, творчого процесу, відкриттів, винаходів та раціоналізації. Водночас для свого впровадження інновація повинна відповідати актуальним цілям, програмам, проектам з урахуванням поточного соціально-економічного стану регіону, державної політики розвитку інновацій, інноваційного та виробничого потенціалу регіону, зовнішніх і внутрішніх факторів та потреб регіону в інноваціях.

Залучення кадрів є провідною складовою кадрового забезпечення й безпосередньо впливає на майбутній потенціал регіону, адже від залучення якісних фахівців залежить його якість. Наявність кваліфікованих кадрів – це запорука успішного розвитку інновацій в регіонах, як наслідок, економічного процвітання територій.

Кадрове забезпечення є невід'ємною частиною інноваційного розвитку регіону. Визначення структури кадрового забезпечення та його елементів дає змогу сформулювати поняття кадрового забезпечення та встановити фактори, що впливають на його стан і процес використання щодо інноваційного розвитку регіону.

Кадрове забезпечення – це комплекс дій, спрямованих на пошук, оцінювання та встановлення заздалегідь передбачених відносин з робочою силою як в самій компанії для подальшого просування по кар'єрних сходах, так і поза її межами для нового найму тимчасових або постійних працівників [1, с. 27].

Кадрове забезпечення системи управління персоналом організації – це необхідний кількісний і якісний склад працівників кадрової служби. Кількісний склад кадрової служби – це склад працівників цього підрозділу організації. Якісні характеристики персоналу є сукупністю

професійних, моральних та особистісних властивостей, які є конкретним виразом відповідності персоналу тим вимогам, які висувуються до посади або робочого місця. Всю сукупність якісних характеристик персоналу можна умовно розділити на три основні групи, а саме здібності (рівень освіти, обсяг отриманих знань, досвід роботи в певній сфері професійної діяльності, професійні навички), мотивації (сфера професійних та особистих інтересів, прагнення зробити кар'єру, прагнення до влади, готовність до додаткової відповідальності або додаткового стресу), властивості (здатність сприймати певний рівень фізичних, психічних або інтелектуальних навантажень, здатність концентрації уваги, пам'яті та інші особистісні властивості, необхідні для виконання будь-якої роботи) [1, с. 44]. Після закінчення термінів трудових договорів або за невідповідності вимогам компанії функції кадрового забезпечення також передбачають звільнення.

Для того щоби зрозуміти, як кадрове забезпечення впливає на інноваційний розвиток регіону, розглянемо детально його функціональні складові.

Визначення потреби в персоналі. Найчастіше в організаціях, де керівник не приділяє достатньої уваги питанням менеджменту, не враховується безліч різних аспектів кадрової роботи. Зокрема, не планується потреба в персоналі на різні періоди часу, тому дуже важливо розуміти, що визначення потреби в персоналі організації є одним з найважливіших напрямів маркетингової діяльності в галузі кадрів, який дає змогу планувати склад працівників, що значно підвищує ефективність роботи організації загалом.

Пристаючи до планування персоналу в організації, перш за все ви маєте розуміти, що визначення потреби в персоналі – це чітко вибудована система комплексних дій, завданнями яких є досягнення певних цілей. Як правило, весь комплекс заходів насамперед спрямований на забезпеченість персоналом у достатній кількості наявних вакантних місць на різні періоди часу. Крім того, він спрямований на створення максимально ефективної системи підбору й навчання персоналу.

Якщо в організації приділяється достатня кількість часу плануванню різних сфер розвитку, то процес планування буде найбільш ефективним і результативним.

Планування потреби в кадрах поділяється на два основні види [2, с. 35]:

- перспективне (стратегічне) (цей вид планування пов'язаний з розвитком організації в майбутньому; залежно від вибраного курсу визначається потреба в персоналі певної кваліфікації в довгостроковій перспективі);

- ситуативне (це планування передбачає забезпеченість персоналом у кожен конкретний період часу; передусім увага приділяється плинності кадрів на поточний момент з огляду на декретну відпустку, хвороби, довготермінову відпустку, скорочення тощо).

Планування персоналу необхідно здійснювати регулярно на різні періоди часу, а саме на:

- короткостроковий період (до 1 року);
- середньостроковий період (від 1 до 5 років);
- довгостроковий період (понад 5 років).

Також планування персоналу можна розглянути в розрізі якісної та кількісної потреби в кадрах. Кількісна потреба – це потреба в певній кількості персоналу різної кваліфікації, а якісна – це потреба в персоналі певної спеціалізації та рівня кваліфікації.

Наймання і відбір персоналу. Наймання на роботу – це низка дій, спрямованих на залучення кандидатів, які мають якості, необхідні для досягнення цілей, поставлених організацією. Із залучення на роботу починається управління персоналом. Відбір – це вид управлінської діяльності, за допомогою якого організація обирає з підібраних кандидатів на вакантну посаду одного найкращого. В сучасних умовах деякі роботодавці не прораховують заміщення працівника, хоча ці витрати можуть бути значними.

Джерела залучення персоналу в організацію бувають зовнішніми та внутрішніми. Внутрішні джерела залучення персоналу – це персонал, який уже працює в організації. Методами найму з внутрішніх джерел є:

- внутрішній конкурс на заміщення вакансії;
- суміщення посад;
- ротація кадрів.

Перевагами внутрішніх джерел залучення персоналу є поява шансів для службового зростання; підвищення ступеня прихильності до організації; низькі витрати на залучення кадрів; швидка адаптація працівника до нової посади; підвищення мотивації, ступеня задоволеності працею; зниження плинності кадрів. Недоліками є обмеження можливості для вибору кадрів; можливі напруженість і суперництво в колективі; панібратство під час вирішення ділових питань; зниження активності працівника, що претендує на посаду керівника; задоволення лише якісної потреби в персоналі.

Зовнішні джерела залучення персоналу – це всі працівники, які перебувають на ринку праці, які можуть заповнити вакантну посаду. До зовнішніх джерел залучення персоналу належать державні органи зайнятості; приватні агентства з підбору персоналу; клієнти й поставальники; навчальні заклади; колишні працівники; споріднені й конкуруючі організації; засоби масової інформації; Інтернет [3, с. 125].

Кінцеве рішення під час відбору зазвичай формується на декількох етапах, які слід пройти претендентам. На кожному етапі відсіюється частина претендентів або вони відмовляються від процедури, приймаючи інші пропозиції. Типовий процес ухвалення рішення щодо відбору персоналу має такий вигляд:

- попередня відбіркова бесіда, яка може бути організована дистанційно або очно; основною метою є оцінювання зовнішнього вигляду, освіти й манери поведінки кандидата;

– заповнення бланка заяви й анкети претендента на посаду; основною метою є отримання додаткової інформації, крім викладеної в резюме, і структурування оцінки декількох кандидатів;

– бесіда за наймом; основною метою є виявлення відповідності освіти необхідним кваліфікаційним вимогам; з'ясування відповідності практичного досвіду характеру посади; з'ясування наявності обмежень іншого роду на виконання посадових обов'язків; визначення готовності до прийняття додаткових навантажень; виявлення кола осіб, які можуть рекомендувати працівника, допомогти в наведенні довідок і отриманні додаткової інформації;

– тестування, що є методом, який дає змогу за допомогою індикаторів виявити наявність у кандидата визначених професійних та особистісних якостей.

Навчання й перепідготовка персоналу. Одними з основних напрямів кадрового менеджменту є навчання й підвищення кваліфікації персоналу. Тільки кадри, кваліфікація яких буде повністю відповідати вимогам, що випливають з умов господарювання й реалізації стратегії, можуть забезпечити належну якість діяльності організації. Причини, що впливають на обсяги та темпи навчання й підвищення кваліфікації, досить різноманітні. Перш за все до них належать висока динамічність зовнішнього середовища, її інноваційний характер, постійна поява нових технологій, методів управління, ринкової поведінки й організації виробництва. У відповідь на ці зміни організаціям доводиться впроваджувати нову техніку й технологію значно частіше та в набагато більш короткі терміни, ніж 10–20 років тому, застосовувати на практиці набагато гнучкіші стратегії, ніж раніше, досить регулярно переходити від одних видів оргструктур до інших, нарешті, для підвищення конкурентоспроможності здійснювати найрізноманітніші види диверсифікації. Всі ці обставини роблять процес професійного навчання та підвищення кваліфікації безперервним і охоплюють всі категорії працівників організації.

Сучасні великі фірми вже давно визначили для себе, що вкладення коштів у навчання та підвищення кваліфікації кадрів – це один з найбільш ефективних напрямів інвестицій. Ось чому ці компанії витрачають мільярди доларів, організують власні навчальні центри, а також здійснюють регулярне стажування своїх співробітників (як правило, середній і вищий менеджмент) в різних науково-дослідних, навчальних інститутах, інших компаніях, міжнародних організаціях тощо.

Професійний розвиток сприяє комфортності психологічного клімату, вихованню резерву управлінських кадрів, а іноді дає змогу скоротити чисельність персоналу за рахунок більш високої продуктивності праці співробітників, які підвищили свою кваліфікацію. Для реінжинірингу, що є нині однією з основних форм інноваційних процесів, мінімізація персоналу

за різкого зростання його кваліфікації є важливою складовою сукупної ефективності.

Слід розділяти професійне навчання, метою якого є формування певного комплексу навичок, і підвищення кваліфікації, завданням якого є формування певного типу мислення та поведінки. Потреба в професійному навчанні, як правило, виникає тоді, коли організація вважає за краще залучати некваліфіковані кадри й готувати їх цілеспрямовано для власної техніки, технології та організації виробництва, а також тоді, коли відбувається зміна технологій виробництва.

Підвищення кваліфікації має, як правило, більш регулярний характер і або викликається різкою зміною умов господарювання (наприклад, під час виходу організації з кризи), або призначене для постійного створення інтелектуального потенціалу організації та підвищення за рахунок цього її конкурентоспроможності.

Здійснення професійного навчання та підвищення кваліфікації починається з чіткого формулювання цілей навчання окремо для кожної категорії учнів. Згідно з цими цілями розробляються програми й методи навчання, а також визначаються критерії, за якими буде оцінюватися результативність процесу. При цьому слід мати на увазі, що далеко не завжди є можливість чітко сформулювати ті показники, які можуть бути покладені в основу оцінювання якості навчання. Якщо навчання ставить собі за мету формування певних професійних навичок (керування автомобілем, володіння комп'ютером), контроль результатів навчання не є скрутним.

Контроль та оцінювання результативності праці. Оцінювання результативності співробітників – це комплексна процедура визначення ефективності роботи персоналу, заснована на вимірі індивідуальних результатів діяльності кожного співробітника й рівня його компетентності. Оцінювання результативності – це один з ключових елементів системи управління ефективністю бізнесу. За допомогою контролю й оцінювання результативності праці стають можливими співвідношення планових показників роботи компанії з фактичними, порівняння витрат та отриманого результату.

За підсумками оцінювання результативності компанія отримує реальну картину ефективності роботи бізнесу загалом та кожного співробітника зокрема. Завдяки цьому можна зробити фокусне й точне налаштування системи управління ефективністю.

Оцінювання результативності зосереджена на таких двох об'єктах:

- рівень компетентності співробітника;
- рівень та якість результату його роботи.

Компетентність співробітника безпосередньо впливає на обсяг і якість його персональних результатів. У сучасній бізнес-практиці для оцінювання результативності співробітників застосовуються певні методи, що дають змогу виміряти рівень та якість результатів роботи співробітників.

1) Оцінювання за ключовими показниками ефективності діяльності (КРІ) [4, с. 249]. Цей метод оцінювання результатів роботи нині є найбільш популярним у більшості компаній. Ключові показники ефективності (КРІ) є індикаторами успішності діяльності конкретних співробітників, відділів, департаментів та вимірюються в кількісному (час, кількість одиниць продукції, обсяг прибутку, відсоток браку тощо) або якісному вираженні (рівень компетентності, якість обслуговування тощо). Як правило, для кожного КРІ встановлюються мінімальні, цільові й максимальні значення (наприклад, мінімальна кількість виготовлених деталей за квартал, очікувана або цільова кількість деталей та максимальна кількість вироблених деталей за квартал). Здебільшого КРІ формуються для кожного співробітника на 1 рік, а в кінці встановленого терміну отримані результати порівнюються з плановими показниками. Система КРІ дає змогу вибудувати збалансовану систему управління ефективністю діяльності компанії, засновану на досягненні її стратегічних цілей.

2) Оцінювання за системою МВО (Management By Objectives – система управління за цілями) [4, с. 276]. Метод управління за цілями базується на тому, що на початку певного періоду (місяць, квартал) співробітникам і відділам встановлюються чіткі робочі цілі та завдання, які повинні відповідати критеріям SMART, а саме бути:

- конкретними, чіткими та специфічними (Specific);
- вимірними, тобто мають бути визначені одиниці виміру результату, зокрема штуки, відсотки, гривні, тони (Measurable);
- реалістичними, досяжними в зазначений проміжок часу (Achievable);
- орієнтованими на результат, а не на зусилля (Result-oriented);
- певними в часі, тобто має бути заданий кінцевий термін досягнення мети (Time bound).

Після закінчення запланованого періоду проводиться підрахунок того, наскільки кожен співробітник досяг поставлених цілей. На підставі цих даних компанія заохочує найбільш успішних співробітників, а також вживає заходів щодо підвищення результативності роботи персоналу в майбутньому.

1) BARS (Behaviorally Anchored Rating Scale – поведінково-рейтингова шкала) [5, с. 89]. Метод BARS використовується для оцінювання відповідності поведінки співробітників встановленим нормам і стандартам, прийнятим у компанії. Як правило, цей метод застосовується для оцінювання тих категорій співробітників, поведінка яких визначає успішність їх роботи (наприклад, обслуговуючий персонал). Також BARS може використовуватися для формування й розвитку корпоративної культури організації, невід'ємною частиною якої є певний тип поведінки й ставлення співробітників один до одного та клієнтів компанії. Створена поведін-

кова модель використовується для оцінювання ефективності діяльності персоналу компанії.

2) Метод «універсальних стандартів» [5, с. 95]. Метод «універсальних стандартів» є найбільш простим і найменш витратним методом оцінювання результативності співробітників, при цьому зберігає високий ступінь достовірності та надійності. Універсальні стандарти результативності розробляються на основі таких трьох ключових параметрів будь-якої професійної діяльності:

- обсяг виконуваних завдань і посадових обов'язків;
- термін виконання обсягу завдань і функцій;
- якість виконання обсягу завдань і функцій.

За норму обсягу зазвичай приймається обсяг посадових обов'язків співробітника, прописаних в посадовій інструкції.

Відмінною особливістю методу універсальних стандартів є те, що його застосування не прив'язано до термінів виконання робочих завдань, змісту діяльності та функціоналу співробітника. Це робить його доступним і водночас ефективним інструментом оцінювання.

Розглянувши детально складові кадрового забезпечення, проаналізувавши переваги та недоліки наявних моделей і класифікацій, ми побудували власну модель кадрового забезпечення регіону в умовах інноваційного розвитку, яка наведена нижче (рис. 1).

Враховуючи особливості та складові елементи кадрового забезпечення, зазначимо, що його організаційна складова визначає ефективність функціонування трудового колективу як системи загалом, так і кожного працівника зокрема. Специфіка моделі полягає у досягненні високого рівня організації та культури праці за рахунок чіткості, ритмічності, погодженості трудових зусиль та високого ступеня задоволеності працівників своєю працею. В умовах інноваційного розвитку регіону великого значення набувають аналіз та дослідження ринку формування кадрового забезпечення, його актуальне оновлення та асиміляція до сучасних тенденцій. Це свідчить про необхідність та доцільність застосування різних методів, стратегій, забезпечення умов праці та постійний аналіз стану кадрового забезпечення в контексті стрімкого розвитку ринку праці, адже правильне кадрове забезпечення веде до сталого розвитку підприємства.

Організація належного кадрового забезпечення вимагає постійного покращеного регулювання задля спроможності бути конкурентоздатним на ринку надання відповідних послуг.

Висновки. Інноваційний розвиток регіонів значною мірою залежить від рівня, раціонального використання та розвитку кадрового потенціалу. У статті розглянуто моделі кадрового забезпечення, переваги та недоліки його складових частин, проаналізовано важливість кадрового забезпечення в умовах інноваційного розвитку регіону. На основі цих даних побудовано модель кадрового забезпечення регіону в умовах інно-

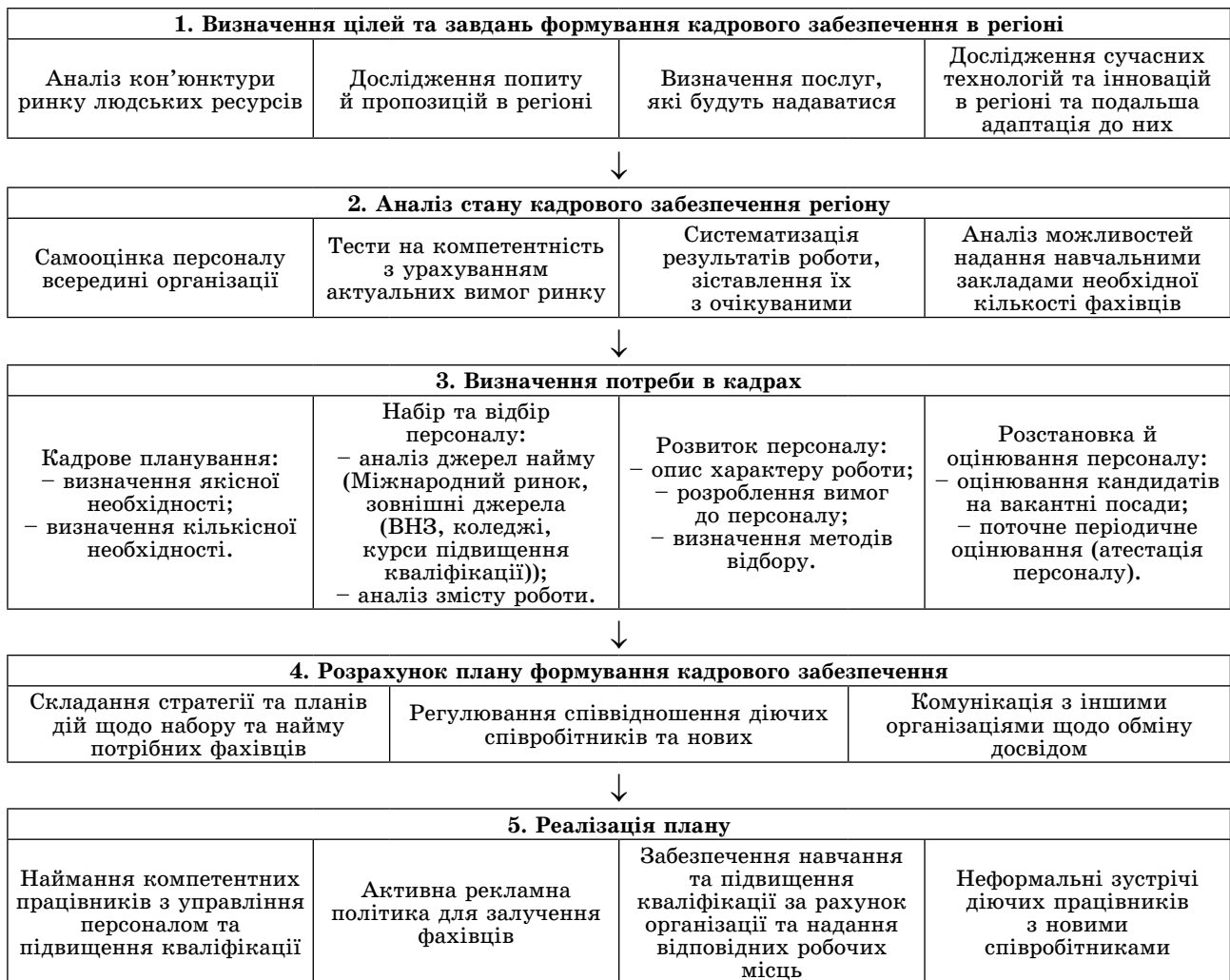


Рис. 1. Модель кадрового забезпечення в умовах інноваційного розвитку регіону

ваційного розвитку з урахуванням інструментарію ефективної роботи з кадрами. Зазначимо, що важливим фактором, що зможе забезпечити інноваційний розвиток регіонів, є оперативна діяльність апарату управління з урахуванням усіх етапів кадрового забезпечення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Михайлова Л.І. Управління персоналом : навчальний посібник. Київ, 2007. 248 с.
2. Одегов Ю.Г., Лабаджян М.Г. Кадровая политика и кадровое планирование. Москва, 2016. 442 с.
3. Аширов Д.А., Резниченко Л.А. Управление персоналом. Москва, 2004. 432 с.
4. Потемкин В.К. Управление персоналом. Санкт-Петербург : Питер, 2017. 432 с.
5. Лук'янихін В.О. Менеджмент персоналу : навчальний посібник. Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. 592 с.

REFERENCES:

1. Mykhaylova L.I. (2007) *Upravlinnya personalom : navchal'nyy posibnyk* [Personnel management : a textbook]. Kyiv. (in Ukrainian)
2. Odegov Yu.G., Labadzhyan M.G. (2016) *Kadrovaya politika i kadrovoe planirovanie* [Personnel policy and personnel planning]. Moskva. (in Russian)
3. Ashirov D.A., Reznichenko L.A. (2004) *Upravlenie personalom* [Personnel management]. Moskva. (in Russian)
4. Potemkin V.K. (2017) *Upravlenie personalom* [Personnel management]. Sankt-Peterburg : Piter. (in Russian)
5. Luk'yanykhin V.O. *Menedzhment personalu : navch. posib.* [Staff Management : educ. tool]. Sumy : VTD "Universytets'ka knyha". (in Ukrainian)

УДК 331.1:338.2

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-46>

Щьокіна Є.Ю.
*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри
економічних систем і управління інноваційним розвитком
Одеського національного політехнічного університету*

Царюк Ю.С.
*здобувач
Одеського національного політехнічного університету*

Денісова Є.В.
*здобувач
Одеського національного політехнічного університету*

Shchokina Evgeniia
*Candidate of Economic Sciences of the
Department of Economic Systems and Innovation Management
Odessa National Polytechnic University*

Tsaryuck Julia
*Student of
Odessa National Polytechnic University*

Denisova Elisaveta
*Student of
Odessa National Polytechnic University*

ЕФЕКТИВНІ СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

EFFECTIVE SOCIAL COMMUNICATIONS

АНОТАЦІЯ

У статті висвітлено та уточнено поняттєвий зміст суспільної комунікації та ефективної комунікації. Обґрунтовано, що в сучасних умовах для успішної комунікації необхідно чітко розуміти мету кожної конкретної взаємодії та сформувати певну комунікаційну стратегію, яка розглядає методи успішної комунікації. Таким чином, ефективність комунікації залежить не тільки від її якості, своєчасності, повноти, але й від того, наскільки всебічним є зворотній зв'язок, тому нині важливим стає формування моделі ефективного комунікаційного процесу. Охарактеризовано роль комунікаційних процесів у забезпеченні ефективних суспільних комунікацій, досліджено елементи та етапи комунікаційного процесу. Обґрунтовано основні теоретичні аспекти виникнення комунікаційних бар'єрів під час комунікаційного процесу. Розроблено структурну модель комунікаційного процесу, що поєднує взаємодію комунікатора та реципієнта, комунікаційні бар'єри та ключові елементи «моделі 4Р» у спілкуванні.

Ключові слова: комунікація, ефективні комунікації, комунікативний процес, спілкування, комунікаційні бар'єри.

АННОТАЦИЯ

В статье освещено и уточнено понятийное содержание общественной коммуникации и эффективной коммуникации. Обосновано, что в современных условиях для успешной коммуникации необходимо четко понимать цель каждого конкретного взаимодействия и сформировать определенную коммуникационную стратегию, которая рассматривает методы успешной коммуникации. Таким образом, эффективность коммуникации зависит не только от ее качества, своевременности, полноты, но и от того, насколько всесторонней является обратная связь, поэтому сейчас важным становится формирование модели эффективного коммуникационного процесса. Охарактеризована роль коммуникационных процессов в обеспечении эффективных общественных коммуникаций, исследованы элементы и этапы коммуникационного процесса.

Обоснованы основные теоретические аспекты возникновения коммуникационных барьеров при коммуникационном процессе. Разработана структурная модель коммуникационного процесса, сочетающая взаимодействие коммуникатора и реципиента, коммуникационные барьеры и ключевые элементы «модели 4Р» в общении.

Ключевые слова: коммуникация, эффективные коммуникации, коммуникативный процесс, общение, коммуникационные барьеры.

ANNOTATION

Communication is a necessary condition for human life and one of the foundations of the existence of society, since society is the connection and relationship that its members enter into. All aspects of human life are imbued with communication. At the same time, communication can be understood as an environment in which a person is immersed all his life. The article highlights and clarifies the content of the concepts of public communication and effective communication. It is proved that in modern conditions for successful communication it is necessary to clearly understand the purpose of each specific interaction and form a specific communication strategy that considers methods of successful communication. Thus, the effectiveness of communication depends not only on its quality, timeliness, completeness, but also on how comprehensive the feedback is. The process of communication is a necessary prerequisite for the formation, development and functioning of all social systems, since it is he who provides the link between people and their communities, makes it possible for intergenerational communication (accumulation and transmission of social experience), its enrichment, division of labor and the exchange of its products, organization of joint activities, translation of culture. Since the communication process in various situations of interaction, as a rule, varies depending on various factors, such as the number of participants, the goals of the parties, the use of channels, means, strategies, it becomes important to form a model of an effective communication process. The article describes the role

of communication processes in ensuring effective public communications; the elements and stages of the communication process are investigated. The basic theoretical aspects of the emergence of communication barriers in the communication process are substantiated. A structural model of the communication process has been developed, combining the interaction of the communicator and the recipient, communication barriers and the key elements of the "4P model" in communication. It is noted that an effectively implemented communication system provides an opportunity for the current exchange of information, due to which the main goal is achieved – building strong relationships in society.

Key words: communication, effective communications, communication process, communication, communication barriers.

Постановка проблеми. В умовах сьогодення комунікація є важливою складовою розвитку економічної, соціальної, культурної, політичної сфер населення та невід'ємним компонентом будь-яких процесів взаємодії. Її роль стає дедалі вагомішою, оскільки вона пов'язана із соціальною взаємодією та орієнтована на налагодження зв'язків з цільовою аудиторією. Уміння ефективно спілкуватися є одним з найголовніших чинників успіху в будь-якій сфері сучасного життя, тому розгляд моделей комунікації є важливим, оскільки вони відображають і визначають особливості й стиль соціального спілкування, характерного для певного часу й простору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд джерел показав, що питанням визначення місця комунікацій та управління комунікаційними процесами присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, таких як Д. Аакер, Дж. Бернет, Б. Берлессон, М. Василик, А. Войчак, Н. Григор'єва, Ф. Котлер, Б. Мільнер, Т. Примак, В. Рева, М. Федотова, О. Фисун, В. Шепель. До проблем комунікації почали звертатися у своїх дослідженнях Я. Коменський, Ж. Руссо, А. Дістарвег, Дж. Локк, Б. Уотсон та інші науковці. Значну увагу питанням вивчення ефективних комунікацій приділяють такі дослідники, як Ю. Лавриш, К. Полторак, М. Плотников, Г. Почепцов.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасне життя суспільства характеризується підвищенням значимості й цінності інформації, розвитком нових каналів і способів передачі новин, фактів про те, що відбувається у світі, а також передачі почуттів, емоцій та вражень між людьми, що свідчить про стрімкий розвиток комунікаційних процесів. Зміна комунікацій та їх форм змінює світ, його цілісність. Виникає проблема комунікацій як феномена соціального життя, що обумовлює необхідність вивчення їх впливу на особистість, визначення ролі та значущості ефективних комунікацій як необхідної складової розвитку суспільства та подолання комунікаційних бар'єрів, що впливають на сприйняття інформаційної взаємодії.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичне обґрунтування ефективних суспільних комунікацій та осмислення їх значення як необхідної складової

розвитку суспільства, що обумовлює визначення впливу комунікаційних бар'єрів, які впливають на ефективність суспільних комунікацій та спонукають до побудови моделі ефективного комунікаційного процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існування різноманітних підходів до визначення суспільної комунікації свідчить про широкий спектр взаємозв'язків розвитку сучасного суспільства, що потребує приділення особливої уваги розробленню дієвих методів щодо ефективності суспільних комунікацій.

Найчастіше комунікація означає спосіб передачі інформації, ідей за допомогою знаків, символів. Комунікація – це процес, який пов'язує окремі частини соціальних систем одна з одною, тобто вона є механізмом, який впливає на суспільне благо, та критерієм суспільного прогресу, який забезпечується завдяки скороченню тривалості запровадження комунікацій, збільшенню швидкості їх циркулювання та появі нових автоматизованих систем, покликаних продукувати динамічні процеси розвитку суспільства [1].

Сучасне комунікаційне суспільство характеризується постійним збільшенням та глобалізацією комунікацій. Кількість та якість комунікацій безперервно зростають, значна кількість людей залучається до комунікаційного процесу, взаємозв'язок між окремими комунікаціями стає тісним, зростає дія комунікацій, мережа яких досягла глобальних масштабів. Зростання комунікацій відкриває нові можливості, які звільняють людей від певних обмежень, систем соціального контролю та примусу, створюють нові засади особистої репрезентації.

Необхідно зауважити, що роль комунікації в розвитку суспільства є діалектичною. З одного боку, вона є стратегічно інструментальним засобом розвитку суспільства, а з іншого боку, саме суспільство як певна соціальна реальність є одним зі способів налагодження та розвитку певних комунікативних зв'язків. У такому контексті вона є одним із найбільш ефективних способів налагодження відповідних комунікативних систем, які впливають на характер діяльності, форму міжкультурних відносин, тенденції історичного розвитку та специфіку соціальної структури суспільства [2].

Суспільні комунікації – це ключ до успіху в усіх сферах життя, що означає спілкування між людьми, в процесі якого вони обмінюються повідомленнями, знаннями, власними або чужими думками, поглядами та почуттями за допомогою вербального чи невербального типу спілкування. Більш того, суспільні комунікації є процесом інформування й переконання суб'єктів комунікації задля зміни (моделювання) їх дій чи поведінки [3]. Слід зазначити, що комунікація – це процес, який забезпечує утворення суспільства та приводить до формування нової системи цінностей, завдяки якій можна вирішити певні соціальні завдання та прискорити технічний прогрес, що приводить до но-

вого, якісного суспільного стану. Різноманіття суспільних відносин зводиться до особи й відображається саме в процесі комунікації, тобто в спілкуванні людей, яке реалізується у формі обміну діями породження й інтерпретації текстів у комунікативній діяльності.

Процес комунікації є необхідною передумовою становлення, розвитку та функціонування всіх соціальних систем, тому що саме він забезпечує зв'язок між людьми та їх спільнотами, робить можливими зв'язок між поколіннями (накопичення й передача соціального досвіду), його збагачення, поділ праці та обмін його продуктами, організацію спільної діяльності, трансляцію культури. Більш того, саме за допомогою комунікації здійснюється управління, тому вона є соціальним механізмом, за допомогою якого виникає й реалізується влада в суспільстві.

Комунікативна діяльність – це динамічна система, в якій зв'язки (особливо в побудові взаємин із громадськістю) можуть установлюватися однозначно і мати прогностичну спрямованість. Така діяльність є багатоканальною системою взаємодії, має комплекс професійних завдань, які стосуються комунікації, міжособистісного спілкування, міжгрупового спілкування, процесів спілкування між особистістю та групою, а також факторів впливу на оточуючих задля спонукання їх до діяльності [4]. Таким чином, комунікації є розгалуженим і складним процесом, що дає змогу учасникам комунікативного процесу краще адаптуватися одне до одного.

Комунікативний процес – це взаємодія між різними суб'єктами комунікації, під час якого здійснюється обмін інформацією та який складається з трьох етапів, таких як інформація, повідомлення та розуміння. Комунікативний процес охоплює різну цільову аудиторію незалежно від віку, інтересів чи роду заняття й передбачає не тільки обмін інформацією, але й встановлення довірливих та міцних взаємовідносин з їх подальшим розвитком; застосування практик вербального й невербального спілкування; виконання пізнавальної, інтерактивної, комунікативно-інформаційної функцій.

Комунікації здатні не лише поінформувати потенційно зацікавлені сторони про можливість співпраці та закликати їх до дії, але й подолати стереотипи, змінити поведінку, підштовхнути до системних змін у суспільстві у довгостроковій перспективі та в комплексі з діями. Міжособистісну комунікацію можна охарактеризувати як взаємний обмін суб'єктивним досвідом людей, що перебувають у просторовій близькості, які мають можливість бачити, чути, торкатися один одного, легко здійснювати зворотний зв'язок. Без спілкування людина втрачає можливість соціального розвитку, а це може привести до деградації та стагнації всього суспільства загалом, тому основною метою комунікації є створення єдності зі збереженням індивідуальності кожного елемента взаємодії. Для того щоби розвивати взаємозв'язки між людьми, по-

трібно вдосконалювати методи ефективних суспільних комунікацій та їх використання.

Ефективні суспільні комунікації – це сукупність усіх методів і навиків успішної передачі інформації та взаємодії спікерів (реципієнта та комунікатора) з подальшим розвитком міжособистісних відносин і комунікативного процесу. Вони передбачають наявність синергетичного ефекту вдосконалення та стандартизації роботи спеціалістів у сфері взаємодії з громадськістю, впровадження інноваційних інтерактивних та комунікативних технологій, застосування інтернет-технологій (для проведення веб-семінарів, веб-конференцій з питань обговорення нормативних актів, планів розвитку, проведення органами виконавчої влади моніторингу й аналізу громадської думки, забезпечення своєчасного публічного реагування на пропозиції та зауваження громадськості, виконання спільних цікавих, розвиваючих проєктів інформаційного, аналітично-дослідницького, творчого благодійного та соціального спрямування тощо), проведення заходів та психотехнологій (тренінгів) (наприклад, посилення потенціалу інститутів громадянського суспільства у сфері надання соціальних послуг населенню відповідно до укладених з органами державної влади договорів) [3].

Вступаючи в багатоканальний комунікативний зв'язок, будь-який суб'єкт комунікації перебуває в режимі отримання інформації від багатьох партнерів і передачі інформації партнерам. Відповідно до цього ефективність комунікації залежить уже не тільки від її якості, своєчасності, повноти, але й від того, наскільки всебічним є цей зв'язок. Зв'язок відразу з багатьма партнерами не тільки зберігає час, але й створює оптимальні умови для подальшого розвитку взаємних відносин. Іншою вимогою ефективності є зрозумілість інформації. Одним зі способів надання переданої інформації доступності є використання термінології. Ефективність комунікації підвищується також наданням максимально докладної інформації. Це вважається комунікативною стратегією та критерієм ефективності комунікації. Ефективність комунікації вважається кінцевим результатом співвідношення досягнутого результату та попередньо наміченої мети, тобто комунікаційний процес можна вважати вдалим тільки тоді, коли його ціль була досягнута й задовольняє кожного зі спікерів. Лише в таких умовах відбувається процес розвитку ефективності комунікацій, що набуває особливої актуальності.

Для ефективного спілкування необхідно вивчити свою психологію, особливості характеру й можливості. Лише розібравшись у собі, ви зможете краще розуміти людей, що вас оточують, з ними легше буде знайти спільний інтерес у спілкуванні та взаєморозумінні. Ефективність комунікативного процесу у сторіччі технологій та інновацій, вміння спілкуватися з оточуючими – це велика наука, якій потрібно навчатися

впродовж усього життя. Результативність комунікаційного комплексу характеризує якість обмінного процесу між реципієнтом та комунікатором. Внаслідок гармонійного взаємозв'язку особи продовжують спілкування й налагоджують контакт для подальшої співпраці, захисту спільних інтересів та реалізації нових ідей.

Розрізняють безліч факторів, що впливають на ефект комунікацій. Є ті, які ми можемо контролювати, й ті, які відбуваються без нашого втручання. До факторів, що контролюються, можна віднести основні компоненти комунікаційного процесу, якими є відправник (особа, що генерує ідеї та збирає інформацію, щоби потім передати її), повідомлення (інформація, яку збираються передавати), канал (засіб передачі інформації), одержувач (той, хто сприймає інформацію й піддається її впливу). Перевага такого процесу полягає в очевидності того, що повідомлення відправника й повідомлення, що досягли реципієнта, можуть мати неоднакове значення. Пізніше положення про спотворення інформації було доповнено іншими причинами вихідної та кінцевої інформації. У зв'язку з роботами зі сприйняттям інформації стало відомо, що комунікаційний канал включає послідовність фільтрів, що приводять до того, що кількість інформації на вході в систему більше тієї інформації, яка спрацьовує на виході.

Ефективні комунікації мають забезпечити розуміння інформації з відповідним зворотнім зв'язком і взаємним обміном. Першим кроком на шляху до цього є розуміння того, як саме відбувається ефективна взаємодія та застосовується така формула:

$$\text{успішна комунікація} = \text{завдання} + \text{цільова аудиторія} + \text{інструменти.}$$

У процесі соціологічного дослідження комунікаційних процесів виробилися різні моделі суспільної комунікації. Відповідно, діяльність комунікацій має свої специфічні особливості й повинна бути спрямована на побудову міцних соціальних зв'язків. Також поведінка комунікацій передбачає не тільки знання характеристик комунікатора, аналіз змісту інформації, але й аналіз аудиторії, тобто на ефективність сприйняття інформації цільовою аудиторією впливають культурний, освітній, соціальний рівні самого комуніканта. Важливими чинниками успішної комунікації є знання аудиторії, повага до неї, вміння спілкуватися з нею на рівних, тобто рівність психологічних позицій комунікатора й комуніканта. У ХХ ст. було створено «харизматичну» модель комунікації. Вона пояснювала, що, наприклад, комунікація через телевізійні передачі більше діє на емоції, ніж на розум, тому успіх телевізійної комунікації менше пов'язаний з інформаційним змістом, а прямо залежить від харизми тієї особистості, яка на екрані. Враховуючи сучасні вимоги спілкування, відзначимо інструменти ефективності суспільних комунікацій, серед яких популяр-

ними є такі критерії, як сфокусованість, орієнтованість на адресата, технології та діджитал, позиція «не онлайн єдиним», персоніфікованість, лідерство, висока якість контенту, сторітелінг, відео, органічність.

Для успішної комунікації необхідно чітко розуміти мету кожної конкретної взаємодії та сформувати певну комунікаційну стратегію, яка розглядає методи успішної комунікації. Розглянемо одну з успішних та популярних методик у сфері зв'язків з громадськістю, а саме «модель 4P», комплекс якої поєднує фактори, які мають нерозривний зв'язок між собою, а сама стратегія 4P повинна підвищити ефективність комунікацій. Ця концепція тісно пов'язана із суспільними комунікаціями, оскільки на її прикладі побудована модель процесу ефективних суспільних комунікацій. Розглянемо «модель 4P» та її ключові елементи. Ця концепція містить 4 основні позиції:

- продукт (product), яким у цьому разі є інформація, знання, навички, якими збираються обмінюватися;

- ціна (price), що є результатом суспільної комунікації в діловому понятті, тобто підписання договорів, врегулювання відсотків на акції, підвищення ефективності на виробництві;

- просування (promotion), що націлене на правильне донесення й оброблення інформації, під час якого вибираються правильна стратегія й канали просування, розробляється медіа-план;

- місце (place) комунікаційного процесу, що відіграє чималу роль, адже залежно від зовнішніх факторів (погодні умови, приміщення чи відкритий простір, загальна атмосфера обраного місця) люди здатні піддаватися більшому впливу й легше йти на контакт [5].

Кожен із цих факторів відіграє важливу роль під час комунікаційного процесу, що дає змогу вирішувати різні завдання. Наступним кроком до підвищення ефективності суспільних комунікацій є застосування вищезгаданої моделі процесу ефективних суспільних комунікацій. Цей макет спрямований на об'єднання окремих частин соціальних систем одна з одною.

Процес ефективних суспільних комунікацій містить такі запитання: «Хто?», «Що?», «Як?», «Для кого?», «Навіщо?». Розглянемо кожне з них.

- 1) Для ефективного спілкування необхідно визначити та дослідити свою цільову аудиторію, зокрема потреби, інтереси, цінності, очікування, спосіб споживання інформації, а потім сконцентрувати увагу на тому, як ви виглядаєте в очах цільової аудиторії та чи є ви гідним спікером.

- 2) При цьому важливо розуміти спосіб споживання інформації цільовою аудиторією.

- 3) Згідно з моделлю важливо розуміти, коли потрібно комунікувати. Комунікаційний процес повинен відбуватися постійно, адже ми не можемо комунікувати стихійно, в певну пору року чи за розписаним графіком. Ми комунікуємо завжди незалежно від того, помічаємо це чи ні.

4) Метою суспільних комунікацій є обмін інформацією та взаємодія між реципієнтом і комунікатором.

5) Останній фактор щодо ефекту, з яким повинен відбуватися комунікаційний процес, є дуже важливим. Тут діє правило 30 секунд, які даються для того, щоби презентувати себе та свою організацію, а також зацікавити співрозмовника в майбутній співпраці. Як говориться, уміння говорити коротко й зрозуміло – це талант [6].

Розглянувши «модель 4Р» та процес комунікацій, можемо виділити декілька порад на шляху до ефективних суспільних комунікацій, а саме визначати свою цільову аудиторію й розуміти, чим вона цікавиться; застосовувати різні види передачі інформації та вміти підтримувати довірливі відносини у спілкуванні.

Таким чином, можна відзначити, що ефективна комунікація – це обмін повідомленнями, під час якого співрозмовники демонструють взаємоповагу, а той, хто слухає, сприймає з повідомлення саме те, що має на увазі мовець. Однак не завжди процес комунікації є ефективним, оскільки між реципієнтом і комунікатором може відбуватися конфлікт, тобто виникають комунікаційні бар'єри, що приводять до зниження ефективності комунікації. Неефективні комунікації складають одну з головних сфер виникнення проблем у спілкуванні. Вони уповільнюють взаємодію людей між собою й становлення комунікаційного зв'язку у соціумі. До неефективних комунікацій належать порушення норм і правил поведінкового характеру в спілкуванні, тому варто зосереджувати увагу саме на використанні ефективних каналів суспільних комунікацій. Наслідками неефективного комунікаційного процесу є суперечки між

особистостями, спільнотами й групами людей, конфлікти навіть на міжнародному рівні, зниження ефективності співпраці в певних сферах життєдіяльності, а найголовнішим є непорозуміння між співрозмовниками, що приведе до комунікаційних бар'єрів. Отже, для ефективних суспільних комунікацій необхідно вирішити проблему комунікаційних бар'єрів.

Комунікативні бар'єри – це перешкоди на шляху адекватної передачі інформації між партнерами зі спілкування [7]. Комунікативні бар'єри у спілкуванні різноманітні, зумовлені неоднаковими чинниками, тому дуже важливо розуміти їх природу, причини й умови виникнення та вирішення. Нині виділяють різні види бар'єрів ефективних суспільних комунікацій, тобто перешкоди на шляху до адекватної передачі інформації. Виділяють три категорії основних бар'єрів у суспільних комунікаціях, а саме технічні (проблеми з приладдям), семантичні (нерозуміння іншої людини через мову, тобто коли комунікація відбувається між різномовними спікерами без участі перекладача) й особисті (коли відбувається повне несприйняття співрозмовника, мають місце протилежні настрої комунікатора та реципієнта).

Усвідомлення, аналіз комунікативних бар'єрів, шляхів їх уникнення й подолання сприяють досягненню мети та вирішенню завдань спілкування, ефективній та плідній взаємодії, гармонізації взаємовідносин, налагодженню ділового спілкування. Для того щоби не перешкоджати розвитку ефективних комунікацій, потрібно уникати комунікаційних бар'єрів і перешкод. Побудова моделі ефективного комунікаційного процесу (рис. 1) дає змогу сформулювати уявлення про комунікаційний

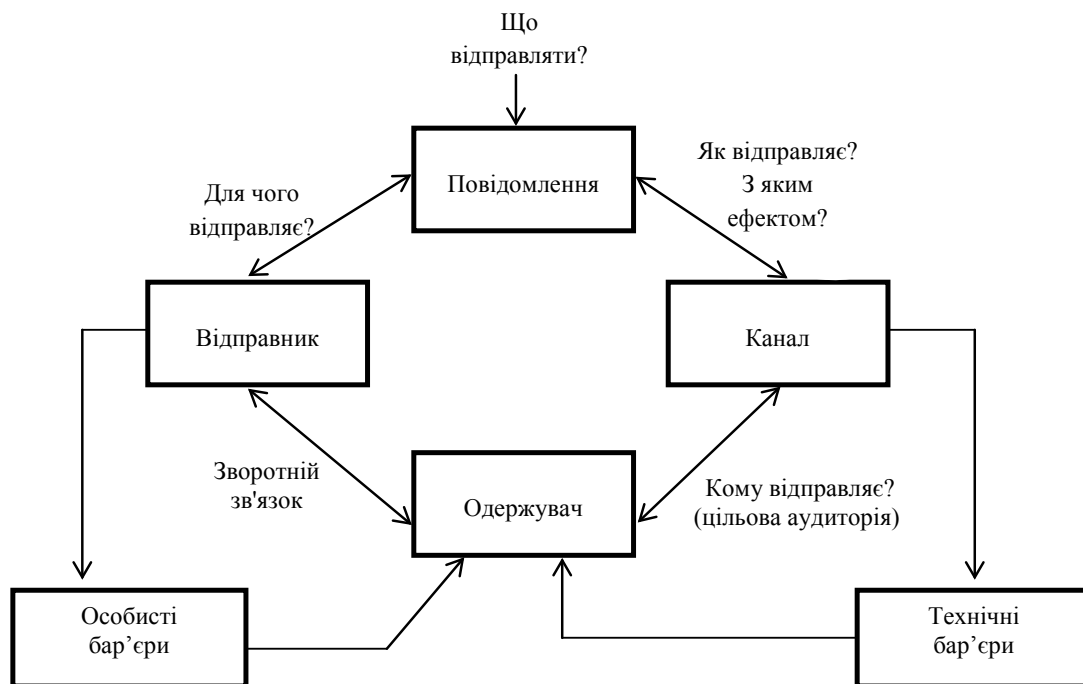


Рис. 1. Модель ефективного комунікаційного процесу

процес, сприяти спілкуванню та робити передбачення щодо всіх питань взаєморозуміння, оскільки якщо комунікації налагоджені погано, то рішення можуть бути помилковими, задачі – незрозумілими, міжособистісні стосунки можуть деформуватися.

Враховуючи особливості та елементи ефективної суспільної комунікації, зазначимо, що ефективні суспільні комунікації сучасного типу утворюють середовище, яке постійно змінюється залежно від сучасних тенденцій. Ефективність комунікації визначається тим, наскільки вона допомагає вплинути на поведінку адресата в бажаному напрямі, чого можна досягти завдяки здійсненню комунікацій з урахуванням аспектів моделі. Модель ефективного комунікаційного процесу підкреслює динамічний характер взаємодії людей, внаслідок чого відбуваються руйнування старих і формування нових моделей суспільних комунікацій, що становить суспільну проблему, від вирішення якої залежать трансформація суспільних цінностей і становлення нової системи суспільних комунікацій в умовах глобалізації. Формулюючи бачення моделі ефективного комунікаційного процесу представленого у формі наочного зображення взаємодій та взаємозв'язків, розташування елементів комунікації, каналів зв'язків та кодів, відзначаємо, що необхідно встановити наявність особистих та технічних бар'єрів між комунікатором та комунікантом, які перешкоджають доведенню інформації, і спробувати мінімізувати їхній вплив.

Висновки. На сучасному етапі ефективні суспільні комунікації відіграють важливу роль у житті суспільства, оскільки виконують найголовнішу функцію, а саме інформаційну, під час якої участь у комунікаційному процесі беруть щонайменше дві особистості, кожна з яких одночасно й впливає, й підлягає впливу. Суспільні комунікації як засіб існування та передавання цінностей і норм культури визначають рівень культури суспільства та особливості функціонування суспільної сфери. Побудова моделі ефективних суспільних комунікацій дає змогу ретельно регулювати й організувати всі інформаційні потоки та спрямовувати їх у правильне русло.

Ефективно реалізована система комунікацій дає можливість діючого обміну інформацією, завдяки чому відбувається досягнення головної мети, якою є побудова міцних взаємовідносин у соціумі, тому ефективні комунікації – це не про-

сто вміння спілкуватися, а наука, що дає змогу зрозуміти психологію людини, знайти підхід до кожної особистості й вирішити будь-яку проблему, яка зустрічається на шляху комунікаційного процесу. Розуміння та осмислення місця й ролі ефективних суспільних комунікацій як необхідної складової розвитку суспільного суспільства дають змогу здійснювати більш продуктивну, цілеспрямовану професійну чи особистісну діяльність, що забезпечуватиме ефективність та успішність загалом у житті.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Почепцов Г. Теория коммуникации. Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001. 656 с.
2. Porter M. The Mode od information: Poststructuralism and Social Context. Cambridge : Polity Press, 1999. 387 p.
3. Орлова Т. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. Москва : РАГС, 2002. 394 с.
4. Зверинцев А. Коммуникационный менеджмент : рабочая книга менеджера PR. 2-е изд., испр. Санкт-Петербург : Союз, 1997. 288 с.
5. Поленова Т. Школа эффективного общения: коммуникативные техники, которые всегда работают. 2-е изд. Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. 252 с.
6. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2003. 320 с.
7. Тренев Н. Управление конфликтами. Москва : ПРИОР, 1999. 96 с.

REFERENCES:

1. Pochepcov Gh. (2001) Teoryja kommunykyacyy [Communication theory]. M. : Refl-buk ; K. : Vakler. (in Russian)
2. Porter M. (1999) The Mode od information: Poststructuralism and Social Context. Cambridge : Polity Press.
3. Orlova T. (2002) Komunykyacyonnyj menedzhment v upravlenyy ekonomycheskymy systemamy [Communication management in the management of economic systems]. M. : RAGhS. (in Russian)
4. Zveryncev A. (1997) Kommunykyacyonnyj menedzhment : rabochaja knygha menedzhera PR. 2-e yzd. [Communication Management : PR Manager Workbook. 2nd edition]. SPb. : Sojuz. (in Russian)
5. Polenova T. (2009) Shkola efektyvnogho obshhenyja: kommunykativnye tekhnnyky, kotorye vseghda robotajut, 2-e izd. [School for Effective Communication: Communication Techniques That Always Work]. Rostov-na-Donu : Fenyks. (in Russian)
6. Verderber R., Verderber K. (2003) Psykhologhyja obshhenyja [Communication psychology]. SPb. : Prajm-Evroznak. (in Russian)
7. Trenjov M. (1999) Upravlinnja konfliktamy [Conflict management]. M. : PRIOR. (in Russian)

СЕКЦІЯ 5 ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 502.3

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-47>**Арестов С.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки природокористування
Одеського державного екологічного університету***Arestov Serhii***Candidate of Economic Sciences,
associate professor department «Environmental Economics»
Odessa State Environmental University*

ВИЗНАЧЕННЯ БАЗОВИХ ПРИНЦИПІВ КОНЦЕПЦІЇ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНО-БЕЗПЕЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ

DEFINITION OF THE BASIC PRINCIPLES OF THE CONCEPT OF CONCEPT DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTALLY SECURITY TOURISM IN ODESSA REGION

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуті базові принципи концепції сприяння розвитку екологічно-безпечного туризму в Одеській області. Проаналізовано та розглянуто обмеженість рекреаційних територій, що зумовлює необхідність пошуку шляхів їх розширення на основі формування нових сегментів ринку туристичних послуг, для чого доцільно переглянути можливості використання вже наявних територій. Розглянуті кількісні та якісні характеристики туристичного потенціалу ПФТ, особливості розміщення на території регіону визначають специфіку формування елементів територіальної організації туризму різних таксономічних рангів. Реалізація туристичного потенціалу ПФТ тісно пов'язана з його формуванням і відновленням. Чим більший потенціал сформований, тим вища його віддача у фазі реалізації. Тому етап реалізації туристичного потенціалу ПФТ є показником його ефективності. Водночас реалізація туристичного потенціалу ПФТ здійснює досить активний зворотний вплив на процеси формування, відновлення та нарощення.

Ключові слова: туристичний потенціал поліфункціональних територій, туристичний бізнес, природно-ресурсна основа територій, туристично-рекреаційні ресурси, природно-рекреаційний потенціал, природно-ресурсний складник, соціально-культурний складник.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены базовые принципы концепции содействия развитию экологически безопасного туризма в Одесской области. Проанализирована и рассмотрена ограниченность рекреационных территорий, что обуславливает необходимость поиска путей их расширения на основе формирования новых сегментов рынка туристических услуг, для чего целесообразно пересмотреть возможности использования уже существующих территорий. Рассмотренные количественные и качественные характеристики туристического потенциала ПФТ, особенности размещения на территории региона определяют специфику формирования элементов территориальной организации туризма различных таксономических рангов. Реализация туристического потенциала ПФТ тесно связана с его формированием и восстановлением. Чем больше потенциал сформирован, тем выше его отдача в фазе реализации. По-

этому этап реализации туристического потенциала ПФТ является показателем его эффективности. В то же время реализация туристического потенциала ПФТ осуществляет достаточно активное обратное влияние на процессы формирования, восстановления и наращивания.

Ключевые слова: туристический потенциал полифункциональных территорий, туристический бизнес, естественно-ресурсная основа территорий, туристско-рекреационные ресурсы, природно-рекреационный потенциал, природно-ресурсная составляющая, социально-культурная составляющая.

ANNOTATION

This article discusses the basic principles of the concept of promotion development of ecologically safe tourism in Odessa region. Restricted territories are analyzed and considered, which necessitates finding ways to expand them based on the formation of new segments of the tourist services market, which makes it advisable to review the possibilities of using already existing territories. The quantitative and qualitative characteristics of the tourism potential of the PFT are considered, the features of location on the territory of the region determine the specificity of formation of elements of the territorial organization of tourism of different taxonomic ranks. The realization of the PFT tourism potential is closely linked to its formation and restoration. The greater the potential generated, the higher its return in the implementation phase. Therefore, the stage of realization of the tourism potential of the PFT is an indicator of its effectiveness. At the same time, the realization of the tourism potential of the PFT has a rather active reverse effect on the processes of formation, restoration and extension. Health specialization is characterized by indicators of water and forest resources, climatic resources, lands of wellness and recreational purposes, houses and boarding houses, children's health camps, their staffing, income of villas of activities of recreational institutions and indicators of ecological comfort and ecological comfort destination, water and forest resources. Cognitive specialization is provided by the following resources: objects of the nature reserve fund, number of architectural and urban planning, sacral structures, museums and museum complexes, natural and geographical conditions, lands of nature and historical and cultural destination, density of roads and railways, number of hotels and their service provision, hotel

staff benefits, hotel and travel agency revenue, hotel development investment costs, environmental comfort and anthropogenic indicators. On the burden on land conservation and recreational purposes. Sports specialization is determined by the level of provision of water and forest resources, hunting grounds, hunting animals, natural and geographical conditions, recreational land, hotels and their services, hotel staff, revenues from hotel and hunting farms, investment costs for the development of hunting economy ecological comfort and anthropogenic load on recreational land, water and forest resources.

Key words: tourist potential of multifunctional territories, tourist business, natural-resource base of territories, tourist-recreational resources, natural-recreational potential, natural-resource component, socio-cultural component.

Постановка проблеми. Природні туристично-рекреаційні ресурси – це фактори, речовини і властивості компонентів природного середовища, які володіють сприятливими для туристичної діяльності якісними та кількісними параметрами і є або можуть стати основою для організації відпочинку, лікування та оздоровлення людей, проведення екскурсій.

До них належать компоненти живої та неживої природи, що використовуються (або можуть бути використані в перспективі) як предмети виробництва, споживання туристичних послуг.

М. Гудзь, вивчаючи механізми ефективного використання потенціалу курортно-рекреаційних територій, структурує науково-методичні підходи таким чином:

- використання програмно-цільових методів та комплексних програм розвитку територій;

- використання таких інструментів реалізації регіональної політики, як адміністративно-управлінські, стримування розміщення нових підприємств у перенаселених районах, просторовий розподіл економічної діяльності, фінансове стимулювання діяльності, створення інфраструктури для розвитку туризму, стимулювання розвитку шляхом формування сприятливого бізнес-середовища;

- обґрунтування особливостей використання механізмів реалізації потенціалу курортно-рекреаційних територій на таких рівнях, як територіально-просторовий, підприємницький, домогосподарств.

Л. Черчик та Н. Коленда виділяють шість типів механізмів використання сукупного потенціалу територіальних рекреаційних систем: фінансово-економічний, організаційний, нормативно-правовий, екологічний, адміністративний, техніко-технологічний. Автори детально розписують інструменти кожного з них і зазначають обставини їх використання.

З позицій раціональності розглядає процес використання туристичного потенціалу Л. Матвійчук, яка узагальнила критерії, що характеризують механізм раціонального використання туристичних ресурсів (збалансованість, оптимальність, інноваційність, комплексність, рентабельність, туристична місткість, конкурентоспроможність, невиснажливність, результативність, безпека, екологічність). Проте автор зазначає, що «результатом раціонального вико-

ристання та охорони туристичних ресурсів має стати сталий розвиток туристичних ресурсів на основі врахування вищезазначених критеріїв раціональності», з чим важко погодитися, оскільки використання ресурсів повинно забезпечувати розвиток туристичної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку територіальних рекреаційних систем, оцінювання їхньої рекреаційної ємності та потенціалу територіальних робіт висвітлені у працях В. Азара, М. Багрова, Ю. Веденина, С. Генсирука, Л. Гринева, Т. Сафранова, С. Степаненко та інших.

Теоретичною базою цих навчальних програм є розроблення понятійного апарату рекреаційного та туристичного природокористування, методологічного інструментарію його досліджень та оцінок. Практичні результати містяться в розробленні механізмів управління природними потенційними територіями з цільовими послугами конкурентних переваг.

Залишаються дискусійними підходи до ідентифікації поліфункціональних територій (ПФТ), механізмів, що забезпечують розвиток та використання туристичного потенціалу. Водночас фактично необхідна участь у екологічному обмеженому факторі, що розвиває територію, формує механізм комплексного використання туристичного потенціалу.

Метою статті є обґрунтування теоретичних і методичних положень і розроблення базових принципів концепції сприяння розвитку екологічно-безпечного туризму в Одеській області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виділяють етапи відтворювального циклу туристичного потенціалу поліфункціональних територій. Реалізація туристичного потенціалу ПФТ передбачає використання наявних можливостей на рівні допустимих навантажень на певні екосистеми. Проте туристичний потенціал можна використовувати по-різному. Зокрема, варто виділити кілька варіантів:

- 1) експлуатувати наявні ресурси, вже розвідані та задіяні в господарський обіг;

- 2) задіювати в обіг супутні ресурси в межах можливостей наявної туристичної інфраструктури;

- 3) освоювати нові ресурси, інвестуючи в розвиток інфраструктури, маркетинг;

- 4) здійснювати активне, цілеспрямоване удосконалення закладених природою характеристик ресурсів ПФТ для підвищення їхньої атрактивності, привабливаності, формування нових туристичних продуктів та туристичних потоків.

Відтворювальний цикл туристичного потенціалу ПФТ відбувається на певних етапах – формування, відновлення, нарощення, реалізації (рис. 1.1), які можуть бути взаємопов'язаними і взаємозумовленими, проте за певних обставин – не обов'язковими. Розвиток туристичного потенціалу ПФТ є ознакою кожного етапу відтворювального циклу та виявляється через удосконалення (поліпшення) його кількісних і якісних характеристик.

Реалізація туристичного потенціалу ПФТ не обов'язково передбачає проходження всіх етапів відтворювального циклу. Наведемо характеристики кожного з них.

Формування туристичного потенціалу ПФТ є досить складним завданням. Провівши певну аналогію, можна визначити сутність формування потенціалу ПФТ як процес ідентифікації та створення можливостей його структуризації та використання певних організаційних форм для стабільного розвитку туристичної діяльності, що забезпечить реалізацію конкурентних переваг ПФТ та ефективне відновлення її ресурсних складників [2].

Під час формування туристичного потенціалу ПФТ необхідно враховувати, що його складники мають відповідати тим туристичним послугам, на яких спеціалізується туристична фірма, і навпаки. Крім того, в процесі розвитку туристичної інфраструктури може з'являтися нова якість, якої не було до цього.

Тому туристичний потенціал ПФТ за результатами формування можна класифікувати за такими ознаками:

- за характером впливу на виробничі процеси (екстенсивні – збільшення кількості параметрів туристичного потенціалу ПФТ – та інтенсивні – мобілізація внутрішніх резервів території);

- за рівнями впливу на господарську діяльність (як сфера спеціалізації, як пріоритетний напрям діяльності, як допоміжна (другорядна) сфера діяльності);

- за результатами впливу (позитивний, що забезпечує конкурентні переваги території, вносить суттєву частку доходів території; та негативний вплив, що полягає в основному у збільшенні антропогенного навантаження на території, що призводить до їхньої деградації).

Формування туристичного потенціалу ПФТ залежить від її (території) індивідуальних характеристик; він формується під впливом їхніх якостей і таких складових частин, як природно-ресурсна, матеріально-технічна, соціально-культурна, інституційна (рис. 1.2).

Природно-ресурсну основу території формують туристично-рекреаційні ресурси та умови, для яких характерні певні просторові особливості та відмінності, здатність змінюватися з часом, формувати нову якість у результаті поєднання. Туристична цінність їх визначається здатністю задовольняти певні туристичні потреби, забезпечуючи контрастність із звичайним середовищем життєдіяльності людини. Для поліфункціональних територій характерні такі два критерії: місце відрізняється від звичайного середовища мешкання людини; наведено поєднання двох і більше різних у природному відношенні середовищ.

У таблиці 1.1 відображена компонентна структура природних туристично-рекреаційних ресурсів за функціональним підходом. Під-

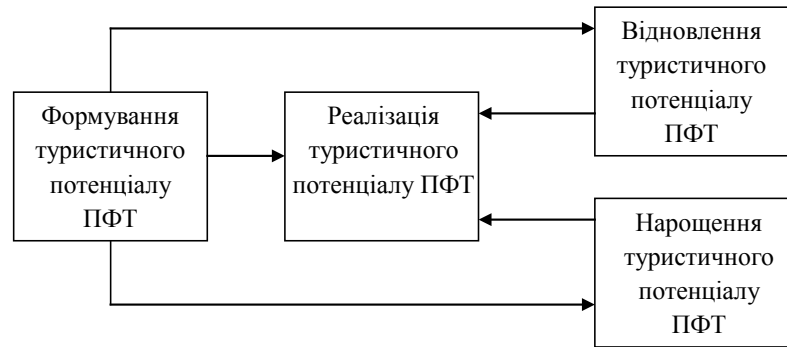


Рис. 1.1. Етапи відтворювального циклу туристичного потенціалу ПФТ

компонентою 1-го порядку є кліматичні умови, хоча в деяких працях клімат розглядається як ресурс. Загалом клімат, переважаючи погодні умови за сезонами визначають комфортність території для відпочинку та спорту. Основними характеристиками є температурний режим, вологість, кількість опадів та їх розподіл за місяцями, вітровий режим, інтенсивність ультрафіолетового випромінення, середня кількість сонячних днів на рік, а для зими – товщина і тривалість снігового покриву.

Крім цього, розглядаються природні та штучно створені людиною об'єкти, які відносяться до культурно-історичних пам'яток.

Основними зовнішніми чинниками, що визначають можливі обсяги задіяння туристичного потенціалу ПФТ, є: соціально-демографічні, що визначають структуру та кількісні параметри потреб і попиту на туристичні послуги; екологічні, що включають, з одного боку, рівень екологічного пресингу на територіях проживання, з другого – потребу в організації відпочинку та оздоровлення на екологічно чистих територіях; геополітичні, сутність яких у безпеці, відкритості та досяжності з урахуванням транспортної доступності.

Формування туристичного потенціалу ПФТ може відбуватися кількома шляхами:

1) стихійно;

2) згідно з історично сформованою економічною структурою та об'єктивними чинниками, характерними для певної території загалом, екосистеми зокрема;

3) цілеспрямовано.

Цей вибір зумовлено основною гіпотезою, згідно з якою формування кількісних і якісних параметрів туристичного потенціалу ПФТ визначається наявною та майбутньою структурою соціально-економічної системи певної території. Тому спочатку формуються сегменти ринку туристичних послуг відповідно до об'єктивного поєднання туристичних ресурсів з урахуванням їхніх якісних та кількісних характеристик, на основі яких або для освоєння яких створюються об'єкти туристичної інфраструктури з метою найбільш повного задоволення потреб суспільства на сучасному етапі його розвитку.

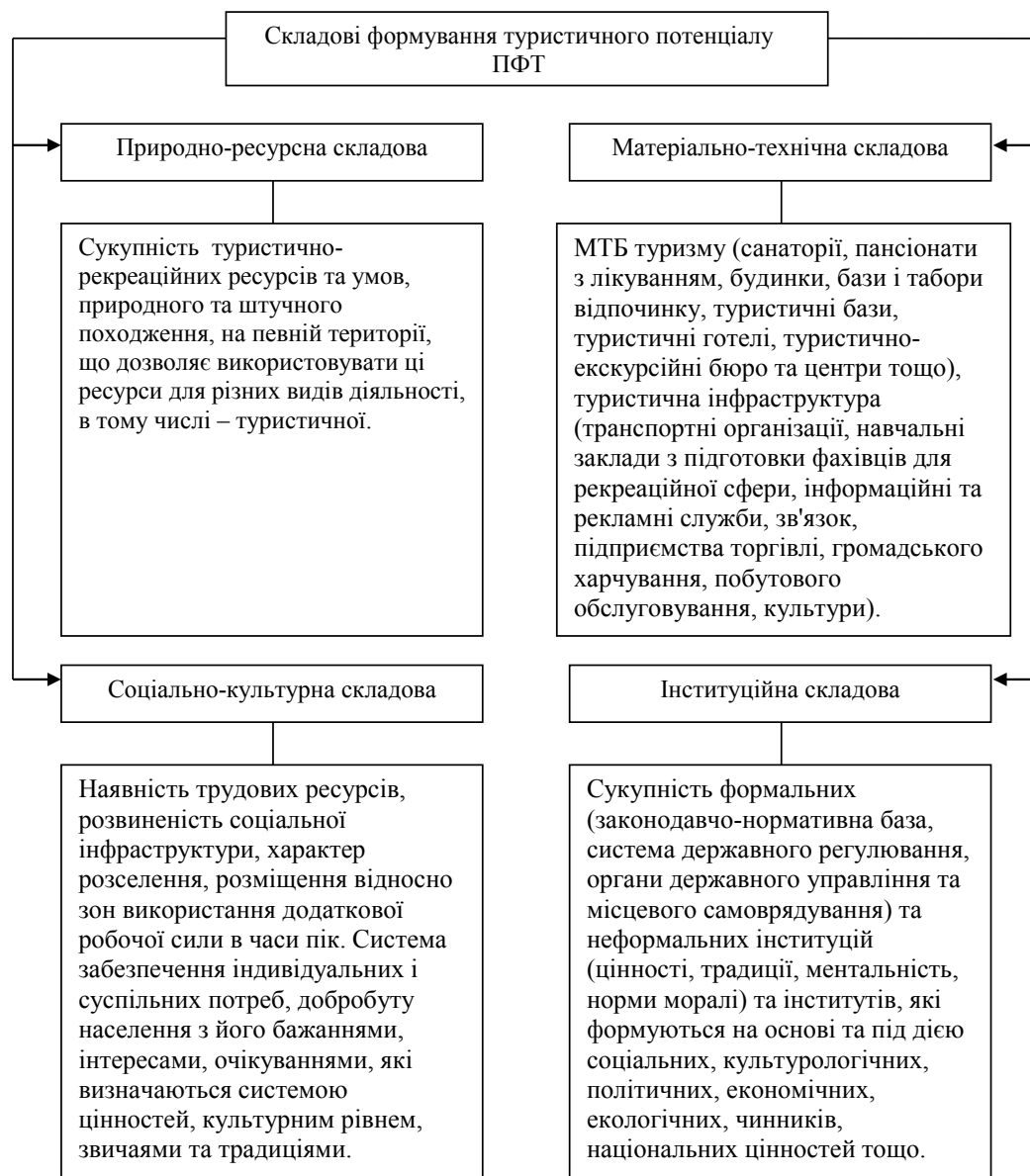


Рис. 1.2. Складники формування туристичного потенціалу поліфункціональних територій

Таблиця 1.1

Компонентна структура природних рекреаційних ресурсів

Компоненти	Підкомпоненти 1-го порядку	Підкомпоненти 2-го порядку	Функціональне призначення
Загальні	Кліматичні	Середньорічна температура, швидкість вітру, тривалість купально-пляжного періоду, товщина снігового покриву	Забезпечення сприятливих кліматичних умов для реалізації рекреаційних цілей
	Ландшафтні	Гірські масиви, лісо-озерні, степові, печери, урочища	Спортивний відпочинок
	Водні	Річки, озера, водосховища, ставки	Риболовний, спортивний відпочинок, водолікування, оздоровлення
	Лісові	Рекреаційного призначення, водоохоронні, ґрунтоохоронні, захисні	Лікування, оздоровлення, аматорські промисли, природно-пізнавальний, спортивний відпочинок
	Фауністичні	Тваринний світ, орніто- та іхтіорозмаїття	Рибальство, мисливство, пізнавальний відпочинок
Спеціальні	Мінеральні	Мінеральні води, лікувальні грязі, озокерит, соляні шахти	Лікування, реабілітація, оздоровлення, профілактика захворювань

З метою підвищення ефективності реалізації туристичного потенціалу ПФТ ключова роль відводиться його формам – екстенсивній та інтенсивній. Екстенсивна форма передбачає залучення до господарського обігу його кількісного складника, а інтенсивна характеризується введенням якісного складника.

Задіяння певних механізмів та інструментів використання туристичного потенціалу ПФТ вимагає:

- визначення факторів та оцінки їхнього впливу на стан туристичного потенціалу ПФТ;
- об'єктивної оцінки ефективності його використання;
- розрахунку резервів покращення показників використання;
- розроблення заходів щодо поліпшення (відновлення) втрачених атракцій та конкурентних переваг.

Проте в процесі експлуатації туристично-рекреаційні ресурси та умови можуть вичерпуватися, втрачати атракції, погіршуватися їхні якісні та кількісні параметри. Водночас можуть змінюватися потреби, можливості реалізації туристичних послуг.

Висновки. На основі узагальнення наявних підходів запропоновано авторське визначення сутності поліфункціональних територій як просторової цілісності, для якої характерні сприятливе поєднання природних ресурсів і умов для розвитку кількох видів економічної діяльності. Поліфункціональною територією доцільно вважати таку, природно-ресурсний потенціал якої здатен забезпечувати виконання кількох функцій, що можуть стати основою для розвитку різних видів економічної діяльності, забезпечуючи достатній рівень конкурентоспроможності порівняно з іншим способом використання території.

Обґрунтовано ознаки поліфункціональності територій: просторова обмеженість; розмаїття характеристик, що зумовлює можливість їх використання з різною метою; внутрішній потенціал багатофункціональності, зумовлений специфічним поєднанням природних ресурсів та умов; можливості виділення різних зон у межах однієї екосистеми, що дає змогу розвивати різні види діяльності на принципах невиснажливості та збалансованості; здатність забезпечувати виконання кількох функцій як пріоритетних; складність управління, іноді – некерованість процесів розвитку як єдиного цілого. Визначено основні принципи ідентифікації поліфункціональних територій як керівні положення, які визначають об'єктивні потреби та умови розвитку, що реалізує суспільство у процесі практичної діяльності: єдності, збалансованості, комплексності, рівноважності, превентивності, альтернативності, кооперування, ефективності. У роботі доведено, що критеріями ідентифікації поліфункціональних територій є переважаючі природні ресурси, що визначатиме їхню спеціалізацію; екологічність території; економіко-географічне розміщення; сучасна територіальна

структура; конкурентоспроможність основних сфер економічної діяльності; рівень кооперування різних сфер економічної діяльності; рівень розвитку інфраструктури певного типу; сучасна і перспективна потреба населення в результатах певної сфери діяльності (товари і послуги). Критеріями ефективності використання потенціалу поліфункціональних екосистем є економічний, соціальний, екологічний.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амітан В.Н., Ларіна Р.Р., Пілюшенко В.Л. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах : монографія / Донецьк : Юго-Восток, 2003. 72 с.
2. Андреева Н.М. Научно-методический подход до диагностики та ранжуванню ресурсозберігаючих проектів: соціо-еколого-економічний аспект. Економіка та менеджмент. 2012. № 9. С. 10–24.
3. Буркинський Б.В. Экономико-экологические основы регионального природопользования : монография / НАН Украины, Ин-т пробл. рынка и эконом.-экол. исслед. Одесса : ИПРЭЭИ НАНУ, 2005. 575 с.
4. Вартанян А.В. Сертификация как инструмент оценки туристических предприятий в сфере экотуристической деятельности / Экономика и предпринимательство. 2013. № 5. С. 547–551.
5. Вартанян Г.В. Стратегії формування та реалізації туристичного потенціалу поліфункціональних територій / Економічні інновації : зб. наук. праць / НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. О., 2015. Вип. 60(3) С. 41–49.
6. Мельник Л.Г. Екологічна економіка : підручник. Суми : Університетська книга, 2002. 346 с.
7. Мельник О.В. Природно-рекреаційний потенціал у процесі моделювання оцінки рівня туристичної привабливості території / Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Природно-ресурсний потенціал в системі просторового розвитку : зб. наук. праць. Львів, 2004. С. 259–265.
8. Овсяннікова Н.В. Особливості менеджменту природоохоронних територій / Економіка, менеджмент, бізнес. 2010. № 1. С. 123–129.
9. Рубель О.Є. Інституціоналізація економіки природокористування : монографія / О.Є. Рубель ; [під ред. В.М. Степанова] ; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. Одеса : ІПРЕД НАНУ, 2014.
10. Самодай В.П. Актуальні аспекти розвитку екологічного туризму / Вісник ЛІЕТ. Серія Економічні науки. Львів, 2014. № 9. С. 232–236.

REFERENCES:

1. Amitan V.N., Larina R.R., Pilushenko V.L. (2003) Logistizaciya procesiv v organizaciyno-ekonomichnih sistemah [Logistics of processes in organizational and economic systems]. Doneck: Ugo-Vostok, p. 72. (in Ukrainian)
2. Andreeva N.M. (2012) Naukovo-metodichniy pidhid do diagnostiki ta ranjuvannu resursozberigayuchih proektiv: socio-ekologo-ekonomichniy aspekt [Scientific and methodical approach to the diagnostics and ranking of resource-saving projects: the socio-ecological and economic aspect]. *Economics and Management*, no. 9, pp. 10–24.
3. Burkinskiy B.V., Stepanov V.N., Harichkov S.K. (2005) Ekonomiko-ekologicheskie osnovi regionalnogo prirodopolzovaniya

- [Economic and environmental foundations of regional environmental management]. Odessa: IPREEI NANU, p. 575. (in Ukrainian)
4. Vartanian A.V. (2013) Serifikaciya kak instrument ocenki turistskikh predpriyatiy v sfere ekoturisticheskoy deyatel'nosti [Certification as a tool for evaluating tourism enterprises in the field of ecotourism] *Economy and Entrepreneurship*, no. 5, pp. 547–551.
 5. Vartanian A.V. (2013) Strategii formuvannya ta realizacii turistichnogo potencialu polifunkcionalnih teritoriy [Strategies for the formation and realization of tourist potential of polyfunctional territories]. *Economic innovation*, no. 60(3), pp. 41–49.
 6. Melnik L.G. (2002) Ekologichna ekonomika [Ecological economy]. Sumi: University book, p. 346. (in Ukrainian)
 7. Melnik O.V. (2004) Prirodno-rekriaciyinyy potencial u procesi modeluvannya ocinki rivnya turistichnoi privablivosti teritoriy [Natural-recreational potential in the process of modeling the assessment of the level of tourist attractiveness of the territory] *Socio-economic research in the transition period. Natural-resource potential in the system of spatial development*, no. 3, pp. 259–265.
 8. Ovsanikov N.V. (2010) Osoblivosti menedjmentu prirodohoronnih nerritoriy [Features of management of protected areas]. *Economics, management, business*, no. 1, pp. 123–129.
 9. Rubel O.E. (2014) Institucionalizaciya ekonomiki prirodokoristuvannya [Institutionalization of the economy of nature use]. Odessa: IPREEI NANU. (in Ukrainian)
 10. Samoday V.P. (2014) Aktualni aspekti rozvitku ekologichnogo turizmu [Actual aspects of the development of ecological tourism]. *Visnyk LITET. Series of Economic Sciences*, no. 9, pp. 232–236.

СЕКЦІЯ 6 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 338.46

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-48>**Волкова Н.В.***кандидат наук з державного управління, доцент,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара***Volkova Nataliia***PhD in Public Administration, Associate Professor,
Department of Marketing and International Management,
Dnieper National University named Oles Honchar*

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF PERSONNEL ADAPTATION

АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є узагальнення соціально-психологічних аспектів у практиці управління адаптацією персоналу. Адаптація нових співробітників є одним із завдань служби управління персоналом. Компанії завжди зацікавлені у скороченні низькопродуктивного адаптаційного періоду. Оптимізація процесу адаптації передбачає управління персоналом, нещодавно прийнятим на роботу, на основі знань психології, зокрема теорії поколінь. Ця теорія виходить із того, що проблеми організаційних комунікацій викликані різницею в ціннісних орієнтаціях працівників, що відносяться до різних поколінь. Так, у кожного покоління є свої вимоги до робочої області та є свої уявлення про норми відповідальності, темпу роботи, визначеності поставлених робочих завдань. Саме врахування цих моментів забезпечує ефективні довготривалі комунікації роботодавця із найманими працівниками, лояльність останніх до компанії. Розуміння особливостей кожного покоління дає змогу не тільки створювати комфортне робоче місце для кожного, але й отримати від цього перевагу. Ефективно працюючи разом, три покоління – X, Y та Z – здатні привести компанію до видатних результатів. Отримані у ході дослідження результати можуть бути застосовані при розробці програм адаптації персоналу будь-якої компанії.

Ключові слова: управління персоналом, адаптація, теорія поколінь, соціально-психологічні аспекти, корпоративна культура.

АННОТАЦИЯ

Целью исследования является обобщение социально-психологических аспектов в практике управления адаптацией персонала. Адаптация новых сотрудников является одной из задач службы управления персоналом. Компании всегда заинтересованы в сокращении низкопроизводительного адаптационного периода. Оптимизация процесса адаптации предполагает управление персоналом, недавно принятым на работу, на основе знаний психологии, в частности, теории поколений. Данная теория исходит из того, что проблемы организационных коммуникаций вызваны разницей в ценностных ориентациях работников, относящихся к разным поколениям. Так, у каждого поколения есть свои требования к рабочей области и свои представления о нормах ответственности, темпе работы, определенности поставленных рабочих задач. Именно учет этих моментов обеспечивает эффективные долгосрочные коммуникации работодателя с наемными работниками, лояльность последних к компании. Понимание особенностей каждого поколения позволяет не только создавать комфорт-

ное рабочее место для каждого, но и получить от этого преимущество. Эффективно работая вместе, три поколения – X, Y и Z – способны привести компанию к выдающимся результатам. Полученные в ходе исследования результаты могут быть применены при разработке программ адаптации персонала любой компании.

Ключевые слова: управление персоналом, адаптация, теория поколений, социально-психологические аспекты, корпоративная культура.

ANNOTATION

The purpose of the research is to summarize the socio-psychological aspects of the practice of staff adaptation management. During the research, methods of logical and statistical analysis were used. Effective adaptation of staff is derived not only from the proper selection of staff, as it is considered in the classical theory of staff management, but also from the incorporating in the management practices social and psychological concepts aimed at reducing conflicts between generations, overcoming the fears inherent to the initial stage of any work activity, eliminating toxic persons and negative cases of mobbing, harassment, etc. This management practice will simplify creating in future systems of employee development and motivation, improve the social and psychological climate of the team, strengthen the corporate culture and increase the efficiency of all staff. Adaptation of new employees is one of the tasks of the HR department. Company management is always interested in reducing the low productivity adaptation period. The adaptation of the new staff means not only acknowledging the newcomer with company processes and workplace, but in transferring the corporate culture, organization values, engaging into communications, reducing the level of his subjective stress. Optimizing the adaptation process provides managing newcomers using practices based on psychology knowledge, generational theory in particular. This theory assumes that organizational communication problems are caused by a difference in the value orientations of employees belonging to different generations. Each generation has its own requirements for the work area and has its own vision about the norms of responsibility, pace of work, certainty of the assigned work tasks. Exactly taking these aspects into consideration ensures effective long-term communication of the employer with employees, their loyalty to the company. Generational theory has the potential to be applied in the practice of recruiting and adapting staff to realize the concept of social responsible business, that aimed on hiring employees of all ages, creating a favorable social and psychological climate and getting benefit from the combina-

tion of bold experiments with judicious experience. Understanding the peculiarities of each generation not only creates a comfortable workplace for everyone, but also gets benefits from it. Working effectively together, three generations – X, Y and Z – are able to bring a company to great results. The results obtained during the research can be used for development of staff adaptation programs in any company.

Key words: HR management, adaptation, onboarding, generational theory, socio-psychological aspects, corporate culture.

Постановка проблеми. Конкуренція між працівниками за робоче місце все частіше змінюється конкуренцією між роботодавцями за високоефективних працівників. В таких умовах роботодавцям все частіше доводиться враховувати психологічні особливості, характерні для окремих професійних та соціально-демографічних груп.

Не підлягає сумніву теза про необхідність управління процесом адаптації, що направлена на скорочення тривалості низькопродуктивного адаптаційного періоду, зниження ризиків виробництва бракованої продукції, травматизму, поломки обладнання, збереження корпоративного духу. В практиці сучасних компаній із плоскими структурами вигодонабувачем результатів адаптації персоналу (онбордінгу) вважається весь персонал.

Первинною умовою ефективною адаптації є правильний добір та відбір персоналу. Проте від правильно організованого адаптаційного процесу залежить стабільність трудового колективу та успішність проникнення у свідомість нових працівників положень корпоративної культури організації, що є підґрунтям її стратегічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням соціально-психологічних аспектів системи управління персоналом та зокрема його адаптації займалися такі вчені, як А.Г. Бабенко [1], Л.В. Бірдус [2], Т.П. Близнюк [3], Т.В. Бодян [4], Л.В. Ванченко [5], С.В. Васильчак [6], О.А. Гарват [7], О.О. Гетьман [8], О.В. Гринько [9], Г.В. Долга [10], Г.О. Зелінська [11], Є.М. Калюжна [12], В.В. Колеснікова [13], Н.С. Куріна [14], Ю.В. Мирошніченко [15], О.О. Мітчикіна [16], В.В. Овсяннікова [17], О.В. Подольська [18], К.В. Процак [19], О.А. Чигринець [20], О.В. Чорнобиль [21], Л.В. Щетініна [22] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В умовах індивідуалізації трудових відносин та переходу від ієрархічних вертикально побудованих до плоских управлінських структур зростає потреба використання психологічних теорій. Водночас недостатньо вирішеним залишається практичне застосування психологічних знань у практиці управління персоналом та, зокрема, його адаптації.

Мета дослідження – узагальнення соціально-психологічних аспектів у практиці управління адаптацією персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як справедливо зазначила М. Маковій, генеральна директорка hh.ua | grc, на церемонії

нагородження переможців «Премії HR-бренд Україна» 2019: «Зміни охопили все довкола. Змінюється світ. Все глибше проникнення цифрових технологій, мобільність населення та глобалізація, трансформація системи цінностей суспільства та зміна поколінь – усе це відбивається на тому, як ми будемо свої стосунки з тими, хто нас оточує, зі співробітниками, із собою. Змінюється бізнес. З одного боку, компанії все частіше роблять інвестиції в діджиталізацію, а з іншого – вони стають усе більш «людяними», створюючи умови для розвитку безцінних якостей співробітників: емпатії, креативності, інноваційності». Не останнє місце у розвитку таких людських та професійних якостей займає правильно організований процес адаптації персоналу.

Вивчення досвіду діяльності відомих міжнародних компаній з кращими практиками управління персоналом показало, що найкращі результати адаптації нових працівників мають компанії із усвідомленою і добре розвинутою організаційною культурою, що ґрунтується на формуванні поведінки людей такими засобами, як корпоративні норми і традиції, приклад поведінки менеджерів і кращих співробітників, заходи із подолання стресу. Для нових працівників важливою є психологічна підтримка колеґ та фахівців служби управління персоналом. Ця підтримка має бути спрямована, зокрема, на управління стресом, який є неминучим у перші місяці роботи новачка.

Стреси, серед інших причин, можуть бути зумовлені такими страхами, як:

- страх критики;
- страх бути відкинутим;
- страх опинитися в центрі уваги;
- страх здатися неповноцінним;
- страх керівництва;
- страх нових ситуацій;
- страх пред'являти претензії, поскаржитися;
- страх не зуміти відмовити на вимогу;
- страх сказати «ні».

Якщо особливості реакції на стресові ситуації зумовлені суб'єктивним сприйняттям нової робочої ситуації в адаптаційному періоді, то об'єктивним фактором такого сприйняття, згідно теорії поколінь, є вік, точніше – належність до певного покоління, що визначає стереотипи такої реакції.

Положення теорії поколінь мають потенціал її застосування в практиці добору і адаптації персоналу для реалізації концепції соціально відповідального бізнесу, націленого на відкрите залучення до роботи працівників всіх вікових груп, створення сприятливого соціально-психологічного клімату та отримання переваг від поєднання сміливих експериментів із розсудливим досвідом.

Як показує вивчення практичного досвіду різних вітчизняних компаній, управлінню адаптацією (онбордінгу) не завжди приділяється належна увага, також мають місце фак-

тори, що ускладнюють перебіг адаптаційного періоду, як-то «інтоксикація» трудового колективу (наявність «токсичних» працівників), неконструктивні конфлікти, мобінг, харасмент та інші складні форми нездорової атмосфери в трудових колективах.

До більш керованих факторів, що викликають менш «важкі» ускладнення процесу адаптації нових працівників, ми відносимо проблеми організаційних комунікацій, викликаних різницею в ціннісних орієнтаціях працівників, що відносяться до різних поколінь. Так, у кожного покоління є свої вимоги до робочої області та є свої уявлення про норми відповідальності, темпу роботи, визначеності поставлених робочих задач. Саме врахування цих моментів забезпечує ефективні довготривалі комунікації роботодавця із найманими працівниками, лояльність останніх до компанії.

На нашу думку, при плануванні заходів адаптації необхідно враховувати належність новачка до певної вікової групи, покоління. Так, згідно теорії поколінь, розробленої американськими дослідниками Н. Хоувом та В. Строссом, існують суттєві відмінності в системах цінностей у людей, які виростили в різні історичні періоди. Ці відмінності пояснюються тим, що цінності людини формуються не тільки в результаті сімейного виховання, а й під впливом суспільних подій (економічних, соціальних, технологічних та політичних подій), які відбуваються в період дорослішання людини. Тому визначальною характеристикою кожного покоління є перелік базових цінностей цього покоління.

На підставі статистичних даних про розподіл постійного населення України за статтю і віком станом на 01.01.2018 р. [23], можна визначити вікову структуру загальної чисельності постійного населення та структуру населення 15–59 років, тобто віку, наближеного до працездатного, у відповідності до концепції поколінь. Як видно із табл. 1, представники покоління Z вже становлять 7,1%.

Як видно із табл. 1, роботодавці найчастіше мають справу із представниками покоління X. Відомо також, що середній вік українців становить 41 рік. Отже, домінуючим у загальній чисельності населення та населення праце-

здатного віку є покоління середнього та передпенсійного віку, яке морально сформувалося у радянський період, пам'ятає стандарти життя того часу, стримано відноситься до процесів цифровізації в економіці, проте має цінний трудовий досвід.

Ефективна адаптація персоналу є не тільки похідною від правильно проведеного добору та відбору персоналу, як це вважається у класичній теорії управління персоналом, а й залежить від упровадження в практичну управлінську діяльність соціально-психологічних концепцій, направлених на зменшення рівня конфліктності між поколіннями, подолання страхів, характерних для початкового етапу будь-якої трудової діяльності, оздоровлення трудового колективу від токсичних працівників та негативних явищ мобінгу, харасменту та ін. Така управлінська практика дозволить у подальшому спростити створення систем розвитку та мотивації працівників, покращити соціально-психологічний клімат у колективі, зміцнити корпоративну культуру та підвищити ефективність роботи всього персоналу.

Для покращення рівня адаптованості новачків, що належать до різних поколінь, пропонується застосовувати різні модифікації адаптаційної програми. Так, для молодих працівників покоління Z доцільно використання методів гейміфікації трудового процесу, моделювання трудових ситуацій в ігровій формі, заохочення до саморозвитку, самостійного пошуку інформації за посиланнями в електронних ресурсах та її опрацювання, помірний контроль, автономія у виконанні доручень, проте для всіх поколінь доцільним є проведення спільних командуючих тренінгів.

Врахування ціннісних орієнтацій сучасних поколінь та їх адаптаційних характеристик щодо сприйняття нового робочого середовища є необхідними при розробці системи трудової адаптації у вітчизняних компаніях (табл. 2).

Вікова різноманітність персоналу в умовах міцної корпоративної культури дозволяє отримувати додаткову вигоду, тому дискримінація за віком під час прийому на роботу є не просто ганебним соціально неприйнятним, а й економічно не вигідним явищем. Потрібно залучати в

Таблиця 1

Вікова структура та структура поколінь в Україні станом на 01.01.2018 р.

Вікова структура постійного населення			Вікова структура постійного населення працездатного віку		
вікова група	млн. осіб	%	вікова група	млн. осіб	%
покоління Z (0–19 років)	8,4	19,9	покоління Z (15–19 років)	1,8	6,9
покоління Y (35–59 років)	9,0	21,3	покоління Y (35–59 років)	9,0	34,6
покоління X (35–59 років)	15,2	36,0	покоління X (35–59 років)	15,2	58,5
Старші 60 років	9,6	22,8	×	×	×
Разом	42,2	100	Разом	26,0	100

Джерело: складено автором на основі [23]

Таблиця 2

Адаптаційні характеристики поколінь та рекомендації з організації їхньої трудової діяльності

Покоління	Адаптаційні характеристики покоління	Рекомендації з організації трудової діяльності
Покоління X (1963–1984 роки народження)	<ul style="list-style-type: none"> – високий рівень адаптованості; – можливість працювати навіть на дуже залежному від технологій місці; – потяг до випробувань; – ділова етика, що дозволяє добре працювати в складних ситуаціях; – можливість доводити розпочаті справи і проекти до кінця 	<ul style="list-style-type: none"> – створення умов відсутності менеджменту, непомітності контролю; – доручення складних і відповідальних завдань; – надання можливості звернутися по допомогу; – можливість прояву організаторських здібностей; – зменшення кількості звітності, особливо для новачків; – створення умов для незалежної та автономної трудової діяльності
Покоління Y (1985–1999 р.н)	<ul style="list-style-type: none"> – підкорення старшим за званням; – очікування швидкого кар'єрного росту; – потреба у миттєвій похвалі; – змагання з іншими працівниками; – хочуть бути кращими та першими; – основна цінність – досягнення; – відповідальні; – хочуть швидкої віддачі від своєї діяльності і вважають за краще використовувати гнучкий графік роботи. 	<ul style="list-style-type: none"> – розповісти, які кар'єрні перспективи перед ним відкриваються; – як скоро він зможе отримати винагороду за те чи інше досягнення; – інформація про ієрархію – це особливо важливо для Y; – показати, які досягнення він зможе зробити у вашій компанії і що за це отримати; – давати більше відповідальних поручень; – дати зрозуміти такому фахівцю, що він важливий і цінний для компанії, і якщо добре себе проявить, то компанія обов'язково оцінить це по достоїнству і допоможе йому в досягненні його амбітних цілей;
Покоління Z (з 2000 р.н)	<ul style="list-style-type: none"> – виконують поручення, які їм цікаві; – прагнення до свободи і «життя в своє задоволення»; – не готові брати на себе відповідальність в тому сенсі слова, в якому її розуміють представники більш ранніх поколінь; – очікують чітких інструкцій; – роблять рівно стільки, скільки прописано в посадовій інструкції; – перекладають відповідальність на керівника. 	<ul style="list-style-type: none"> – програму адаптації цього покоління краще перетворити в квест; – дати шанс самим познайомитися з компанією; – непомітно контролювати; – зацікавити гнучким графіком та

Джерело: складено автором на основі [3; 21; 22]

організації працездатних людей, що належать до різних поколінь. Активність та гнучкість мислення молоді в таких організаціях буде гармонійно поєднуватися із цінним досвідом старших поколінь.

Щоб повною мірою скористатися перевагами людських ресурсів із різних поколінь, необхідно уникати стереотипів, пов'язаних із віком, та оцінювати повноту використання потенціалу працівника. Для цього лінійні менеджери, які мають найкраще знати своїх підлеглих, мають застосовувати індивідуальний підхід для виявлення такого потенціалу та з'ясування умов його найкращого використання. Отже, кожен співробітник – це унікальна людина з різними уподобаннями, цілями, навичками, слабкими сторонами і стилями спілкування, а робота із персоналом на рівні лінійних керівників має виключати узагальнення.

Так, працівники покоління X не бажають, щоб їх безперервно контролювали, а співробітники Z воліють отримати миттєвий зворотний зв'язок про оцінку своїх трудових досягнень. Така індивідуалізація підходу зовсім не означає застосування подвійних норм поведінки і трудових стан-

дартів, підміну виконання трудових обов'язків одностороннім урахуванням уподобань працівників. Створюючи проектні групи із представників різних поколінь, можна використовувати унікальні сильні сторони кожного покоління, а також заохочувати членів команди співпрацювати і будувати відносини один із одним.

Внутрішньо-організаційним правовим актом, що лежить в основі управління процесом адаптації на підприємстві є Положення про адаптацію. Звісно, що сам по собі цей документ не вирішує соціально-економічні проблеми трудового колективу, проте визначає адаптаційні заходи, їх послідовність, організацію зворотного зв'язку новачків із фахівцями служби управління персоналом. Положення про адаптацію у класичному розумінні, як правило, має наступну структуру:

1. Загальні положення.
2. Мета.
3. Термінологія та прийняті скорочення.
4. Програма адаптації.
5. Випробувальний термін.
6. Періодичний контроль та завершення адаптації.

Так, програма адаптації, що міститься в одному із розділів Положення, – це документ, в якому відображено етапи адаптації, конкретні адаптаційні заходи, строки їх проведення та відповідальних за їх виконання осіб. На нашу думку, власне цей розділ підлягає модернізації з урахуванням нових тенденцій в управлінні персоналом. Він має містити загальну систему адаптації з урахуванням цінностей поколінь, тобто враховувати потреби і особливості сприйняття новачків, що відносяться до різних поколінь. При цьому немає сенсу виробляти різноманітні системи адаптації в межах однієї компанії. Наприклад, якщо до компанії приходить представник покоління Y, то для нього слід включати в програму захід, який підкреслює цінності його покоління, йому потрібно надати інформацію способом, за яким він краще її зрозуміє.

У таблиці 3 наведені сучасні методи адаптації, підібрані з урахуванням особливостей сприйняття, притаманним кожному поколінню.

Отже, особливого підходу потребують новачки, що належать до покоління Z. Проте працівники, що відносяться до різних поколінь, є по своєму унікальними та взаємодоповнюючими в своїх поглядах щодо розвитку організації. Вони можуть запропонувати унікальні перспективи і привнести різні переваги у таких сферах:

1. Розв’язання проблем: оскільки у кожного покоління свій підхід до вирішення проблем, наявність співробітників з декількох поколінь може бути дуже корисною, коли справа доходить до виявлення можливостей для інновацій і нових способів вирішення повсякденних проблем.

2. Розуміння різних аудиторій: кожне покоління унікальне, що є великою перевагою для компанії. Використовуючи людей з кожного покоління, роботодавець може краще зрозуміти різні цільові сегменти споживачів.

3. Можливості навчання: різноманітність поколінь на роботі відкриває можливості для навчання всіх співробітників. Колеги можуть навчати один одного новим підходам і більш ефективним способам ведення бізнесу. Напри-

клад, більш технологічний працівник Z може підказати, як X зможе швидше впоратися з виснажливою роботою. Це не тільки допомагає співробітникам набувати нових навичок і інформацію, але й покращує їхню спільну роботу.

Розуміння особливостей кожного покоління дозволяє компанії не тільки створювати комфортне робоче місце для кожного, але й отримати вигоду з вікової різноманітності. Ефективно працюючи разом, три покоління – X, Y та Z – здатні привести компанію до видатних результатів.

Висновки. Таким чином, урахування соціально-психологічних аспектів при розробці програми адаптації персоналу передбачає:

1) наявність психологічних знань у лінійних менеджерів та працівників служби управління персоналом, усвідомлення ними необхідності управління процесом трудової адаптації;

2) «психологічний контракт» між роботодавцем та працівником-новачком – взаємна вигідність їх позицій, що полягає, з одного боку, у врахуванні психологічних потреб працівника, створенні комфортного входження в роботу, а з іншого боку – в переслідуванні економічних інтересів роботодавця у скороченні низькопродуктивного адаптаційного періоду;

3) визначення психологічних потреб новачків ще на етапі добору персоналу;

4) розроблення програми адаптації персоналу підприємства на основі диференційованого підходу до окремих поколінь, соціально-демографічних груп, врахування факторів трудової адаптації, характерних для цього підприємства;

5) покращення соціально-психологічного клімату в трудовому колективі для унеможливлення передачі негативного досвіду та створення сприятливих адаптаційних умов;

6) упровадження кращих практик формування організаційної культури для підтримки адаптаційної програми;

7) організація моніторингу виконання адаптаційної програми та організація зворотного зв’язку з новачками для оцінки ними успішності запланованих адаптаційних заходів.

Таблиця 3

Система адаптації персоналу з урахуванням теорії поколінь

Стадія адаптації	Форма адаптації	Метод адаптації, ефективний для покоління:		
		X	Y	Z
Ознайомлення	Соціальна Фізична	Підготовка робочого місця, Welcome-тренинг	Підготовка робочого місця, Welcome-тренинг	Квест-завдання, приємні несподіванки в організації робочого місця та першого робочого дня
Пристосування	Професійна Комунікативна	Періодичний зворотній зв’язок, відсутність зайвого контролю	Періодичний зворотній зв’язок, відсутність зайвого контролю	Наставництво, коучинг
Асиміляція, ідентифікація	Ціннісна	Залучення до командної роботи, використання символіки, корпоративні свята, тимблдінг	Залучення до командної роботи, використання символіки, корпоративні свята, тимблдінг	Застосування електронних засобів підтримки взаємодії між співробітниками компанії, корпоративні свята, тимблдінг

Джерело: складено автором на основі [21; 22; 24]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабенко А.Г. Організація процесу підбору та адаптації персоналу. *Молодий вчений*. 2017. № 11. С. 1096–1099.
2. Бірдус Л.В. Організаційно-психологічні аспекти управління персоналом. *Агросвіт*. 2015. № 22. С. 50–53.
3. Близнюк Т.П. Теорія поколінь в управленні персоналом. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2016. Вип. 14. С. 112–117.
4. Боцян Т.В. Особливості використання соціально-психологічних методів в процесі управління персоналом. *Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки*. 2016. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_4_4 (дата звернення: 15.12.2019)
5. Ванченко Л.В. Актуальні психологічні проблеми управління персоналом на залізничному транспорті. *Психологічний часопис*. 2018. № 9. С. 152–168.
6. Васильчак С.В. Зарубіжний досвід мотивації персоналу підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2018. № 10. С. 69–75.
7. Гарват О.А. Основні проблеми та напрями адаптації персоналу підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2016. Вип. 17(1). С. 104–107.
8. Гринько О.В. Соціально-психологічні аспекти системи управління персоналом. *Економіка і регіон*. 2013. № 6. С. 68–74.
9. Долга Г.В. Психологічні аспекти управління персоналом: проблеми теорії та практики. *Інтелект XXI*. 2018. № 2. С. 71–75.
10. Зелінська Г.О. Адаптація персоналу підприємства: сутність та основні чинники. *Молодий вчений*. 2018. № 10(1). С. 334–337.
11. Калюжна Є.М. Особливості використання біхевіорального підходу в адаптації персоналу до організаційних змін. *Проблеми сучасної психології*. 2016. № 1. С. 43–48.
12. Колеснікова В.В. Удосконалення системи управління процесом адаптації персоналу шляхом застосування інноваційних підходів. *Теорія та практика державного управління*. 2018. Вип. 1. С. 168–175.
13. Куріна Н.С. Інноваційна модель концепції професійної адаптації персоналу. *Бізнес Інформ*. 2013. № 8. С. 348–353.
14. Мирошніченко Ю.В. Адаптація персоналу: досвід зарубіжних та вітчизняних підприємств. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2015. № 1(2). С. 27–33.
15. Мітчикіна О.О. Проблема суб'єктивного контролю особистості у сучасній психології управління персоналом. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*. 2015. № 3. С. 280–285.
16. Овсяннікова В.В. Проблеми психологічної адаптації персоналу організацій. *Проблеми сучасної психології*. 2013. № 2. С. 85–91.
17. Подольська О.В. Процес адаптації персоналу на підприємстві. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2019. Вип. 200. С. 283–290.
18. Процак К.В. Психологічні аспекти адаптації персоналу організації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. *Проблеми економіки та управління*. 2016. № 847. С. 238–243.
19. Чигринець О.А. Адаптація як інструмент підвищення стресостійкості персоналу. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2018. Т. 24. № 4. С. 65–72.
20. Чорнобиль О.В. Адаптація персоналу як напрямок діяльності корпоративних університетів вітчизняних підприємств. *Ефективність державного управління*. 2015. Вип. 42. С. 52–60.
21. Щетиніна Л.В. Управління персоналом з урахуванням положень теорії поколінь. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 277–283.
22. Покоління X, Y и Z: в чем их отличия. URL: <https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=9494> (дата звернення: 10.12.2019).
23. Збірник «Розподіл постійного населення України за статтю та віком на 1 січня 2018 року». С. 26–28. URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2018/zb_gpnu2018.pdf (дата звернення: 18.12.2019).
24. Зімовін О. «Кто на новенького»: секрети адаптації. URL: <https://i.factor.ua/journals/ot/2015/february/issue-4/1/article-6035.html> (дата звернення: 19.12.2019).

REFERENCES:

1. Babenko A.Gh. (2017). Orghanizacija procesu pidboru ta adaptaciji personalu [Organization of the process of selection and adaptation of staff]. *Young scientist*, no. 11, pp. 1096–1099.
2. Birdus L.V. (2015). Orghanizacijno-psykhologichni aspekty upravlinnja personalom [Organizational and psychological aspects of personnel management]. *Agro-world*, no. 22, pp. 50–53.
3. Blyznjuk T.P. (2016). Teoryja pokolenyj v upravlenyju personalom [Theory of Generations in Personnel Management]. *Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property*, no. 14, pp. 112–117.
4. Bocjan T.V. (2016). Osoblyvosti vykorystannja socialjno-psykhologichnykh metodiv v procesi upravlinnja personalom [Features of the use of social and psychological methods in the process of personnel management]. *Ekonomika. Upravlinnja. Innovacii. Serija : Ekonomichni nauky* [Economy. Management. Innovation. Series: Economic Sciences], no. 4. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_4_4 (accessed 15.12.2019).
5. Vanchenko L.V. (2018). Aktualjni psykhologichni problemy upravlinnja personalom na zaliznychnomu transporti [Actual psychological problems of personnel management on railway transport]. *Psychological journal*, no. 9, pp. 152–168.
6. Vasylychak S.V. (2018). Zarubizhnyj dosvid motyvaciji personalu pidpryjemstva [Foreign experience of motivation of the personnel of the enterprise]. *Formation of market relations in Ukraine*, no. 10, pp. 69–75.
7. Gharvat O.A. (2016). Osnovni problemy ta naprijamy adaptaciji personalu pidpryjemstv [Main problems and directions of adaptation of enterprise personnel]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences*, no. 17(1), pp. 104–107.
8. Ghrynjko O.V. (2013). Socialjno-psykhologichni aspekty systemy upravlinnja personalom [Socio-psychological aspects of the personnel management system]. *Economy and region*, no. 6, pp. 68–74.
9. Dolgha Gh.V. (2018). Psykhologichni aspekty upravlinnja personalom: problemy teoriji ta praktyky [Psychological aspects of personnel management: problems of theory and practice]. *Intelligence XXI*, no. 2, pp. 71–75.
10. Zelinsjka Gh.O. (2018). Adaptacija personalu pidpryjemstva: sutnistj ta osnovni chynnyky [Adaptation of the personnel of the enterprise: the essence and main factors]. *Young scientist*, no. 10(1), pp. 334–337.

11. Kaljuzhna Je.M. (2016). Osoblyvosti vykorystannja bikheviornalnogho pidkhodu v adaptaciji personalu do orghanizacijnykh zmin [Features of the use of behavioral approach in the adaptation of personnel to organizational changes]. *Problems of modern psychology*, no. 1, pp. 43–48.
12. Kolesnikova V.V. (2018). Udoskonalennja systemy upravlinnja procesom adaptaciji personalu shljakhom zastosuvannja innovacijnykh pidkhodiv [Improvement of the system of management of the process of adaptation of the personnel by applying innovative approaches]. *Public administration theory and practice*, no. 1, pp. 168–175.
13. Kurina N.S. (2013). Innovacijna modelj koncepciji profesijnoji adaptaciji personalu [An innovative model of the concept of professional adaptation of staff]. *Business Inform*, no. 8, pp. 348–353.
14. Myroshnychenko Ju.V. (2015). Adaptacija personalu: dosvid zarubizhnykh ta vitchyznjanykh pidpryjemstv [Personnel adaptation: experience of foreign and domestic enterprises]. *Problems and prospects of entrepreneurship development*, no. 1(2), pp. 27–33.
15. Mitichkina O.O. (2015). Problema sub'jektyvnogho kontrolju osobystosti u suchasnij psykholohiji upravlinnja personalom [The problem of subjective control of personality in modern psychology of personnel management]. *Theoretical and applied problems of psychology*, no. 3, pp. 280–285.
16. Ovsjannikova V.V. (2013). Problemy psykholohichnoji adaptaciji personalu orghanizacij [Problems of psychological adaptation of staff of organizations]. *Problems of modern psychology*, no. 2, pp. 85–91.
17. Podoljsjka O.V. (2019). Proces adaptaciji personalu na pidpryjemstvi [The process of personnel adaptation at the enterprise]. *Bulletin of the Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Peter Vasilenko*, no. 200, pp. 283–290.
18. Procak K.V. (2016). Psykholohichni aspekty adaptaciji personalu orghanizaciji [Psychological aspects of adaptation of the personnel of the organization]. *Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic»*. *Problems of economy and management*, no. 847, pp. 238–243.
19. Chyghrynej O.A. (2018). Adaptacija jak instrument pidvyshhennja stresostijkosti personalu [Adaptation as a tool for increasing staff stress]. *Scientific papers of the National University of Food Technologies*, vol. 24, no. 4, pp. 65–72.
20. Chornobylj O.V. (2015). Adaptacija personalu jak naprjamok dijalnosti korporatyvnykh universytetiv vitchyznjanykh pidpryjemstv. [Personnel adaptation as a direction of activity of corporate universities of domestic enterprises]. *Public administration efficiency*, vol. 42, pp. 52–60.
21. Shhetinina L.V. (2017). Upravlinnja personalom z urakhuvannjam polozhenj teoriji pokolinj [Personnel management taking into account the provisions of the theory of generations]. *Problems of economy*, no. 1, pp. 277–283.
22. Pokolenja X, Y y Z: v chem ykh otlychyja [Generations X, Y and Z: What are their differences]. Available at: <https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=9494> (accessed 10.12.2019).
23. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018). *Zbirnyk «Rozpodil postijnogho naseleennja Ukrainy za statju ta vikom na 1 sichnja 2018 roku»* [Collection «Distribution of Permanent Population of Ukraine by Gender and Age as of January 1, 2018», pp. 26–28. Available at: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2018/zb_rpnu2018.pdf (accessed 18.12.2019).
24. Zimovin O. (2015). «Kto na novenjkogho»: sekrety adaptaciji [«Who is new to?»: The secrets of adaptation]. *Oplata praci* [Remuneration], no. 4. Available at: <https://i.factor.ua/journals/ot/2015/february/issue-4/1/article-6035.html> (accessed 19.12.2019).

УДК 330.3

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-49>**Корядіна Т.В.***кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики
Університету митної справи та фінансів***Козорог Д.С.***студент
Університету митної справи та фінансів***Норенко А.М.***студент
Університету митної справи та фінансів***Koryagina Tetyana***Associate Professor, Department
of Social Sciences security and tax policy
University of Customs and Finance***Kozorog Darya***Student
University of Customs and Finance***Norenko Anastasiya***Student
University of Customs and Finance*

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ

SOCIAL ASPECTS OF ECONOMIC GROWTH OF UKRAINE

АНОТАЦІЯ

У статті висвітлюються питання соціальних аспектів економічного зростання України, проаналізовано ключові фактори та чинники соціально-економічного розвитку суспільства, а також аналізується роль економічного зростання у забезпеченні високого рівня життя населення. Розібрано значення демографічних і культурних аспектів як ключових чинників економічного зростання. Виявлено соціально-економічне підґрунтя питань економічного зростання в Україні, порівнюючи з іншими країнами. Розглянуто Індекс людського розвитку. Досліджено чинники, які заважають стабільному і довготривалому зростанню української економіки. Обґрунтовано, що економічне зростання виступає важливою умовою економічного розвитку, оскільки пов'язане з позитивною динамікою зміни абсолютних та відносних показників реального ВВП (на душу населення) та з формуванням соціально-економічних і екологічних умов для забезпечення якісних змін рівня життя населення.

Ключові слова: економічне зростання, соціальні аспекти економічного зростання, заощадження, людський капітал, демографічний перехід, Індекс людського розвитку.

АННОТАЦИЯ

В статье освещаются вопросы социальных аспектов экономического роста Украины, проанализированы ключевые факторы и факторы социально-экономического развития общества, а также анализируется роль экономического роста в обеспечении высокого уровня жизни населения. Разобраны значение демографических и культурных аспектов как ключевых факторов экономического роста. Выявлены социально-экономическую подоплеку вопросам экономического роста в Украине, по сравнению с другими странами. Рассмотрены Индекс человеческого развития. Исследованы факторы, которые мешают стабильному и долговременному росту украинской экономики. Обосновано, что экономический рост выступает важным условием экономического развития, поскольку связано с положительной динамикой изменения абсолютных и относительных показателей реального ВВП (на душу населения) и с формированием

социально-экономических и экологических условий для обеспечения качественных изменений уровня жизни населения.

Ключевые слова: экономический рост, социальные аспекты экономического роста, сбережения, человеческий капитал, демографический переход, Индекс человеческого развития.

ANNOTATION

The article covers the issues of social aspects of economic growth of Ukraine, analyzes key factors and factors of social and economic development of society, and analyzes the role of economic growth in ensuring a high standard of living. The role of demographic and cultural factors as important determinants of economic growth is considered. The socioeconomic context of problems of economic growth in Ukraine in comparison with other European countries is investigated. The factors that are needed to develop and improve the well-being of citizens, as well as the impact of demographic factors, investment and human activity on economic growth are analyzed. The aspects that hinder the sustainable and long-term growth of the domestic economy are identified. The role of economic growth in ensuring high living standards and enhancing international competitiveness is analyzed. The theoretical principles of qualitative are considered economic growth, which should be based on the processes of intensification of the economic development of the state an account of factors that will provide not only quantitative growth but also qualitative change. The rating of countries according to the Human Development Index is considered. Justified objectively the need to develop the concept of a new quality of economic growth. Investments in human capital play an important role in ensuring the sustainable development of the economy and should be one of the main tasks of any country that wants to achieve a high level of material well-being and economic benefits in Ukraine. The current theoretical and methodological base of economic growth research is insufficient to respond to the challenges caused by globalization processes and the peculiarities of socioeconomic changes that are currently taking place in Ukraine. The global economic crisis, growing international competition, and the exacerbation of the whole range of social problems, objectively require a dramatic change in approaches

to the sources and factors of economic growth of the domestic economy, with particular attention to social factors of economic growth.

Key words: economic growth, social aspects of economic growth, savings, human capital, demographic transition, Human Development Index.

Постановка проблеми. Питання про вплив макроекономічних факторів на економічне зростання залишається актуальним протягом багатьох років, що стало поштовхом до емпіричних досліджень. Дослідження показують, що основними факторами економічного зростання є валове нагромадження основного капіталу, людський капітал і науково-технічний прогрес. Переважна частина дослідників покладається на моделі, в яких саме ці фактори є ключовими детермінантами економічного розвитку. Проте вплив ключових факторів не може повністю роз'яснити спостережувані темпи зростання ВВП.

Глобальна фінансово-економічна криза наголосила на важливості соціальних аспектів у механізмі заходів щодо політики економічного зростання та антикризової політики. На сьогодні українська економіка потерпає від складного і болісного етапу структурних змін, який супроводжується нарощуванням негативних напрямків у соціальній галузі, зниження рівня умов життя населення, збільшенням різниці в рівні грошових доходів різних класів, верств і груп населення, крахом суспільно-політичного устрою. Загострення особливого стану суспільної свідомості та поведінки, специфічної ситуації сприйняття та оцінки дійсності, емоційний стан групи чи суспільства в цілому ускладнює вихід національної економіки України з кризового стану. Через це прояв особливостей і системи впливу соціальних аспектів на зростання української економіки має вагомое практичне та теоретичне значення в теперішніх умовах перебудови економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найчастіше соціальні аспекти економічного зростання досліджувалися представниками маржиналізму та економістами марксистських і класичних шкіл. У ХХ столітті почався розгляд аспектів та закономірностей економічного зростання. У працях українських авторів та вчених країн СНД (А. Абалкіна, А. Гальчинського, О. Беляєва, З. Варналія, О. Білоруса, Л. Анікіна, В. Геєця, Р. Яковлева, Л. Косалса, Л. Максимової) проаналізовано низку питань щодо соціальних аспектів економічного зростання [1, с. 31].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість досліджень, присвячених різноманітним аспектам впливу соціальних факторів на зростання економіки, наявний рівень аналізу даного питання неповній мірі досліджений у практичній та теоретичній площинах.

Метою дослідження є висвітлення сутності соціальних аспектів, які забезпечують економічне зростання, та аналіз соціально-економічного підґрунтя економічного зростання української економіки, а також обґрунтування необхідності реформування цілей макроекономічної політики в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільш використовуваним показником, що показує рівень життя і добробуту нації, є ВВП на душу населення. Основними перевагами використання показника ВВП на душу населення є те, що він вимірюється часто. Переважна кількість країн світу надають щоквартальні дані, які дозволяють оперативну і послідовно виявляти зміни показника ВВП. Але є й недоліки показника ВВП на душу населення, а саме: не відображає ступінь рівномірності розподілу доходу, не показує виробництво в «чорній» і «сірій» економіці. Тож припущення, що благополуччя населення спирається тільки на рівень доходу, ми вважаємо неправильним.

Соціальні аспекти поділяються на культурні та демографічні. Аналіз соціальних аспектів дозволяє зрозуміти поведінку населення щодо споживання, заощадження та інвестування. Значить, під час становлення цілей макроекономічної політики в Україні потрібно зважати не тільки на економічний розвиток, але й людський розвиток, адже тривалий людський розвиток, що вимірюється Індексом розвитку людського потенціалу, забезпечує економічні вигоди в довгостроковому періоді [2].

Тому пропонуємо розглянути демографічні фактори, які мають значний вплив на розвиток світової економіки.

Факторами, що істотно визначають рух розвитку світової економіки, є: чисельність населення, його гендерний та віковий склад, тривалість і якість життя, професійність робочої сили, міграція населення та її соціально-економічні наслідки. Зростання населення є неоднаковим у різних країнах. Даний факт лежить в основі ідей про оптимальне населення та оптимальне економічне зростання, а також дає поштовх економістам аналізувати зв'язок між зростанням населення і економічним розвитком [3].

Через те, що економічна поведінка людей трансформується на різних етапах життя, зміни у віковій структурі країни мають чималий вплив на її економічні показники. Якщо більшість населення країни знаходиться в межах працездатного віку, збільшення чисельності населення може призвести до збільшення темпів економічного зростання. Тому сукупний ефект значної частини населення працездатного віку та ефективної політики щодо охорони здоров'я та процесу розвитку людського потенціалу може слугувати створенню «добросесних» циклів економіки [4]. Навпаки, якщо більша частина населення країни складається з людей похилого віку, наслідки можуть бути подібними випадку з молоддю: значна частка ресурсів потрібна відносно менш продуктивній частині населення, що може заважати економічному зростанню.

Демографічний фактор впливає на економічне зростання через людський капітал, процеси заощадження та пропозицію робочої сили [5].

Людський капітал як фактор економічного розвитку. Вплив на вклад у людський капітал,

наслідки якого менш помітні, але найбільш значні в довгостроковій перспективі, виконує демографічний перехід. Демографічний перехід зазвичай розпочинається зі зменшення смертності, що є проявом успіхів охорони здоров'я, загального покращення рівня життя. Через деякий час після зменшення смертності виникає зниження народжуваності, причиною останньої є: зниження дитячої смертності, поліпшення системи соціального забезпечення, розпад старої патріархальної сім'ї, орієнтованої на велику кількість дітей, емансипація жінок, закріплення нової системи цінностей, урбанізація тощо [6].

Результатами демографічного переходу є збільшення середньої тривалості життя і покращення здоров'я населення. Збільшення тривалості життя спричиняють фундаментальні зміни у якості життя людей. Ставлення до освіти, сім'ї, праці, виходу на пенсію, ролі жінок має тенденцію до змін. Загальна структура цінностей потерпає від глибоких змін, зумовлених ростом цінностей населення та його ролі як основної продуктивної сили.

Через збільшення тривалості життя батьки намагаються дати дітям високий рівень освіти, розуміючи, що вкладення грошей в шкільну освіту визначають подальше працевлаштування. А кінцевим результатом зниження народжуваності стала можливість приділяти більше уваги і грошей кожній дитині. Результатом інвестицій у шкільну освіту є збільшення продуктивності робочої сили, оплати плати та умов життя в цілому [7].

Усі ці процеси залежать від ефективності державної політики. Зростаюча чисельність працездатного населення призведе до зростання продуктивності тільки за умов гнучкості ринку праці та проведення макроекономічної політики, що заохочуватиме інвестиції. Так саме населення буде заощаджувати тільки при наявності доступу до відповідних механізмів та довіри до вітчизняних фінансових ринків [8].

Завдяки демографічного переходу створюються умови, за яких люди будуть схильні інвестувати у своє здоров'я і освіту, що загалом передбачає економічні вигоди. Але саме держава незмінно відіграє важливу роль у створенні середовища, в якому покращення стану здоров'я та освіти є необхідною умовою для успішного демографічного розвитку суспільства.

Заощадження як фактор економічного розвитку. Всі довгострокові теорії економічного зростання виходять з того, що країна може зростати швидше, вкладаючи в людський капітал, фізичний капітал або в науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи. Тим не менш, на даному етапі розвитку світової економіки країна не повинна більше заощаджувати, маючи доступ до міжнародних ринків капіталу, країна може фінансувати свої інвестиції, залучаючи заощадження інших країн [9].

Зростання заощаджень сприяє демографічному переходу, тим самим призводячи до покращення перспективи України для інвестицій та

зростання. Молоде і старе населення споживає більше, ніж виробляє, на відміну від людей працездатного віку, що переважно демонструє високий рівень ефективності заощаджень в економіці. До того ж, люди мають більшу упередженість до заощаджень у віці від 40 до 65 років, коли вони менше вкладають грошей у дітей та підготовка до виходу на пенсію стає для них більш актуальною [10]. Тому коли велика кількість населення, народженого в період демографічного вибуху, досягає 40 років, національні заощадження мають схильність до зростання. Політика держави, направлена на стимулювання до заощаджень, може значно посилити саме цю тенденцію [11].

Пропозиція робочої сили як фактор економічного зростання. На сьогодні економічне зростання має особливість зміни в тренді сукупної пропозиції праці. Змінність тренду сукупної пропозиції праці, яка стає більш явною у довгостроковому періоді, найчастіше не враховується сучасною теорією економічного зростання, яка прогнозує сталий темп зростання робочої сили [12].

Існує ряд факторів, які впливають на сукупну пропозицію робочої сили. Старіння покоління так званих бебі-бумерів (покоління «бебі-бум» (англ. baby boom), які народилися між 1946 і 1964 роками, коли був високий рівень народжуваності) спричинило скорочення пропозиції робочої сили в більшості європейських країнах та США. Ці люди у віці від 16 до 64 років працювали, тому це стало наслідком зменшення відношення кількості утриманців до працездатного населення. А на пік трудової активності (від 25 до 59 років) у багатьох країнах відбувалося збільшення пропозиції праці та виробництва на одну людину [13].

Вплив культури на економічне зростання. Факт, що очікування і уподобання формуються під впливом культури, неможливо заперечувати. Переконавання і переваги суттєво впливають на результати економічної діяльності. Між рівнем розвитку економічної діяльності та культурними цінностями виникають проблеми при визначенні напрямку причинно-наслідкового зв'язку [14].

Вивченню впливу національних особливостей культури на сферу економіки присвячено багато досліджень. Так, видатний голландський соціолог Герт Хофстеде виявив сильний кореляційний зв'язок між ступенем індивідуалізму і показником валового національного продукту на одну людину [15]. Згідно з Хофстеде «уникнення невизначеності» та «дистанція влади» в цілому мають негативні кореляції з показниками економічного і політичного розвитку [16]. У працях Ш. Шварца показники економічного розвитку позитивно корелюють з «автономією» та «рівноправністю» і негативно – з «приналежністю» та «ієрархією» [17].

Згідно з динамікою змін ВВП (рис. 1) спостерігаємо зростання економіки України більш ніж 10 кварталів поспіль. Головним фактором зростання стало збільшення товарного експорту. За I півріччя ріст цього показника становив 12,7%, порівняно з базовим періодом минуло-



Рис 1. Зміна обсягу ВВП, у % до відповідного кварталу попереднього року

Джерело: Держстат

го року [18]. В базових цифрах обсяг товарного експорту подолав позначку 23,2 млрд дол. США. Експорт послуг з України виріс на 5,7% – до 5,38 млрд дол. США і перевершив імпорт. Позитивне сальдо торгівлі послугами за I півріччя становило 2,8 млрд дол. США [19].

Кабінет Міністрів України ухвалив представлений Міністерством економічного розвитку і торгівлі «Прогноз соціального і економічного розвитку України на 2019–2021 роки», що завбачає зростання ВВП за результатами 2018 року на позначку 3,2% .

На сьогодні найактуальнішою соціальною проблемою в Україні є саме велика різниця між високою вартістю життя і низькою оплатою праці. Погіршення економічного розвитку в Україні стало наслідком падіння реальної заробітної плати. Темпи змін номінальної та реальної заробітної плати з 2010 по 2018 роки наведено у таблиці 1.

Індекс реальної заробітної плати у липні 2018 р. порівняно з червнем становив 101,0%, а відносно липня 2017р. – 114,7% .

Низький рівень питомої ваги витрат на роботу силу в собівартості виробництва займає особливе місце серед численних проблем у сфері оплати праці. Причинами малої частки зарплати в собівартості продукції є: низький рівень до-

даної вартості, створюваної на українських підприємствах, практика отримання надприбутків шляхом скорочення витрат на заробітну плату найманого працівника замість модернізації виробництва, відсутність сильного профспілкового руху, на відміну від країн Сходу, надмірне податкове навантаження на фонд оплати праці, велика корупційна складова витрат вітчизняних підприємств, низька продуктивність праці [20].

Залишається значною диференціація заробітної плати за видами економічної діяльності. Протягом останнього десятиліття найбільша заробітна плата спостерігається у сфері послуг, особливо фінансових та посередницьких, а не у сфері матеріального виробництва.

Інститут мінімальної заробітної плати, який сьогодні в Україні не виконує покладеної на нього функції соціального стандарту оплати праці, а є, по суті, лише технічним нормативом для розрахунку зарплати в бюджетній сфері, залишається ще однією гострою проблемою забезпечення належного рівня оплати праці. На відміну від розвинутих країн світу, специфіка розрахунку мінімальної заробітної плати в Україні полягає в тому, що в основу розміру мінімальної заробітної плати закладається прожитковий мінімум, в той час як, наприклад, у США це дані офіційної статистики

Таблиця 1

Темпи змін номінальної та реальної заробітної плати (2010–2018)*, %

	Номінальна заробітна плата		Реальна заробітна плата	
	до попереднього року	грудень до грудня попереднього року	до попереднього року	грудень до грудня попереднього року
2010	117,6	117,9	110,2	110,5
2011	117,7	116,2	108,7	111,0
2012	114,8	110,5	114,4	111,1
2013	107,9	107,2	108,2	106,7
2014	106,0	110,4	93,5	86,4
2015	120,5	130,4	79,8	90,1
2016	123,6	123,8	109,0	111,6
2017	137,1	135,5	119,1	118,9
2018	124,8	120,5	112,5	109,7

Джерело: за даними Держстату України: (<http://www.ukrstat.gov.ua/>)

Таблиця 2

Рівень мінімальної заробітної плати в деяких країнах станом на 01.01.2017 р., євро

	2013	2014	2015	2016	2017
Бельгія	1501,8	1501,8	1501,8	1531,9	1562,6
Болгарія	158,5	173,8	194,3	214,8	235,2
Чехія	308,3	309,6	337,6	364,9	419,9
Естонія	320	355	390	430	470
Греція	683,8	683,8	683,8	683,8	683,8
Люксембург	1874,2	1921	1922,9	1922,9	1998,6
Польща	368,9	404,2	417,6	417	473,3
Туреччина	405	391,5	425,2	513,7	442,9
США	960,8	920,1	1123,1	1131,9	1101,2

Джерело: на основі даних Eurostat (Статистична служба ЄС).

Додатково: щомісячна мінімальна заробітна плата: Молдова – 117,14 євро/2,380 лей (станом на 01.05.2017), Азербайджан – 58,59 євро/116 манат (станом на 01.01.2017), Грузія – 1069,14 ларі (станом на 01.07.2017), Австралія – 694,90 AUD/тиждень (станом на 01.07.2017).

про вартість життя для сім'ї з 4 людей. При цьому в Україні рівень бюджетного впливу на розмір мінімальної заробітної плати залишається суттєвим, що часто нівелює дію інших факторів.

Проведемо дослідження соціально-економічного контексту проблем економічного зростання в Україні порівняно з іншими європейськими країнами (рис. 2). У результаті, мінімальна заробітна плата в Україні чимало відстає від мінімальної заробітної плати європейських країн (табл. 2).

Таким чином, можна констатувати, що в Україні заробітна плата перестала бути надійною основою відтворення населення, отже, для забезпечення високих темпів сталого розвитку в першу чергу потрібні інвестиції в людський капітал.

Усе більш актуальною стає проблема старіння населення в Україні, яка виявляється у збільшенні частки осіб похилого віку, що свідчить про погіршення демографічної ситуації в Україні. В умовах низької продуктивності праці активне трудове населення неспроможне утримувати зростаючу кількість населення пенсійного віку [21]. Частка пенсійних видатків у ВВП країни вже перевищила 17%. За часткою

пенсійних видатків у ВВП Україна посідає одне з найперших місць у світі. Ситуація з фінансуванням пенсійних видатків, ймовірно, у подальшому також загострюватиметься.

Однією з найбільш гострих в Україні залишається і проблема трансформації заощаджень в інвестиції. Норма заощаджень в Україні протягом останніх десяти років неухильно скорочується.

З метою привернути увагу міжнародної спільноти до різноманітних аспектів людського розвитку Програма розвитку ООН публікує щорічно звіт з людського розвитку. Методика обчислення Індексу розвитку людського потенціалу (ІРЛП) включає обробку трьох компонентів: рівня освіти, здоров'я та матеріального забезпечення населення.

Децю штучне обмеження лише цими показниками пояснюється тим, що далеко не всі держави мають статистичну базу, здатну надати більш детальні відомості. Крім того, деякі країни надають необхідний мінімум інформації із запізненням майже на два роки.

З 1990 року Організація Об'єднаних Націй розраховує Індекс людського розвитку, цю фор-

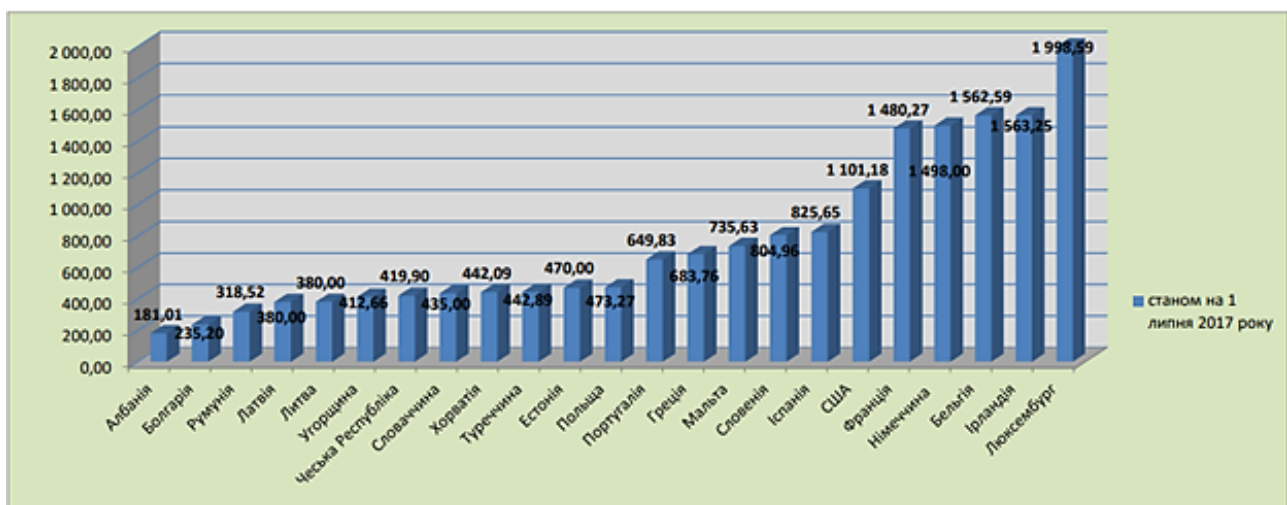


Рис. 2. Розмір мінімальної заробітної плати станом на 1 липня 2017 року (євро/місяць)

Джерело: побудова власна на основі даних Eurostat

му було створено групою економістів, керівником якої був пакистанець Махбуб-уль-Хак. Індекс людського розвитку називався “Індексом розвитку людського потенціалу” до 2010 року.

Норвегія, Швейцарія та Австралія, індекс яких 0.953, 0.944 та 0.939 відповідно, займають перші три місця у рейтингу. Відзначимо, що у минулорічній доповіді ООН Україна посідала 84 місце з індексом людського розвитку 0.743 [22].

ООН враховує такі показники при підрахунках індексу: очікувана тривалість життя; рівень життя, вирахований за показником валового національного доходу; рівень освіти; соціально-економічна рівність та гендерна рівність тощо.

Висновки і пропозиції. Як культурні, так і демографічні фактори здійснюють специфічне вплив на економіку. Зокрема культура визначає уподобання населення, процес прийняття рішень, сприйняття життя і формування перспектив на майбутнє. Демографічні фактори важливі головним чином тому, що структура і чисельність населення впливають на обсяг ВВП.

Аналіз соціально-економічного контексту проблем економічного зростання в Україні дозволив окреслити ті аспекти, які перешкоджають стійкому та тривалому економічному зростанню. Зосередившись на соціальному розвитку, збільшенні тривалості життя, поліпшенні освіти, скороченні бідності, а також на встановленні контролю над рівнем безробіття, країна може досягти стійких темпів економічного зростання. Інвестиції в людський капітал відіграють важливу роль у забезпеченні сталого розвитку економіки і мають бути одним з основних завдань будь-якої країни, яка бажає домогтися високого рівня матеріального добробуту та отримання економічних вигід.

Нині теоретична та методологічна основа обстеження економічного зростання не відповідає умовам, які спричинені глобалізаційними прогресами в Україні. Глобальна економічна криза, зростаюча міжнародна конкуренція та загострення всього комплексу соціальних проблем об’єктивно вимагають кардинально змінити підходи до джерел та факторів економічного зростання вітчизняної економіки, приділити особливу увагу соціальним факторам економічного зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гемма М.Ф. Основні напрями вдосконалення організаційно економічного механізму професійного навчання персоналу на виробництві. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2017. № 3. С. 30–32.
2. Коковський О.Л. Концепція «декаплінгу»: розмежування економічного зростання, ресурсоспоживання та впливу на навколишнє середовище в Україні. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. 3 с.
3. Лугвіщик Ю.М. Удосконалення системи регулювання міжнародної міграції кваліфікованих кадрів в умовах глобалізації: дис. студента: 051. Київ, 2018. 16 с.
4. Людський розвиток в Україні: інституційне підґрунтя соціальної відповідальності: колективна монографія / М.О. Хмельська та ін.; за ред. Е.М. Лібанової. Київ: *Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України*, 2017. С. 65–66.
5. Кліменкова О.В. Інвестування у розвиток людського капіталу як механізм регулювання ринку праці. *Економіка і організація управління*. 2018. № 2(30). С. 78–83.
6. Воропаєв В.Г. Демографічні процеси в Україні як предмет політичного менеджменту. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 3. 2013. С. 2–4.
7. Гендер і ринок праці. *Платформа Prometheus*. URL: <https://courses.prometheus.org.ua/assets/courseware/fc0f35e8a85cc7fde44f7e3cd5ce5d22c4x/IRF/101/asset> (дата звернення: 25.10.2019).
8. Ринки праці в перехідному періоді. *Реформа ринку праці та економічне зростання в Україні: механізми взаємозв'язку та економічна політика: книга/ за ред. О. Бетлій, І. Бураковського, Л. Хандріха*. Київ, 2013. 49 с.
9. Мельничук Д.П. Людський капітал: пріоритети модернізації суспільства у контексті поліпшення якості життя населення: автореф. дис. канд. ек. наук: 08.00.07. Київ, 2015. 40 с.
10. Носова Є.А. Заощадження домогосподарств як джерело інвестиційних ресурсів в Україні. *Вісник Київський Національний Університет ім. Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2015. С. 75–77.
11. Линдюк О.А. Шляхи удосконалення механізмів державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи України. *Державне управління: теорія та практика*. 2014. № 1.
12. Паньков О.Б. Моделі економічного зростання як база дослідження інвестиційної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 10. С. 2.
13. Стець Н. Коротко про теорію поколінь. *IQholding*. 2015. URL: <http://iqholding.com.ua/articles/korotko-pro-teoriyu-pokolin> (дата звернення: 28.10.2019).
14. Панкова Ю.М. Соціокультурні фактори розвитку сучасних форм міжнародного бізнесу: дис. канд. ек. наук: 08.00.02. Харків, 2019. 350 с.
15. Устинов Р.Г. Управління ефективним розвитком організаційної культури підприємств морської галузі: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04. Маріуполь, 2019. 20 с.
16. Шарова С.В. Економіко-статистичний аналіз ефективності господарської діяльності регіону на початку економічної кризи. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. С. 2–3.
17. Коментар Національного банку України щодо зміни реального ВВП у II кварталі 2018 року. Київ, 2018. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=78058234&cat_id=55838 (дата звернення: 29.10.2019).
18. Я.М. Бойко, Н.М. Гапак. ВВП України: рівень та тенденції динаміки. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2017. № 25(1). С. 69–72.
19. Зростання ВВП України прискорилося до 3,6% – Держстат. *Економічна правда*. 2018. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/08/15/639641/> (дата звернення: 31.10.2019).
20. Павловський А. Частка заробітної платні в собівартості українських товарів у 2017 році становила лише 7%, що свідчить про надмірну експлуатацію української робочої сили. 2018. URL: <https://gazetavv.com/news/ukraine/1543925199-andriy-pavlovskiy-chastka-zarobitnoyi-platni-v-sobivartosti.html> (дата звернення: 02.11.2019).
21. Пищуліна О.М. Системні вади ринку праці України та пріоритети його реформування: аналітична доповідь / за ред. Я.А. Жаліла. Київ: *Національний інститут стратегічних досліджень*, 2010. С. 20.

22. Бондар-Підгурська О.В. Науково-методичний підхід до прогнозування та оцінки ефективності системи управління сталим інноваційним соціально орієнтованим розвитком економіки на основі модернізованого індексу людського розвитку. *Проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 99–107.

REFERENCES:

- Hemma M.F. (2017) Osnovni napryamy vdoskonalennya orhanizatsiyno ekonomichnoho mekhanizmu profesiynoho navchannya personalu na vyrobnytstvi [The main directions of improvement are organizational economic mechanism of professional training of personnel in production]. *Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University*, no. 3, pp. 30–32.
- Kokovskiy O.L. (2013) Konceptiya «dekaplingu»: rozmezhuвання ekonomichnoho zrostannya, resursospozhyvannya ta vplyvu na navkolishnye seredovishe v Ukraini [The concept of “decapling”: delineating economic growth, resource consumption and environmental impact in Ukraine]. *An efficient economy*, no. 11, p. 3.
- Luhvishchuk Y.M. (2018) *Udoskonalennya systemy rehulyuvannya mizhnarodnoyi mihratsiyi kvalifikovanykh kadriv v umovakh hlobalizatsiyi* [Improvement of the system of regulation of international migration of skilled personnel in the conditions of globalization] (Student Dissertation). Kiev: National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute».
- Khmelevskaya M.O. (2017) Lyudskij rozvitok v Ukraini: instyucijne pidgruntya socialnoyi vidpovidalnosti [Human Development in Ukraine: Institutional Grounds for Social Responsibility] (ed. Libanova E.M.). Kiev: *Ptoukha Institute for Demography and Social Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine*, pp. 65–66.
- Klimenkova O.V. (2018) Investuvannya u rozvytok lyuds'koho kapitalu yak mekhanizm rehulyuvannya rynku pratsi [Investing in the development of human capital as a mechanism for regulating the labor market]. *Economics and management organization*, no. 2(30), pp. 78–83.
- Voropayev V.G. (2013) Demografichni procesi v Ukraini yak predmet politichnogo menedzhmentu [Demographic processes in Ukraine as a subject of political management]. *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok* (electronic journal), no. 3, pp. 2–4.
- Hender i rynek pratsi [Gender and the labor market]. Available at: <https://courses.prometheus.org.ua/assets/courseware/fc0f35e8a85cc7fde44f7e3cd5ce5d22/c4x/IRF/101/asset> (accessed 25 October 2019).
- Betley O., Burakovskiy I., Handrich L. (eds.) (2013) Reforma rynku praci ta ekonomichne zrostannya v Ukraini : mehanizmi vzayemozv'yazku ta ekonomichna politika [Labor Market Reform and Economic Growth in Ukraine: Interconnection Mechanisms and Economic Policy]. *Rinki praci v perehidnomu periodi* [Labor markets in transition]. Kiev: The Institute for Economic Research and Policy Consulting, pp. 49.
- Melnychuk D.P. (2015) *Lyuds'kyy kapital: priorytety modernizatsiyi suspil'stva u konteksti polipshennya yakosti zhyttya naseleння* [Human capital: priorities for the modernization of society in the context of improving the quality of life of the population] (PhD in Economics Abstract of dissertation). Kiev: Ptoukha Institute for Demography and Social Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine.
- Nosova E.A. (2015) Zaoshadzhennya domogospodarstv yak dzherelo investytsijnih resursiv v Ukraini [Household savings as a source of investment resources in Ukraine]. *Visnyk Taras Shevchenko National University of Kyiv*, pp. 75–77.
- Lyndyuk O.A. (2014) Shlyakhy udoskonalennya mekhanizmiv derzhavnoho rehulyuvannya finansovoho zabezpechennya pensiyanoi systemy Ukrainy [Ways to improve the mechanisms of state regulation of financial support of the pension system of Ukraine]. *Public administration: theory and practice*, no. 1.
- Pankov O.B. (2016) Modeli ekonomichnoho zrostannya yak baza doslidzhennya investytsiyoi diyalnosti pidpriyemstva [Models of economic growth as a base of research of enterprise investment activity]. *Efektivna ekonomika*, no. 10, pp. 2.
- Stets N. (2015) *Korotko pro teoriyu pokolin'* [Briefly about the theory of generations]. Available at: <http://iqholding.com.ua/articles/korotko-pro-teoriyu-pokolin> (accessed 28 October 2019).
- Pankova Y.M. (2019) *Sociokulturni faktori rozvitku suchasnih form mizhnarodnogo biznesu* [Sociocultural factors of development of modern forms of international business] (PhD Thesis). Kharkiv: V.N. Karazin Kharkiv National University.
- Ustynov R.H. (2019) *Upravlinnya efektyvnym rozvytkom orhanizatsiyoi kul'tury pidpriyemstv mors'koyi haluzi* [Management of effective development of organizational culture of maritime industry enterprises] (PhD in Economics Abstract of dissertation). Mariupol: Pryazovskiy State Technical University.
- Sharova S.V. (2015) Ekonomiko-statistichnij analiz efektyvnosti gospodarskoyi diyalnosti regionu na pochatku ekonomichnoyi krizi [Economic and statistical analysis of the efficiency of economic activity of the region at the beginning of the economic crisis]. *Efektivna ekonomika*, no. 4, pp. 2–3.
- National Bank of Ukraine (2018) *Komentar Natsional'noho banku Ukrainy shchodo zminy real'noho VVP u II kvartali 2018 roku* [National Bank of Ukraine comment on real GDP change in the second quarter of 2018]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=78058234&cat_id=55838 (accessed 29 October 2019).
- Boyko Y.M., Gapak N.M. (2017) VVP Ukraini: riven ta tendencyi dinamiki [GDP of Ukraine: the level and trends of dynamics]. *International Humanitarian University Herald*, no. 25(1), pp. 69–72.
- Zrostannya VVP Ukrainy pryskorylosya do 3,6% – Derzhstat [GDP growth accelerated to 3,6% – State Statistics Committee]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/08/15/639641/> (accessed 31 October 2019).
- Pavlovskiy A. (2018) *Chastka zarobitnoyi platni v sobivartosti ukraïnskikh tovariv u 2017 roci stanovila lishe 7%, sho svidchit pro nadmiru ekspluatatsiyi ukraïnskoyi robochoyi sili* [The share of wages in the cost of Ukrainian goods in 2017 was only 7%, which indicates that the Ukrainian labor force is being overexploited]. Available at: <https://gazetavv.com/news/ukraine/1543925199-andriy-pavlovskiy-chastka-zarobitnoyi-platni-v-sobivartosti.html> (accessed 2 November 2019).
- Pyshchulina O.M. (2010) *Systemni vady rynku pratsi Ukrainy ta priorytety yoho reformuvannya* [Systemic disadvantages of the Ukrainian labor market and its reform priorities] (ed. Zhaliya Y.A.). Kiev: National Institute for Strategic Studies, pp. 1–72.
- Bondar-Podgurskaya O.V. (2015) Naukovo-metodichnij pidhid do prognovuvannya ta ocinki efektyvnosti sistemi upravlinnya stalim innovacijnim socialno oriyentovanim rozvitkom ekonomiki na osnovi modernizovanogo indeksu lyudskogo rozvitku [Scientific-methodical approach to forecasting and evaluation of the effectiveness of the management system for sustainable innovative socially oriented development of the economy on the basis of a modernized human development index]. *The problems of economy*, no. 4, pp. 99–107.

УДК 351.84

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-50>

Павлюк Т.І.
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і міжнародних відносин
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

Pavlyuk Tetiana
*PhD (economic sciences), Associate Professor,
Vinnitsa Institute of Trade Economic
of Kiev National University of Trade and Economics*

СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

SOCIAL PROTECTION OF UKRAINE'S POPULATION

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто особливості соціального захисту в Україні, зокрема її структурних елементів. Проаналізовано шляхи вирішення проблем соціального захисту населення України. Обґрунтовано можливі заходи вдосконалення діючої системи соціального захисту населення України. На всіх етапах історичного розвитку суспільства проблематика соціального захисту була індикатором громадянської позиції держави. Його ефективна організація є гарантом стабільності суспільства. Сьогодні головним принципом, який слід упроваджувати в життя, має стати намагання зробити все для того, щоб кожний, хто потребує допомоги, відчув увагу та підтримку з боку держави. Поширеною є думка про розвиток соціального захисту в умовах ресурсного дефіциту, при цьому зазначається, що дана сфера важким тягарем лягає на державний бюджет.

Ключові слова: соціальний захист, соціальне забезпечення, пенсійне забезпечення, населення, реформування.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены особенности социальной защиты в Украине, в частности ее структурных элементов. Проанализированы пути решения проблем социальной защиты населения Украины. Обоснованы возможные меры совершенствования действующей системы социальной защиты населения Украины. На всех этапах исторического развития общества проблематика социальной защиты была индикатором гражданской позиции государства. Его эффективная организация является гарантом стабильности общества. Сегодня главным принципом, который следует внедрять в жизнь, должна стать попытка сделать все для того, чтобы каждый, кто нуждается в помощи, почувствовал внимание и поддержку со стороны государства. Распространено мнение о развитии социальной защиты в условиях ресурсного дефицита, при этом отмечается, что данная сфера тяжелым бременем ложится на государственный бюджет.

Ключевые слова: социальная защита, социальное обеспечение, пенсионное обеспечение, населения, прожиточный минимум.

ANNOTATION

The article deals with the features of social protection in Ukraine, in particular its structural elements. Ways of solving problems of social protection of the population of Ukraine are analyzed. Possible measures to improve the current system of social protection of the population of Ukraine are substantiated. At all stages of the historical development of society, the issue of social protection was an indicator of the civil position of the state. Its effective organization guarantees the stability of society. Today, the overriding principle is to strive to do everything to ensure that all those in need of assistance receive state attention and support. There is widespread opinion on the development of social protection in the face of resource scarcity, and it is noted that this area is a heavy burden for the state

budget. The synthesis and decomposition of social protection sub-systems form the conditional framework for the transformation of the state's social policy to bring them into line with world standards. It is rightly stated that the right to social security is one of the natural human rights conditioned by the course of human development in society, recognized by the international community and enshrined in such international legal acts as the Universal Declaration of Human Rights, the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights, European Social Charter. The theoretical bases of forms and sources of financing and financial support of the social protection system are considered. The peculiarities of financing social transfers by means of the basic forms of social protection – social security, social insurance and social assistance – have been determined. As a result, the theoretical basis for the further transformation of the practice of implementing multi-vector state policy in the field of social protection of the population is formed. In order to increase the effectiveness of social protection, it is advisable to refuse the right to social protection on a professional basis, and to take only the individual citizen's circumstances, based on the principle of orientation and differentiation, to determine the list of social services that a citizen needs.

Key words: social protection, social security, pension, population, subsistence level.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Існуюча система соціального захисту населення недостатньо ефективна і призводить до дефіциту відповідних статей бюджету, коли фінансові можливості не відповідають соціальним зобов'язанням. Можна констатувати, що сьогодні не забезпечується повною мірою виконання Конституції України, в якій країна визначається як соціальна держава, адже відбувається суттєве зниження життєвого рівня основної маси населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Найбільш відомими вченими-економістами, які досліджували проблеми соціального захисту населення в Україні, є Ю. Бондаренко, Н. Болотіна, Н. Борецька, В. Воропаєв, С. Гончарова, Т. Косова, О. Новикова, В. Петрушка, С. Романенко, І. Сахань, С. Синчук та ін. Але ситуація в Україні постійно змінюється, що вимагає проведення подальших досліджень у цій сфері з урахуванням особливостей поточного періоду часу.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є обґрунтування основних аспектів соціального захисту населення в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Останнім часом стара система соціального захисту населення була частково зруйнована. Соціальне забезпечення залишилося елементом соціального захисту, що здійснюється відповідно до чинного законодавства у формі соціальних виплат певним категоріям громадян за рахунок коштів державного бюджету. У законі про Державний бюджет України та рішеннях місцевих рад, органів місцевого самоврядування на кожний рік закладаються окремі види та розміри соціального забезпечення за рахунок бюджетних коштів, виконання яких покладено на управління праці й соціального захисту населення державних адміністрацій.

Соціальний захист населення – це державна підтримка певних категорій населення, які можуть зазнавати негативного впливу ринкових процесів, забезпечення відповідного рівня життя шляхом надання правової, фінансової, матеріальної допомоги окремим громадянам (найбільш уразливим верствам населення), а також створення соціальних гарантій для економічно активної частини населення, забезпечення прийнятних для країни умов життя та праці громадян, у тому числі через установлення соціальних стандартів [3, с. 166].

Комплексний механізм соціального захисту є сукупністю конкретної історичної діяльності суб'єктів, об'єктів управління, суб'єктно-об'єктних відносин, результатів-утрат, що виникають у ході виконання об'єктивних соціально-економічних функцій із розвитку суспільства у сфері соціального захисту населення за всіма рівнями соціально-економічної системи. Принципове значення для соціального захисту, зокрема комплексного механізму, має обіг модернізації соціального захисту, без якого неможливо визначити, як функціонує механізм розвитку соціального захисту в часі. Обіг модернізації соціального захисту є об'єктивною категорією, яка існує на всіх етапах історичного розвитку. За своєю сутністю цей механізм виконує такі соціально-економічні функції: відтворювальну, розподільчу, обліково-контрольну, стимулюючу, організаційно-управлінську.

Головна мета соціального захисту – раціональна організація соціально-економічних відносин, які сприяють гуманному саморозвитку й самозабезпеченню особистості. Особливе методологічне значення має введення в теорію і практику формування соціального захисту повної структури витрат суспільства (бюджету соціальною часу), які охоплюють корисні, даремні, шкідливі витрати, втрати і резерви для розвитку. Використання такого підходу дає змогу в кожному конкретному випадку визначити найбільш оптимальну структуру, форми й методи соціального захисту. Взаємодія розвитку соціального захисту із соціально-економічним розвитком держави зрештою зводиться до

забезпечення певних структурних перетворень і формування найраціональніших пропорцій між можливостями держави щодо задоволення прагнення населення до самореалізації і потребою населення у цій самореалізації [1, с. 15].

Своєю чергою, основні напрями соціальної політики в Україні полягають у:

- підвищенні добробуту за рахунок особисто-го трудового внеску, підприємництва та ділової активності;
- наданні відповідної допомоги по безробіттю, збереженні робочих місць, фаховій перепідготовці осіб, що втратили роботу;
- проведенні ґрунтовної пенсійної реформи, що буде забезпечувати справедливую систему пенсійних виплат з урахуванням трудового внеску особи;
- наданні адресної допомоги найнужденнішим у грошовій та натуральній формах;
- сприянні всебічному державному захисту інтелектуального потенціалу суспільства, його ефективному використанню та примноженню;
- запобіганні комерціалізації, забезпеченні стабільного фінансування та державної підтримки розвитку духовної сфери, освіти, науки і культури;
- широкій підтримці сім'ї, материнства та дитинства;
- проведенні активної екологічної політики.

Система соціального захисту, відповідно до Конституції України, має таку структуру: соціальне забезпечення, соціальне страхування, соціальна допомога.

Соціальне забезпечення виступає в декількох організаційно-правових формах і видах, що пов'язано зі специфікою забезпечення окремих категорій громадян. Усі вони визначені Конституцією України, чинним законодавством і характеризують соціальне забезпечення із зовнішнього боку – з боку його організації.

В Україні, існують такі форми соціального забезпечення:

- обов'язкове державне пенсійне страхування, або пенсійне забезпечення;
- обов'язкове державне соціальне страхування працівників підприємств, установ і організацій незалежно від форм власності;
- соціальне забезпечення за рахунок прямих асигнувань із державного бюджету;
- забезпечення за рахунок коштів соціальних фондів підприємств, творчих об'єднань, благодійних організацій і приватних добровільних внесків громадян;
- утримання непрацездатних громадян у державних, комунальних та інших установах соціального призначення;
- адресна соціальна допомога малозабезпеченим сім'ям, непрацездатним громадянам за рахунок коштів державного і місцевого бюджетів;
- недержавне пенсійне забезпечення громадян згідно з договорами працівників із роботодавцями, недержавними фондами, приватними пенсійними системами [4].

Для кожної з перелічених форм соціального забезпечення, як правило, є специфічними: певний контингент забезпечуваних, джерела фінансування, з яких провадиться забезпечення, види забезпечення (обслуговування), органи, що здійснюють його.

Пенсійне забезпечення населення в різних формах протягом багатьох століть відіграло важливу роль у різних країнах, але системний характер почало набувати лише в кінці XIX – на початку XX ст.

Обов'язкове державне пенсійне страхування, або пенсійне забезпечення, є одним з основних і найважливіших видів соціального забезпечення на загальнодержавному рівні. Воно здійснюється державою, ПФУ, системою матеріального забезпечення непрацездатних громадян пенсіями, допомогами, іншими видами забезпечення й обслуговування, передбаченими законодавством.

Пенсійне забезпечення слід розглядати як соціальне (державне) пенсійне забезпечення, яким є суспільні відносини з обов'язкового, грошового, щомісячного, як правило, довічного, надання забезпечення особам у випадках та на умовах, установлених у законі, яке має здійснюватися державою від імені та за рахунок суспільства з метою як забезпечення життя та здоров'я пенсіонерів на рівні соціальних стандартів, так і для подальшого їх вільного розвитку. Пенсійне забезпечення здійснюється за допомогою централізації коштів у соціальних фондах та державному бюджеті у вигляді податкових та інших платежів, а також бюджетних трансфертів [6, с. 336].

Своєю чергою, основними джерелами фінансування соціального забезпечення в Україні є бюджети, які формуються за рахунок податкових надходжень, і позабюджетні фонди, на формування яких використовують страхові механізми.

Серед основних проблем бюджетного фінансування слід виокремити низьку частку врахування регіональних особливостей, а також низький рівень використання під час планування витрат програмно-цільового методу та принципів адресності, що призводить до нераціонального використання коштів державного та місцевих бюджетів.

Що стосується позабюджетних фондів, то, враховуючи диференціацію соціальних ризиків в Україні, вони представляють чотири види соціальних ризиків і є, по суті, страховиками. До них належать: Пенсійний фонд України (ПФУ); Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності; Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України; Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття. Формування коштів цих фондів відбувається за рахунок єдиного соціального внеску, що сплачують роботодавці з фонду оплати праці, а також працівники. Основними складниками для розрахунку виплати того чи іншого виду

допомоги за рахунок коштів цих фондів у разі настання страхового випадку є наявний страховий стаж і середньомісячна заробітна плата застрахованої особи. Отже, під час побудови системи загальнообов'язкового державного соціального страхування було використано одну з страхових теорій – теорію страхового фонду, представники якої передбачали необхідність у формуванні фондів невизначеної кількості осіб. Проте, враховуючи чотири види ЗДСС, слід зазначити й їх відмінність відповідно до класифікації видів страхування за сферами діяльності, тобто на страхування життя та загальне (ризикове) страхування. Беручи до уваги такий розподіл видів страхування, саме загальнообов'язкове державне пенсійне страхування відноситься до одного з видів довготермінового страхування життя, а страховики, які провадять свою діяльність зі страхування життя, мають провадити інвестиційну діяльність із метою виконання своїх зобов'язань у майбутньому. Але попри персоніфікацію даних застрахованих осіб та прив'язки до особистих страхових здобутків, Пенсійний фонд України великою мірою спирається на принципи солідарного рівня пенсійної системи, що за своєю суттю схожа на фінансову піраміду. Тому гостро постає необхідність запровадження основних постулатів другого рівня пенсійної системи. Проте сучасний стан фінансово-економічної системи та соціального середовища не дає змоги збільшити навантаження на доходи громадян і роботодавців, адже, відповідно до концепції теорії Лаффера, такий стан речей може призвести до зворотного ефекту – розвитку тінізації та корупції в країні. Таким чином, слід запровадити інший механізм збільшення надходжень до Пенсійного фонду України.

Однією з найбільших проблем системи соціального забезпечення є неефективність вітчизняної системи соціальних пільг. Так, в Україні, згідно з чинним законодавством, пільги надаються за категоріальним принципом, тобто громадяни отримують їх у результаті приналежності до тієї чи іншої пільгової категорії громадян. При цьому не враховуються доходи і матеріальний добробут пільговика та його родини, оскільки пільги цим категоріям надаються без попередньої перевірки рівня їхніх доходів чи засобів існування, а розмір пільг установлюється залежно від категорії отримувача стандартів [5, с. 166].

Як наслідок, частка осіб, які отримують соціальну допомогу, серед тих, хто не належить до числа бідних за критерієм поточних доходів, навіть перевищує кількість отримувачів серед бідних. 2/3 загальної суми пільг та допомоги припадають на частку домогосподарств із середнім доходом, більшим за прожитковий мінімум.

Окремі категорії громадян отримують пільги за багатьма підставами протягом тривалого періоду часу без оцінки потреби в них. Розміри допомоги, яку отримують «бідні» та «небідні», прак-

тично не різняться між собою. Оскільки пільги переважно надаються незалежно від доходу та потреби в них (від чого потерпають найбідніші), вони неспроможні забезпечити бідним прожитковий мінімум. Загострює проблему ще й те, що доступ до пільг по країні вкрай нерівномірний: так, частка міських сімей, що користуються пільгами на оплату транспортних послуг, утричі перевищує аналогічний показник для сільського населення (12,6% та 30,9% відповідно).

Значна кількість пільгових категорій осіб призвела до того, що майже третина населення України охоплена системою пільг. Згідно із 83-ма законодавчими актами, право на пільги мають 19,5 млн громадян, що становить понад третину населення України. До основних категорій громадян, які мають право на пільги, належать: ветерани праці (близько 4,9 млн осіб), з яких осіб, які мають особливі трудові заслуги перед батьківщиною, 1,1 тис; ветерани війни (близько 3,3 млн осіб); особи, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи (близько 2,1 млн); діти війни (6,7 млн); особи, які мають право на пільги за професійною (службовою) ознакою (близько 1,3 млн); учасники АТО та Революції гідності (5,4 млн); пенсіонери за віком (10,6 млн) [19]. Окрім того, одна особа може отримати декілька статусів, що дають їй право на пільги, доплати, преференції, допомоги тощо. Усього в населення нині близько 36 млн таких посвідчень [20].

Також у системі соціального забезпечення є велика низка проблем: низька адресність соціальних пільг; невідповідність між розмірами пільг та реальними можливостями їх забезпечити; залишкове фінансування медичного забезпечення, що не дає змоги підтримувати систем медичного захисту на належному рівні (табл. 1).

Міжнародний досвід свідчить, що у світі немає жодної країни, якій удалося б перемогти бідність. Відповідно, стратегії боротьби з бідністю припускають систему заходів щодо формування ефективного ринку праці, включаючи підвищення мінімального рівня оплати праці, легалізацію тіньових доходів і розвиток програм зайнятості, а також зміну пріоритетів системи соціального

захисту населення – від масштабного надання пільг різним категоріям громадян до адресності, тобто зосередження суспільних ресурсів на допомогу найбільш нужденним домогосподарствам. Коли заявник звертається до органів соціального захисту, отримання допомоги безпосередньо залежить від методології забезпечення адресності. Важливу роль відіграють також такі чинники, як продуманість стратегії поширення інформації, щоб бідні змогли дізнатися про можливості отримання допомоги, доступність місцевих органів соціального захисту і наявність належного контролю на місцевому рівні.

Також важливим складником реформи державного соціального захисту осіб з інвалідністю має стати урахування тенденцій щодо децентралізації влади через підвищення ролі та значення місцевих владних інституцій, у тому числі місцевих територіальних громад. У контексті децентралізаційних процесів вартують уваги питання щодо поліпшення доступності та якості видів соціального захисту, у тому числі соціальних послуг, збільшення обсягу соціальних допомог та послуг, що надаються соціально вразливим верствам населення, розширення можливостей органів місцевого самоврядування провадити діяльність у соціальній сфері та забезпечувати зростання стандартів якості життя населення. При цьому видається необхідним забезпечити оптимізацію розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади, їх ефективну взаємодію, поліпшення адміністрування видів соціального захисту, ефективності використання коштів бюджетів усіх рівнів.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, розвиток системи соціального захисту населення в Україні відбувається дуже складно, що можна пояснити відсутністю належної нормативно-правової бази та нестачею ресурсів на реалізацію заходів соціальної політики. Це часто спричиняє відсутність економічної результативності від діяльності органів соціального захисту.

Забезпечення соціального захисту населення – процес реалізації функціональних складників соціальної безпеки з метою запобігання

Таблиця 1

Шляхи вирішення проблем соціального захисту населення України

Виявлені в ході дослідження проблеми	Пропозиції щодо вирішення
Низька адресність соціальних пільг	Відхід від категоріального принципу надання пільг і орієнтація пільг на конкретну людину. З'ясування рівня доходів людини, яка претендує на пільгу, і надання пільги тільки у разі, якщо її дохід є нижчим за середній
Невідповідність між розмірами пільг та реальними можливостями їх забезпечити	Заборона на введення нових пільг, законодавче встановлення конкретного джерела фінансування для кожного виду пільг, уведення обмеження «одна людина – одна пільга»
Дефіцитність Пенсійного фонду	Для зменшення видаткової частини Пенсійного фонду ввести максимальний розмір пенсії за віком, детінізація заробітної платні, що дасть змогу збільшити базу для нарахування пенсійних внесків
Залишкове фінансування медичного забезпечення	Запровадження обов'язкового медичного страхування, що дасть змогу зменшити навантаження на державний бюджет та водночас обмежити можливість покривати інші бюджетні видатки за рахунок видатків на охорону здоров'я

загрозам і можливим негараздам та досягнення максимального рівня соціальної безпеки населення сьогодні й у майбутньому, визначальними напрямками якого мають бути:

– забезпечення виконання державних соціальних програм, спрямованих на вирішення пріоритетних соціальних проблем регіонів, забезпечення збалансованості та координації їхніх положень із регіональними програмами на етапах формування та здійснення, організації належного контролю над виконанням цих програм;

– поліпшення якості розроблення стратегій регіонального розвитку;

– здійснення пошуку нових ефективних нетрадиційних механізмів подолання соціальних проблем депресивних територій;

– забезпечення орієнтації регіональної політики на сталість соціально-економічного розвитку та саморозвиток регіону, запровадження ефективної регіональної програми сприяння розвитку підприємництва та соціальної відповідальності бізнесу;

– організація соціального моніторингу діяльності державних та регіональних органів та органів місцевого самоврядування;

– створення регіональної соціологічної служби, забезпечення її ефективної діяльності;

– забезпечення підвищення ролі територіальних громад та органів місцевого самоврядування, створення ефективних механізмів їхньої участі у формуванні та реалізації регіональної політики.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Конституція України, прийнята Верховною Радою України 28.06.96 № 254к/96-ВР.
2. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування : Закон України від 09.07.2003 № 1058-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 10.11.2019).
3. Коваль О.П. Модернізація системи соціального страхування в Україні : аналітична доповідь. Київ : НІСД, 2018. 38 с.
4. Марценюк О.В. Соціальний захист населення України. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2018. Вип. 2(3). С. 166–170.
5. Надточій Б. Соціальне страхування чи соціальне забезпечення? *Пенсійна реформа в Україні* : сайт обговорення пенсійної реформи. URL: <http://www.pension.kiev.ua> (дата звернення: 10.11.2019).
6. Радченко О.В. Роль соціального забезпечення в системі соціальної безпеки держави. *Теорія та практика державного управління*. 2017. Вип. 1. С. 333–339.

REFERENCES:

1. Konstytucija Ukrainy: pryjnjata Verkhovnoju Radoju Ukrainy 28.06.96r. № 254k/96-VR [Constitution of Ukraine: adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine on 06/28/96. No. 254k / 96-BP] URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (accessed 10 November 2019).
2. Pro zagaljnoobov'jazkove derzhavne pensijne strakhuvannja: Zakon Ukrainy vid 09.07.2003 № 1058-IV [On compulsory state pension insurance: Law of Ukraine from 09.07.2003 № 1058-IV]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (accessed 10 November 2019).
3. Kovalj O.P. (2018) *Modernizacija systemy socialjnogho strakhuvannja v Ukraini* [Modernization of the social insurance system in Ukraine]. Kyiv : NISD. (in Ukrainian)
4. Marcenjuk O.V. (2018) *Socialjnyj zakhyst naselennja Ukrainy* [Social protection of the population of Ukraine]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoji vlasnosti*, no. 2(3), pp. 166-170.
5. Nadtochij B. (2019) *Socialjne strakhuvannja chy socialjne zabezpechennja? Pensijna reforma v Ukraini: sajт obghovorennja pensijnoji reformy* [Social Security or Social Security? Pension reform in Ukraine: a site for discussing pension reform]. URL: <http://www.pension.kiev.ua> (accessed 10 November 2019).
6. Radchenko O.V. (2017) *Rolj socialjnogho zabezpechennja v systemi socialjnoji bezpeky derzhavy* [The role of social security in the social security system of the state]. *Teorija ta praktyka derzhavnogho upravlinnja*, vol. 1, pp. 333–339.

УДК 364.3-262.2(477)(045)

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-51>**Павлюк Т.І.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і міжнародних відносин
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету***Новак І.Г.***бакалавр
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету***Pavlyuk Tetiana***PhD (economic sciences), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics and International Relations
Vinnitsa Institute of Trade Economic of
Kiev National University of Trade and economics***Novak Irina***Bachelor
Vinnitsa Institute of Trade Economic of
Kiev National University of Trade and economics*

РІВЕНЬ БІДНОСТІ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ПРИЧИНИ

POVERTY IN UKRAINE AND ITS CAUSES

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено висвітленню причин бідності в Україні та ефективності дій для її подолання. Актуальність теми визначається високим рівнем бідності населення в нашій країні та неефективною політикою її подолання. На жаль, Україна є найбільш бідною країною Європи, а в світовому рейтингу посідає 123-є місце зі 140 країн за рівнем особистого багатства населення, показник якого на середину 2018 р. становив 1 563 долари. Бідність є не лише соціальною, а й економічною категорією і залежить від таких макроекономічних показників, як обсяг ВВП, рівень безробіття, індекси інфляції та реальної заробітної плати. Нині в Україні спостерігається складна політична ситуація, яка є визначним чинником, що впливає на показник бідності. У статті проведено аналіз основних причин, які безпосередньо впливають на рівень бідності в країні, а також висвітлено заходи щодо її ефективного подолання.

Ключові слова: бідність, інфляція, безробіття, продуктивність праці, заробітна плата, антиінфляційна політика, конкуренція на ринку.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена освещению причин бедности в Украине и эффективности действий для ее преодоления. Актуальность темы определяется высоким уровнем бедности населения в нашей стране и неэффективной политикой ее преодоления. К сожалению, Украина является самой бедной страной Европы, а в мировом рейтинге занимает 123-е место из 140 стран по уровню личного богатства населения, показатель которого на середину 2018 н. составлял 1 563 доллара. Бедность является не только социальной, но и экономической категорией и зависит от таких макроэкономических показателей, как объем ВВП, уровень безработицы, индексы инфляции и реальной заработной платы. В настоящее время в Украине наблюдается сложная политическая ситуация, которая является определяющим фактором, влияющим на показатель бедности. В статье проведен анализ основных причин, которые непосредственно влияют на уровень бедности в стране, а также освещены меры по ее эффективному преодолению.

Ключевые слова: бедность, инфляция, безработица, производительность труда, заработная плата, антиинфляционная политика, конкуренция на рынке.

ANNOTATION

The article is dedicated to highlighting the causes of poverty in Ukraine and how effective it can be. The relevance of the topic is determined by the high level of poverty of the population in our country and the ineffective policy of overcoming it. Not only is poverty a social category, it is also an economic category and depends on such macroeconomic indicators as GDP, unemployment, inflation and real wages, but there are several major causes of high poverty in Ukraine. The main reasons include a complex socio-economic phenomenon, such as unemployment, that is, a large number of economically active population remains unemployed and remunerated for their work. The next component is the indicator of workers' labor activity, that is, labor productivity, which shows how the country's labor resources are used. High morbidity is one of the reasons that has the greatest impact on poverty, because Ukraine is one of the countries with a large number of patients who are unable to perform their work properly. The decisive factor in this is the ecology of our country, which is one of the primary problems after April 26, 1986, that is, a man-made disaster at the Chornobyl NPP. The next group of reasons is demographic, which implies high mortality rates, low birth rates, and sufficiently high divorce rates in the country, which are caused by underemployment, the crisis of payments, low wages, and poorly effective social policies. One of the most important causes of poverty in the country is the standard of living of every Ukrainian who depends on the state and the strategy of building economic life. Unfortunately, the complicated political situation that has unfolded in our country cannot guarantee the full development of the economy and, in particular, the standard of living of each of us. Also, an important factor influencing the poverty rate is education, which is the basis for human development, since only skilled workers provide economic growth. The phenomenon of uneven development of the regions is directly one of the causes of poverty, and its overcoming will be ensured by state-developed action. The article analyzes the actions that will help the country reduce poverty by several times.

Key words: poverty, inflation, unemployment, labor productivity, wages, anti-inflation policy, competition in the market.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Таке явище, як бідність,

існує в усіх країнах світу, навіть найбільш розвинених. Але питання в тому, скільки таких людей, який рівень бідності й чи створила держава умови для виходу з неї, організувавши нові робочі місця. Оскільки поняття бідності є відносним, найкраще його оцінювати, порівнюючи з іншими країнами. ООН, наприклад, оцінює рівень життя у 160 державах світу. В Україні за методикою ООН бідними є понад 60% населення. Це збігається зі звітом МВФ, яким Україну названо найбіднішою країною Європи з найменшою зарплатою. В Україні існує таке ганебне для цивілізованого світу явище, як бідність серед працюючих. Кожен п'ятий працюючий бідний. Середня зарплата в Україні минулого року ледве досягла 264 євро (для порівняння: у Молдові – €324, у Польщі – €1 102, у Німеччині – €3 700). В Україні найвищий рівень експлуатації найманих працівників у Європі. Частка зарплати в собівартості продукції, за даними Національної академії наук, становить лише 6,5%, тоді як у європейських країнах – понад 30%.

Бідність – це соціальне явище, що характеризується відсутністю необхідних матеріальних засобів для того, щоб провадити «нормальне» (відповідно до норм прийнятих суспільством) життя. Дослідження проблем бідності та рівня життя населення в Україні набуває дедалі більшого значення з погляду виявлення соціально вразливих груп населення та створення ефективно діючої соціальної політики, адже, за офіційними даними Державної служби статистики України [1], за межею бідності сьогодні живуть 80% населення країни. ООН установила межу бідності у розмірі 510 доларів на місяць, в Україні ця цифра сягає 300 доларів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Серед учених, які досліджували та продовжують досліджувати рівень бідності та зниження життєвого рівня населення України, слід виділити праці І.М. Бабака, Н.П. Борецької, В.М. Геця, О.А. Грішнєвої, О.Ф. Новікової, Антонюк, І.В. Качалової, Н.С. Власенко, Л.С. Шевченко. У роботах зазначених учених досліджуються як методичні підходи до визначення бідності, так і особливості прояву цього явища в Україні та його наслідки. Не зменшуючи значення робіт вітчизняних науковців, варто зазначити, що проблема бідності в Україні досі невирішена та потребує чіткої систематизації елементів державного регулювання сучасної системи доходів населення країни.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Завданням статті є аналіз причин, що спричиняють високий рівень бідності в Україні, та дослідження методів подолання цього явища.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Поняття «бідність» у житті сучасного українця набуло великого значення.

Актуальність цієї теми пов'язана з тим, що Україна – найбідніша країна в Європі, а у світовому рейтингу посіла 123-є місце зі 140 країн за рівнем особистого багатства населення, показник якого на середину 2018 р. становив 1 563 долари. Найближчі сусіди попереду – Непал (2 054 дол.), Камерун (2 282 дол.), Кенія (2 306 дол.) Бангладеш (2 332 дол.), Лесото (2 640 дол.). Позаду в списку – Білорусь (1 563 дол.), Таджикистан (1 364 дол.), Замбія (1 197 дол.), Сирія (1 190 дол.), Малі (1 094 дол.). На першому місці знаходиться Швейцарія з понад 530 тис дол. на одну дорослу людину, далі йдуть Австралія з 411 тис дол. і США з майже 404 тис дол. До десятки також входять Бельгія, Норвегія, Нова Зеландія, Канада, Данія, Сінгапур, Франція. Найгірші позиції в списку зі 140 країн у ДР Конго (331 дол.), Ефіопії (167 дол.) і Малаві (141 дол.).

Бідність є не лише соціальною, а й економічною категорією, а отже, залежить від таких макроекономічних показників, як обсяг ВВП, рівень безробіття, індекси інфляції та реальної заробітної плати. Виділяють декілька груп причин високого рівня бідності в Україні:

1. економічні;
2. соціально-медичні;
3. демографічні;
4. соціально-економічні;
5. освітньо-кваліфікаційні;
6. політичні;
7. регіонально-демографічні (нерівномірний розвиток регіонів).

1. До першої групи відносять економічні причини високого рівня бідності, тобто рівні безробіття, продуктивності праці, низька заробітна плата та неконкурентоспроможність галузі. Безробіття – це складне соціально-економічне явище, за якого частина економічно активного населення не має роботи й заробітку [2, с. 13–15].

Спад української економіки спричинив зростання рівня безробіття серед населення. І хоча темпи відновлення економічної активності демонструють позитивну динаміку (на кінець 2018 р. рівень безробіття становив 10%, а вже на перше півріччя 2019 р. цей показник становив 9,2%), досягти рівня зайнятості хоча б докризового періоду поки що не вдалося. Головною причиною зростання безробіття стало падіння економіки та відповідне зниження фінансових результатів діяльності підприємств. Частина компаній збанкрутіла, а деякі, щоб запобігти витратам, почали знижувати рівень своїх витрат та оптимізувати штат працівників.

Ще одним чинником стало підвищення мінімальної заробітної плати. Це змусило підприємців, які не в змозі збільшити свій фонд оплати праці, перевести працівників на неповний робочий день або взагалі на неформальну зайнятість. Рівень безробіття в Україні в березні 2019 р. скоротився порівняно з лютим на 7,3% і становив 340,7 тис осіб.

Наступний складник – низька заробітна плата. Взагалі заробітна плата – це сума матеріальних благ та послуг, які можна придбати за номінальну зарплату. Станом на 1 січня 2019 р. місячна мінімальна заробітна плата в Україні становить 4 173 грн. Хоча, якщо враховувати витрати на споживання, оплату податків та інших індивідуальних платежів, цієї суми не вистачає простому українцю. З підняттям рівня цін на комунальні послуги, продукти та інші повсякденні справи, рівень бідності в Україні зростає, адже якщо зростає мінімальна заробітна плата, відповідно, зростає й рівень цін.

Продуктивність праці – це показник трудової діяльності працівників, який характеризує кількість продукції, виробленої за одиницю часу, або витрати часу на виробництво одиниці продукції. Якщо ВВП свідчить про те, скільки благ виробляє країна загалом, то продуктивність праці показує, як використовуються її трудові ресурси. В Україні найнижча продуктивність праці з усіх європейських країн [3, с. 31–34]. За індексом продуктивності праці, обчисленим тижневиком на підставі даних МВФ і Міжнародної організації праці для 85 країн, українці посідають 72-е місце. Кожен із працюючих українців приніс нації 16 082 дол. [2]. Лідерами рейтингу виявилися Люксембург (кожен працівник там заробив для країни 192 931 дол.), Сінгапур (129 129 дол.) і Норвегія (101 919 дол.). Найближчими «сусідами» України за показниками ефективності праці є жителі Вірменії (16 762 дол.), Азербайджану (18 456 дол.), Таїланду (14 459 дол.) та Іраку (13 902 дол.). Одним із важливих негативних чинників впливу на рівень продуктивності праці у цілому в економіці України є наявність та розширення тіньових економічних процесів. Тінізація економіки гальмує розширення системи стимулів та процеси державотворення в країні. Рівень тіньової економіки України, за різними статистичними даними, сягає 60–70% від обсягу реального ВВП країни, зокрема в країнах Європи, за даними ООН, вони не сягають 20%.

Також ще однією причиною бідності в країні є неконкурентоспроможність галузі, тобто вітчизняні товари та послуги не спроможні конкурувати на ринку.

2. Наступна група причин – соціально-медичні. До них відносять інвалідність, старіння нації та високий рівень захворюваності. На жаль, інвалідність у сучасному світі – це справжній виклик для людини. Через певні обмежені можливості людям важко вести активну економічну діяльність. Інвалідність в Україні – це міра втрати здоров'я та обмеження життєдіяльності, що перешкоджає або позбавляє конкретну особу здатності чи можливості здійснювати діяльність у спосіб та в межах, що вважаються для особи нормальними залежно від вікових, статевих, соціальних і культурних чинників. У цьому визначенні не враховується той факт, що інвалідність – це проблема су-

спільна, відповідальність за її вирішення лягає на плечі суспільства і держави, а не тільки на людину. Кількість осіб з інвалідністю сьогодні становить близько 6% населення України, на початок року, за даними Державної служби статистики України, ця цифра становила 2 млн 600 тис осіб [1].

Також причиною бідності є високий рівень захворюваності, на жаль, за останні десятиліття кількість хворих зросла в декілька разів. Це супроводжується поганою екологією, для України це одна з найголовніших проблем після техногенної катастрофи 26 квітня 1986 р. – вибуху на Чорнобильській АЕС, що й досі призводить до страшних наслідків і виникнення нових хвороб; значна частина України постраждала від забруднення небезпечними речовинами, зростає кількість хворих на рак, туберкульоз та на інші страшні хвороби, які не дають змоги повноцінно вести економічну діяльність.

3. Наступною групою причин бідності в Україні є демографічна. Останні демографічні тенденції в Україні свідчать, що зростає чисельність народжених і скорочується чисельність померлих, хоча природний спад населення зберігається. Країні потрібні кардинальні заходи для зміни соціально-економічного базису демографічних процесів та їх ментальних основ. Ужитих заходів у галузі соціально-демографічної політики явно недостатньо для повного вирішення демографічних питань. Потрібні подальші зусилля з оптимізації соціально-демографічної політики в Україні. Демографічне зростання України можливе тільки за реального збільшення соціальних інвестицій і підвищення ефективності витрачених коштів на соціально-демографічну політику [4, с. 112–115]. Вирішення демографічної проблеми в Україні вимагає об'єднання всіх реалізованих напрямів політики в спеціальну Національну програму демографічного розвитку з виділенням достатніх коштів і створенням спеціальних органів влади, відповідальних за її реалізацію. Національна програма демографічного розвитку України повинна включати три напрями: «Стимулювання народжуваності, підтримка сім'ї, відповідального материнства і батьківства», «Поліпшення здоров'я і скорочення смертності населення» і «Оптимізація системи розселення, регулювання міграції та стимулювання зайнятості населення», а також заходи організаційного порядку.

Нині в Україні досить високий рівень розлучень (на 1 000 сімейних пар 750 розлучень) [1]. Це спричинено важкою політичною ситуацією в країні, а також економічно-соціальними причинами. Вимушена неповна зайнятість, криза неплатежів, низькі стандарти оплати праці і недосконалість соціальної політики призвели й до критичного матеріального становища сімей, через що виникають конфлікти в сім'ях і призводять здебільшого до розлучень.

4. До соціально-економічної групи причин бідності належить рівень життя українця. Від

держави, її стратегії будівництва економічного життя, ситуації всередині країни і залежить рівень життя простого українця. Останніми роками соціально-економічна ситуація в Україні докорінно змінила життя населення. Перебудова економічних відносин в умовах спаду виробництва, інфляції, зміни форм власності призвела до різкого зниження рівня життя населення, зменшення його платоспроможності, розшарування суспільства за рівнем доходів, зростання безробіття. Зниження рівня й якості життя населення, недосконалість проведення економічних та політичних реформ, майнові нерівності призводять до загострення соціальних протистоянь у суспільстві.

Низький рівень життя широких верств населення у поєднанні з надмірним – за європейськими стандартами – майновим розшаруванням є чи не основною соціальною проблемою України. Таку невинуватено високу ціну платить суспільство за економічні трансформації. Сучасна наука визначає бідність як «неможливість через брак коштів підтримувати спосіб життя, притаманний конкретному суспільству в конкретний період часу». Суть цього виразу пояснює те, що внаслідок матеріальних нестатків бідні верстви населення не можуть забезпечити себе необхідними для життєдіяльності елементами, зокрема харчуватися відповідно до місцевих стандартів, не можуть оплачувати житло та комунальні послуги виходячи зі своїх потреб, не можуть лікуватися та відпочивати, забезпечуючи відновлення втраченого через хворобу або перенавантаження здоров'я, не говорячи про щоденні соціальні вигоди – комунікаційні, транспортні послуги, а також необхідну в сьогоdnішніх умовах належну освіту собі та своїм дітям. Отже, маючи економічне походження, бідність є набагато ширшим явищем, що стосується різноманітних аспектів життя населення, особливо рівня соціального забезпечення українця [5, с. 37].

5. До освітньо-кваліфікаційних причин бідності відносять низький рівень освіти та недостатню професійну підготовку. Освіта є одним із головних ресурсів сучасного суспільства, прогрес якого базується на розбудові системи знань. Рівень та якість здобутої освіти, освітні досягнення населення значною мірою визначають структурно-інноваційні можливості розвитку економіки та багатьох інших сфер, важливих для людського добробуту. Саме тому забезпечення доступності високоякісної освіти впродовж життя як необхідної передумови ефективного функціонування та економічного зростання країни було визнано однією з головних цілей у сфері людського розвитку, сформульованих у Декларації тисячоліття ООН. За умов депопуляції і несприятливих демографічних перспектив, коли скорочуються обсяги власної робочої сили, в Україні актуалізуються нові вимоги до продуктивних сил: зміщення пріоритетів поповнення трудових ресурсів із кількісних на якісні. Нові соціально-економіч-

ні орієнтири, необхідність постійного відтворення й удосконалення кваліфікованої робочої сили вимагають зростаючих капіталовкладень у сферу людського розвитку, зумовлюють потребу у постійній самоосвіті і навчанні впродовж усього життя, підвищенні кваліфікації і професійної підготовки, оволодінні новітніми технологіями відповідно до зростаючих вимог суспільного розвитку. Саме рівень освіти й кваліфікації визначає можливості професійної зайнятості молоді, її конкурентоспроможність на ринку праці, а отже, є важливим чинником рівня економіки і, відповідно, впливає на рівень бідності в країні.

6. До політичної групи причин бідності в країні відносять військові конфлікти та вимушену міграцію. Ці причини найбільш актуальні для України, оскільки вже понад п'ять років триває збройний конфлікт на Сході. Україна не залишилася осторонь світових міграційних процесів. На жаль, події 2014–2019 рр. на Сході та Півдні України, анексія Криму призвели до ситуації, у якій внутрішньо переміщеними особами офіційно вважаються 1 459 226 переселенців із Донбасу та Криму (це за офіційними даними Державної служби статистики України) [1]. Ситуація вимушеної міграції має декілька аспектів:

- економічний – утрата матеріальних благ, фінансова невпевненість;
- правовий – складність у визначеності юридичного статусу у країні-реципієнті, тривалість і стабільність здобуття законного статусу громадянина, правова нерівність із титульним населенням держави;
- психологічний – переживання негативних життєвих подій (утрат, змін, що відбуваються до і під час переселення та у період адаптації до нового суспільства);
- соціально-культурний – соціальні зміни та культурні (етнічні, релігійні тощо) відмінності у новому середовищі, ізоляція;
- політичний – відсутність, до повного набуття громадянства, можливості легального впливу на внутрішню та зовнішню політику держави.

Так, в економічному аспекті у результаті міграційних явищ зазнають суттєвих змін статево-віковий склад, освітньо-професійний рівень населення регіону-донора та регіону-реципієнта. З одного боку, це ліквідація дефіциту робочої сили, підвищення конкурентоздатності, ефективності праці, зростання економічних показників і гальмування інфляції (іноземні працівники більш схильні до накопичення фінансових заощаджень), але, з іншого – посилення конкуренції, зниження якості праці (через низьку компетентність «дешевих» працівників-мігрантів, особливо у разі вимушеної міграції), підвищення навантаження на ринок житлово-побутових послуг, виведення фінансів за кордон (до країни-донора), часто зростання рівня економічної та кримінальної злочинності, міжетнічні конфлікти (за умов відмови мігран-

тів до асиміляції) тощо. Цікавим є й той факт, що існують певні відмінності у розмірі оплати праці мігрантів та місцевого населення.

7. Останньою причиною бідності є нерівномірний розвиток регіонів. Остання світова криза та військовий конфлікт ще більше поглибили асиметрію розвитку регіонів України. Забезпечити їх сталий розвиток лише за допомогою регіональної політики неможливо. Для усунення асиметрії в економічному та соціальному розвитку регіонів необхідно розробити дієві принципи регулювання на державному рівні. При цьому необхідно зазначити, що кожен депресивний регіон має свої причини та особливості депресивності. Базовими диспропорціями регіонального розвитку України є такі:

- у великих містах та переважно промислових районах економічний розвиток відбувається більш динамічно, ніж в аграрних місцевостях;

- мешканці сільських територій отримують нижчу заробітну плату, ніж населення обласних центрів;

- вищий доступ до публічних послуг, інформаційних комунікацій та отримання якісніших послуг має населення великих міст;

- розвиток підприємництва значно ускладнений у віддалених від обласного центру місцевостях;

- навколо великих міст та промислових територій переважно зосереджена розвинена логістична мережа.

Заходи і механізми зниження бідності:

- створення умов для зростання виробництва і, відповідно, для задоволення грошових доходів населення. В умовах збільшення безробіття і нерівномірності розподілу доходів різних соціальних груп населення держава може сприяти підвищенню соціальної відповідальності підприємств шляхом їх залучення до програми освіти, скорочення безробіття та безпритульності, поліпшення умов праці. Розширення купівельної спроможності населення може бути здійснено завдяки підтримці великими корпораціями малого та середнього бізнесу в результаті реалізації проєктів та підрядів, що є джерелом додаткових робочих місць та джерелом доходів населення;

- підтримка мікроекономічної стабільності. Для моніторингу макроекономічних тенденцій та їх аналізу було розроблено спеціальне табло з індикаторами. Сюди закладається набір економічних, фінансових та структурних показників з відповідними пороговими значеннями, що допомагають виявляти макроекономічні дисбаланси. При цьому передбачається можливість за необхідності коригувати показники та їхні порогові значення з тим, щоб урахувати зміни характеру макроекономічних дисбалансів, пов'язаних, зокрема, з розвитком загроз макроекономічній стабільності [6, с. 3–7];

- проведення антиінфляційної політики. Боротьба з некерованою інфляцією є однією з головних проблем державного регулювання цін. Для стримування надмірної інфляції та зменшення її

негативних наслідків уряд здійснює антиінфляційну політику. Антиінфляційна політика – це комплекс відповідних заходів державного регулювання економіки, які спрямовані на боротьбу з надмірною інфляцією. Утілення в життя такої політики потребує від уряду розроблення антиінфляційної програми, яка визначає мету, завдання та способи її реалізації, що залежить від стадії інфляційного процесу, його інтенсивності та інших чинників. Так, завдання боротьби з інфляцією чи обмеження масштабів інфляційних наслідків є різними та потребують різних методів регулювання [7, с. 18–26];

- встановлення мінімального розміру оплати праці. Мінімальна заробітна плата – це законодавчо встановлений розмір оплати праці за виконану працівником місячну (годинну) норму праці. Мінімальна заробітна плата в погодинному розмірі застосовується на підприємствах усіх форм власності, а також фізичними особами – підприємцями, які використовують найману працю, якщо ними встановлено погодинну оплату праці із застосуванням нормованих завдань та обліком фактичного робочого часу. Розмір мінімальної заробітної плати переглядається щорічно не рідше одного разу на рік та встановлюється Верховною Радою України за поданням Кабміну у Законі про Державний бюджет України. Під час обговорення розміру мінімальної зарплати на наступний бюджетний рік ураховуються пропозиції, вироблені шляхом переговорів спільного представницького органу об'єднань профспілок і спільного представницького органу об'єднань організацій роботодавців на національному рівні. Розмір мінімальної заробітної плати не може бути нижче за прожитковий мінімум для працездатних осіб, установлений на відповідний бюджетний рік.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, поняття «бідність» у житті сучасного українця набуло великого значення. Актуальність цієї теми пов'язана з тим, що Україна – найбідніша країна в Європі, а у світовому рейтингу посіла 123-є місце зі 140 країн за рівнем особистого багатства населення, показник якого на середину 2018 р. становив 1 563 долари. Наслідками виникнення бідності в Україні є низький рівень життя, погіршення стану здоров'я, неможливість отримати якісну освіту, військовий конфлікт у державі, демографічна проблема, безробіття, низька продуктивність праці, вимушена міграція, екологічні проблеми, нерівномірний розвиток регіонів. На жаль, бідність неможливо подолати повністю, але за допомогою державних стратегій її рівень можливо зменшити та зберегти певну стабільність у суспільстві. Стратегією прогресивного розвитку, яка виведе Україну з бідності, є пріоритет національних інтересів та інноваційна економічна політика. В Україні найвищий рівень експлуатації найманих працівників в Європі. Частка зарплати у собівартості продукції, за даними Національної академії наук, становить 6,5%, проте у європейських

країнах – понад 30%. Україна багата як трудовими, так і сировинними ресурсами, які можуть допомогти країні подолати економічну кризу і, таким чином, зменшити рівень бідності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.11.2019).
2. Федоренко В.Г., Пінчук Ю.Б. Євроінтеграція, економіка і ринок праці в Україні. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2014. № 1. С. 13–15.
3. Федунчик Л. Ринок праці в Україні: проблеми та напрями їх вирішення. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2016. № 2. С. 31–34.
4. Підгорний А.З. Соціально-демографічна статистика. Одеса, 2017. 422 с.
5. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність : навчальний посібник. Київ : НТУ «КПІ», 2015. С. 37.
6. Дроздова Л. Шляхи подолання абсолютної бідності в Україні. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 8. С. 3–7.
7. Вітер В. Перспективи подолання бідності та зростання добробуту населення України. *Україна: аспекти праці*. 2011. № 6. С. 18–26.

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 12.11.2019).
2. Fedorenko V.Gh., Pinchuk Ju.B. (2014) Jevrointeghracija, ekonomika i ryнок praci v Ukraini [European integration, economy and labor market in Ukraine]. *Rynok praci ta zajnjatistj naselennja*, no. 1, pp. 13–15.
3. Fedunchyk L. (2016) Rynok praci v Ukraini: problemy ta naprjamy jikh vyrishennja [The labor market in Ukraine: problems and directions of their solution]. *Rynok praci ta zajnjatistj naselennja*, no. 2, pp. 31–34.
4. Pidghornyj A.Z. (2017) *Socialjno-demoghrfichna statystyka* [Socio-demographic statistics]. Odesa. (in Ukrainian)
5. Okhrimenko O.O., Ivanova T.V. (2015) *Socialjna vidpovidaljnistj* [Social responsibility]. Kiyiv : NTU «KPI». (in Ukrainian)
6. Drozdova L. (2010) Shljakhy podolannja absoljutnoji bidnosti v Ukraini [Ways to Overcome Absolute Poverty in Ukraine]. *Ukrajina: aspekty praci*, no. 8, pp. 3–7.
7. Viter V. (2011) Perspektivy podolannja bidnosti ta zrostantnja dobrobutu naselennja Ukrainy [Perspectives on Overcoming Poverty and Welfare Growth in Ukraine]. *Ukrajina: aspekty praci*, no. 6, pp. 18–26.

УДК 332.158

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-52>**Погребняк А.Ю.***кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки та підприємництва
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»***Місяйло О.В.***студентка
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»***Pogrebnyak Anna***Candidate of Economic Sciences
Senior Lecturer at Department Economics and Entrepreneurship
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»***Misyaylo Olena***Student
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»*

СОЦІАЛЬНИЙ АНАЛІЗ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

SOCIAL ANALYSIS OF THE DAIRY INDUSTRY IN THE LVIV REGION

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто основні аспекти соціального аналізу молочної промисловості Львівської області. Встановлено, що на початку 2000-х років Львівська область була лідером серед інших областей за обсягами виробництва молока, проте сьогодні обсяги значно скоротилися. Проведено аналіз за основними складниками. Розглянуто демографічні показники регіону: кількість живонароджених та померлих, населення працездатного віку (15–64 років) та частка жителів сільської місцевості. Встановлено рівень зайнятості населення, зокрема в сільському господарстві. Досліджено основні складники доходів та витрат населення, а також визначено частку грошових витрат на купівлю молока та молочної продукції. З'ясовано екологічну ситуацію в області за допомогою показників шкідливих викидів в атмосферу та капітальних інвестицій у заходи щодо захисту навколишнього природного середовища. Проаналізовано рівень злочинності у Львівській області, використовуючи показники кількості облікованих правопорушень у сільському господарстві та кількості осіб, яким повідомлено про підозру правопорушень.

Ключові слова: молочна промисловість, соціальний аналіз, рівень зайнятості, сільське господарство, демографічні показники, екологія, злочинність.

АННОТАЦІЯ

В статье рассмотрены основные аспекты социального анализа молочной промышленности Львовской области. Установлено, что в начале 2000-х годов Львовская область была лидером среди других областей по объемам производства молока, однако на сегодняшний день объемы значительно сократились. Проведен анализ по основным составляющим. Рассмотрены демографические показатели региона: количество живорожденных и умерших, население трудоспособного возраста (15–64 лет) и доля жителей сельской местности. Установлен уровень занятости населения, в частности в сельском хозяйстве. Исследованы основные составляющие доходов и расходов населения, а также определена доля денежных расходов на покупку молока и молочной продукции. Показана экологическая ситуация в области с помощью показателей

вредных выбросов в атмосферу и капитальных инвестиций в мероприятия по защите окружающей среды. Проанализирован уровень преступности во Львовской области, используя показатели количества учтенных преступлений в сельском хозяйстве и количества лиц, которым сообщено о подозрении в правонарушении.

Ключевые слова: молочная промышленность, социальный анализ, уровень занятости, сельское хозяйство, демографические показатели, экология, преступность.

ANNOTATION

The main aspects of social analysis of dairy industry of Lviv region are considered in the article. It is established that in the early 2000s the Lviv region was the leader among other regions in terms of milk production, but today it have significantly decreased. An analysis was conducted on the main components. The demographic indicators of the region are considered: the number of births and deaths, the population of working age (15–64 years) and the share of rural residents. The employment rate of the population in Lviv region, in particular in agriculture, has been established. The analysis of the average number of staff members of the Lviv region was also important. The basic components of income and expenditures of the population are investigated, as well as the share of cash expenditures for the purchase of milk and dairy products. The structure of income was divided into wages, income from business and self-employment, income from the sale of agricultural products, pensions, degrees, benefits and subsidies provided in cash, cash assistance from relatives, other persons and other income. Besides, cost structure is divided into costs for food, tobacco, alcohol, non-consumed total costs, non-food products and services. The environmental situation in the region is determined by means of indicators of harmful emissions into the atmosphere and capital investments in measures for environmental protection. Crime levels in the Lviv region were analyzed using indicators of the number of reported offenses in agriculture and the number of persons reported as suspected of offenses. The social analysis of the dairy industry has helped to identify labor reserves, external environmental and criminogenic factors that will contribute to the development of farms and other actors in the economic activity of

dairy production. Moreover, the conducted research is important in view of the prospects of dairy industry development in Lviv region, namely the increase in the number of milk production and processing enterprises in the region. The development of one region will help boost the economy at the national level.

Key words: dairy industry, social analysis, employment rate, agriculture, demographics, ecology, crime.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Історично склалося, що Львівська область має сприятливі умови для молочної промисловості – від природно-кліматичних факторів до культури ведення сільського господарства у селянських домогосподарствах. У 2002 р., коли обсяг виробництва молока в Україні становив 14 138,1 тис т, Львівська область виробляла 1 061,6 тис т, що становило 7,5% від загального обсягу. Останні дані свідчать про те, що рівень молочного виробництва України в 2019 р. порівняно з 2002 р. упав на понад 83% (2 313,9 тис т), а Львівська область посідає сьоме місце (24 тис т) [1].

Асоціація виробників молока стверджує, що українська молочна промисловість демонструє згортання: кількість дійного покоління протягом 10 останніх років скоротилася на 43%, обсяг молока, яке надійшло на переробку, – на 10%, а імпорту молочної продукції переважає над експортом. Основними причинами такої ситуації є спекуляції навколо питання відкриття ринку землі, недосконалість аграрної політики та відсутність на національному рівні чіткого стратегічного плану щодо молочної промисловості [2].

Отже, важливим є проведення соціального аналізу молочної промисловості у Львівській області як колишнього лідера у виробництві молока серед інших регіонів країни для виявлення перспектив розвитку досліджуваного виду економічної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідженню функціонування та розвитку молочної промисловості присвячено праці таких учених, як: Н.С. Белінська, С.В. Васильчак, А.Я. Данкевич, Т.А. Зінчук, О.Ю. Лупенко, В.С. Ніценко, В.О. Рибінцев, П.Т. Саблук, Л.Д. Тулуш, О.М. Шпичак.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Однак, незважаючи на велику увагу, приділену дослідженню молочної промисловості, важливим є її аналіз у регіональному розрізі, зокрема Львівської області як однієї з найсприятливіших областей для провадження такого виду економічної діяльності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є визначення перспектив розвитку молочної промисловості Львівщини за допомогою соціального аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Соціальний аналіз часто використовується під час проектного аналізу. Його основною метою є визначення доцільності реалізації проекту з погляду населення, яке проживає в регіоні здійснення проекту, екології та криміногенної ситуації. Соціальний аналіз молочної промисловості допоможе виявити резерви робочої сили, зовнішні екологічні та криміногенні чинники, які сприятимуть розвитку фермерських господарств та інших суб'єктів економічної діяльності – виробництва молочної продукції.

Проведення соціального аналізу включає у себе декілька складників, аналіз яких є необхідним (рис. 1).

Проведений аналіз демографічної ситуації у Львівській області демонструє таке. Територія Львівської області – 21 833 км², що дає змогу опинитися на 17-й сходинці у переліку територій 24 областей країни та Автономної Республіки Крим. Адміністративно-територіальний устрій Львівщини: 20 районів, 25 територіальних громад, 44 міста, 34 селища міського типу та 632 села. Щільність населення регіону сягає 116,3 осіб на 1 км² (у 2014 р.). Частка сільського населення в регіоні – 39% [4]. Населення регіону коливається в межах 2,5 млн осіб, із них 1,7 млн осіб у віці 15–64 років. Зміни у 2017 р. порівняно з 2005 р. всього населення та населення віком 15–64 років становлять -1,9% та -1,7% відповідно. Кількість сільського населення скоротилася протягом останніх 12 років понад 3%, однак темп приросту сільського населення віком 15–64 років становить +1,3% (рис. 2).

Кількість народжених у Львівській області в 2018 р. порівняно з 2002 р. зменшилася на 3,1%. Протягом аналізованого періоду відбуваються коливання, проте лінія тренду говорить про загальне зростання живонароджених осіб. Кількість померлих осіб має протилежну тенденцію: у 2018 р. кількість померлих на 3,5% менша, ніж у базовому році (рис. 3).

Отже, аналіз демографічної ситуації Львівщини допоміг дійти висновку, що кількість по-

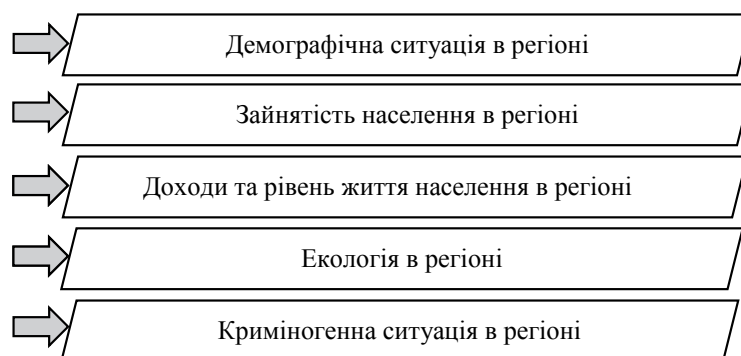


Рис. 1. Складники соціального аналізу

Джерело: складено на основі [3, с. 107]

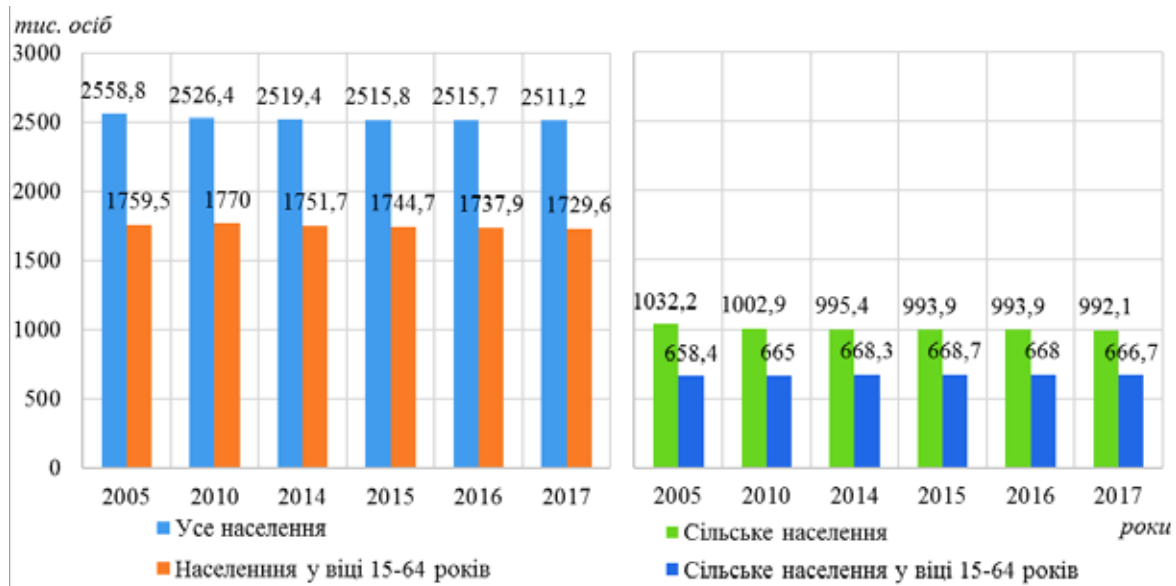


Рис. 2. Населення Львівської області, 2005–2017 рр.

Джерело: побудовано на основі даних [5]

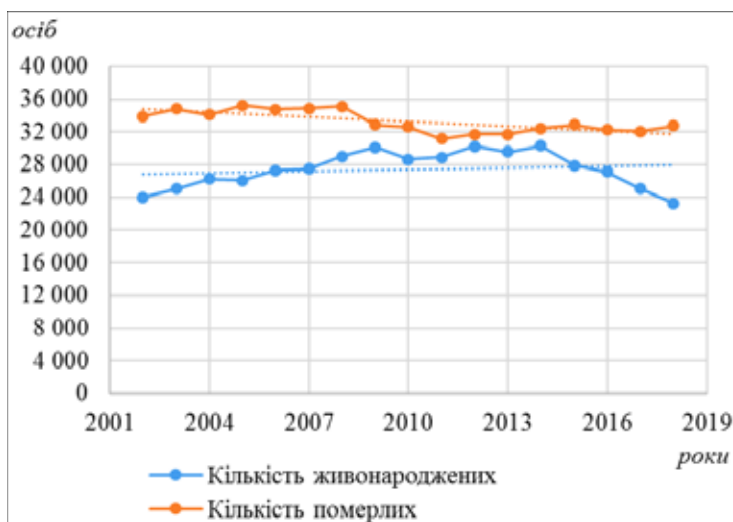


Рис. 3. Демографічні показники Львівської області, 2001–2019 рр.

Джерело: побудовано на основі даних [6]

тенційних споживачів молочної продукції має загальну тенденцію до зростання, крім того, зростання кількості осіб віком 15–64 років, які проживають у сільській місцевості, є індикатором, який свідчить про потенційно можливих виробників молока (як домогосподарства).

Моніторинг показників зайнятості населення в регіоні продемонстрував таке. Кількість зайнятого населення в регіоні – понад 41%, із них найманих працівників підприємств, організацій установ – близько 22,5%. У сільському, лісовому та рибному господарстві кількість зайнятих осіб у відношенні до загальної кількості зайнятих становить 18,3% і 18,2% у 2016 та 2017 рр. відповідно (табл. 1).

Середньооблікова кількість штатних працівників Львівщини у 2017 р. скоротилася порівняно з 2010 р. на 16%, а кількість штатних працівників у сільського, рибного та лісового господарстві – на 14%. Частка працівників сільського, лісового та рибного господарства у загальній структурі протягом аналізованого періоду коливається в межах 2,1%. Проте темп приросту цієї частки порівняно з 2010 р. зріс на 2,3%, тобто у перелічених видах господарства залучено більшу кількість працівників у 2017 р. порівняно з базовим роком (рис. 4).

Згідно з отриманими даними аналізу зайнятості населення в регіоні, лише 42% населення є зайнятими, з них 7,6% – у сільському,

Таблиця 1

Кількість зайнятого населення у Львівській області, 2016–2017 рр.

	2016		2017	
	усього	у т.ч. наймані працівники підприємств, установ та організацій	усього	у т.ч. наймані працівники підприємств, установ та організацій
Усього зайнято, тис осіб	1047	569,1	1050,8	560,3
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство, тис осіб	191,5	12,9	191,5	13,5

Джерело: побудовано на основі даних [5]

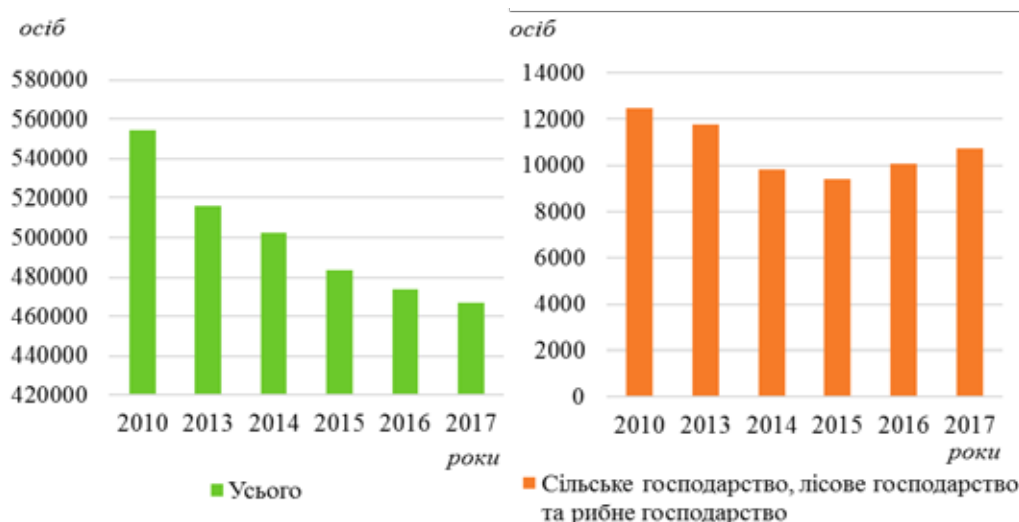


Рис. 4. Середньооблікова кількість штатних працівників Львівської області

Джерело: побудовано на основі даних [5]

рибному та лісовому господарстві. Це означає, що існує резерв невикористаного трудового потенціалу, який у перспективі може залучитися до підприємств та організацій молочної промисловості.

Аналіз доходів та рівня життя населення в регіоні показав таке. У структурі доходів найбільші частки мають оплата праці, а також пенсії, стипендії, допомоги та субсидії, надані готівкою. Проте для даних двох видів доходів спостерігається різна тенденція: оплата праці в середньому щорічно збільшує свою частку в структурі доходів, тоді як державні виплати (зокрема, пенсії, стипендії, допомоги та ін.) скорочуються (рис. 5).

Для сільського населення доходи від продажу сільськогосподарської продукції відіграють важливу роль. На жаль, статистичні дані свідчать про те, що щорічно частка такого виду доходів щорічно зменшується (рис. 6). Це пов'язано частково з тим, що населення не задоволене ціновою політикою збуту молока домогосподарствами.

У Львівській області середньомісячна заробітна плата найманих працівників у сільському, лісовому та рибному господарстві переважає над середньою зарплатою, зокрема у 2017 р. на 29%. Протягом досліджуваного періоду спостерігається тенденція до зростання номінальної заробітної платні (рис. 7).

Структура сукупних витрат домогосподарств Львівської області за 2018 р. демонструє, що 50% (у середньому на місяць – 4 912,80 грн) витрат припадає на купівлю продуктів харчування, 40% (3 939,20 грн) – на непродовольчі товари та послуги (одяг, взуття, комунальні послуги, охорона здоров'я, освіта, зв'язок та ін.) (рис. 8).

Оскільки половину витрат домогосподарств становлять продукти харчування, необхідно проаналізувати структуру грошових витрат домогосподарств на харчування. Статистичні дані свідчать про те, що купівля молочних продуктів становить понад 13% витрат, що є третім за величиною складником витрат на харчові продукти (рис. 9).

Отримані дані свідчать про те, що рівень доходів у населення, що зайняте у сільському, рибному та лісовому господарстві, значно вищий, аніж середній дохід в області. Це гово-



Рис. 5. Структура грошових доходів домогосподарств (відсотків) Львівської області

Джерело: побудовано на основі даних [6]

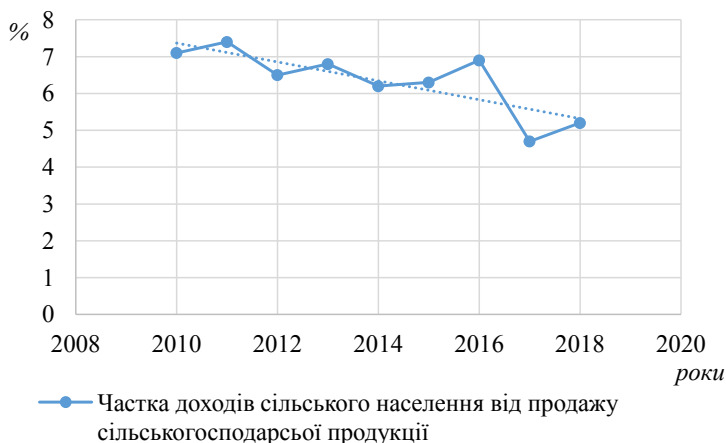


Рис. 6. Доходи від продажу сільськогосподарської продукції населення сільської місцевості у Львівській області
Джерело: побудовано на основі даних [6]



Рис. 7. Середньомісячна номінальна заробітна плата найманих працівників у Львівській області
Джерело: побудовано на основі даних [5]

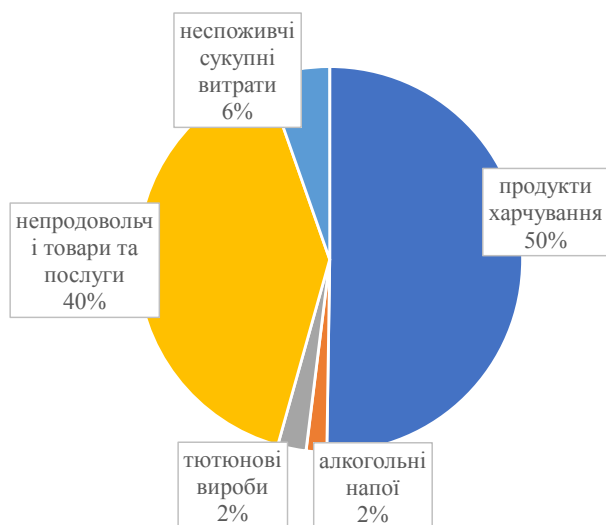


Рис. 8. Сукупні витрати домогосподарств Львівської області, 2018 р.
Джерело: побудовано на основі даних [6]

рять про те, що населення зацікавлене у залученні до праці на підприємствах молочної промисловості. А дані структури грошових видатків, а також видатків на харчування допомогли дійти висновку, що молочно продукція є важливим складником у харчуванні населення Львівщини, тому відсоток потенційних споживачів є високим.

Дослідження екологічної ситуації в регіоні допомогло з'ясувати, що викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря у Львівській області скоротилися у 2018 р. порівняно з попереднім роком на 2,2% (зі 109 107 т до 106 742 т): у розрахунку на один квадратний кілометр – із 5 т до 4,9 т, а в перерахунку на одну особу – із 43,1 кг до 42,3 кг. Ці дані говорять про те, що середній рівень забруднення атмосферного повітря є мінімальним (рис. 10).

Окрім того, Львівська область знаходиться у шістьці лідерів серед 24 областей України та Автономної Республіки Крим за капітальними інвестиціями на охорону навколишнього природного середовища. У 2018 р. обсяг інвестицій становив 284,5 млн грн, що більше на 18% порівняно з попереднім роком та 174% більше, ніж у 2016 р. [7].

Згідно з вищесказаним, екологія у Львівському регіоні знаходиться на високому рівні, про що свідчать мінімальні обсяги шкідливих викидів в атмосферу та значні капіталовкладення у заходи щодо охорони навколишнього середовища. Окрім того, великі площі пасовищ для великої рогатої худоби знаходяться у природно-заповідному фонді України. Це є сприятливим чинником для розвитку молочної промисловості в досліджуваній області.

Моніторинг криміногенної ситуації в регіоні допоміг дійти таких висновків. Дані Львівської прокуратури демонструють позитивну криміногенну ситуацію в області: 74 облікова-

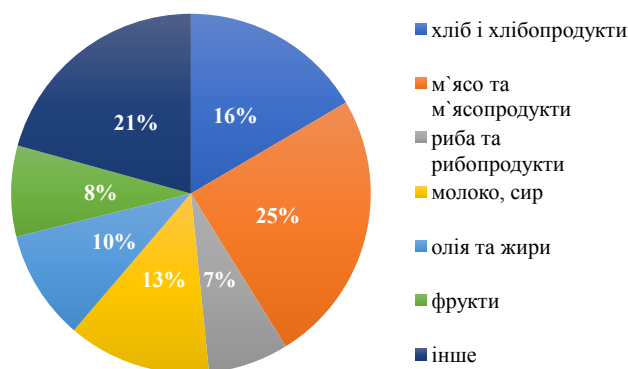


Рис. 9. Структура грошових витрат домогосподарств на харчування у Львівській області, 2018 р.
Джерело: побудовано на основі даних [6]

них кримінальних правопорушення у 2018 р. у сільському господарстві, мисливстві та наданні пов'язаних із ними послуг, коли загальнодержавне значення – 2 714 кримінальних правопорушень. Кількість осіб, яким повідомлено про підозру кримінального правопорушення на підприємствах, установах, організаціях сільського господарства, мисливства та надання пов'язаних із ними послуг, по всій країні – 507, а у Львівській області – 5 [8; 9]. Отже, злочинність у сільському господарстві у досліджуваному регіоні є низькою, що є ще одним сприятливим фактором для здійснення господарської діяльності молочної промисловості у Львівській області.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведене дослідження показало, що найкраща ситуація – в екологічному та кримінальному складниках, а переважання кількості померлих над живонародженими послаблює демографічний складник. Соціальний аналіз молочної промисловості у Львівській області підтвердив, що резерв робочої сили населення, сприятлива екологічна на криміногенна ситуація є чинниками успішного функціонування і стабільного розвитку молочної промисловості в регіоні. Збільшення кількості підприємств із виробництва молока та молочної продукції у Львівській області допоможе розвинути молочну промисловість не лише в регіоні, а й на державному рівні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 20.11.2019).
2. Асоціація виробників молока: Аналіз молочної галузі України. URL: <http://avm-ua.org/uk/post/analiz-molocnoi-galuzi-ukraini> (дата звернення: 20.11.2019).
3. Струтинська І.В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Проектний аналіз» для студентів усіх форм навчання. Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2015. 172 с.
4. Основні демографічні показники Львівської області. URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv/Dialog/Saveshow.asp (дата звернення: 21.11.2019).
5. Сільське господарство Львівської області 2017 : статистичний збірник. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2018/ZB0420180101.pdf> (дата звернення: 21.11.2019).
6. Головне управління статистики у Львівській області. URL: <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.11.2019).
7. Довкілля України : статистичний збірник. 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/11/Zb_dovk_2018.pdf (дата звернення: 25.11.2019).
8. Генеральна прокуратура України. URL: <https://www.gp.gov.ua/> (дата звернення: 28.11.2019).
9. Прокуратура Львівської області. URL: <https://lviv.gp.gov.ua> (дата звернення: 28.11.2019).

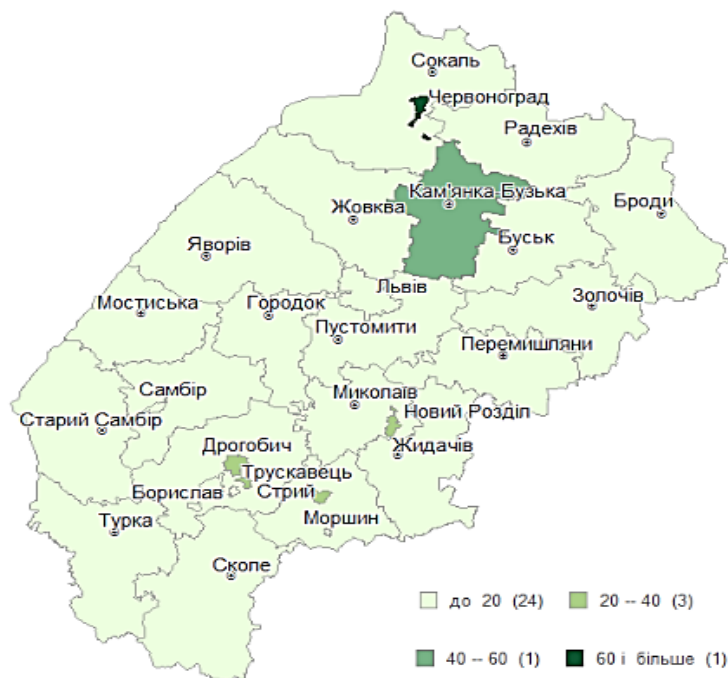


Рис. 10. Викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами забруднення у розрахунку на 1 кв. км, т, 2018 р. (Львівська область)
Джерело: побудовано на основі даних [6]

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 20.11.2019).
2. Asotsiatsiia vyrobnykiv moloka: Analiz molochnoi haluzi Ukrainy [Association of Milk Producers: Analysis of the dairy industry in Ukraine]. Available at: <http://avm-ua.org/uk/post/analiz-molocnoi-galuzi-ukraini> (accessed 20.11.2019).
3. Strutynska I.V. (2015) Oporny konsept lektsii z dystsypliny «Proektnyi analiz» dlia studentiv usikh form navchannia [Basic synopsis of lectures on the discipline «Project analysis» for students of all forms of study]. Ternopil: TNTU im. I. Puliuia. 172 p.
4. Osnovni demografichni pokaznyky Lvivskoi oblasti [Main demographic indicators of Lviv region]. Available at: http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv/Dialog/Saveshow.asp (accessed 21.11.2019).
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017) Silske hospodarstvo Lvivskoi oblasti [Agriculture in Lviv region]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2018/ZB0420180101.pdf> (accessed 21.11.2019).
6. Holovne upravlinnia statystyky u Lvivskii oblasti [Head Office of Statistics in Lviv Region]. Available at: <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/> (accessed 22.11.2019).
7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018). Dovkillia Ukrainy [Ukraine's environment]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/11/Zb_dovk_2018.pdf (accessed 25.11.2019).
8. Heneralna prokuratura Ukrainy [Prosecutor General's Office of Ukraine]. Available at: <https://www.gp.gov.ua/> (accessed 28.11.2019).
9. Prokuratura Lvivskoi oblasti [Prosecutor's office of Lviv region]. Available at: <https://lviv.gp.gov.ua> (accessed 28.11.2019).

УДК 330.85

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-53>**Роечко В.І.***кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та організації виробництва
Дніпровського державного технічного університету***Royenko Vita***Candidate of Historical Sciences, Associate professor,
Associate Professor at Economics
and Production Organization Department,
Dniprovsk State Technical University*

ЕВОЛЮЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ РОЛІ ДЕРЖАВИ

EVOLUTION OF THE ECONOMIC ROLE OF THE STATE

АНОТАЦІЯ

У статті науково обґрунтовано проблеми формування, розвитку та особливостей економічної ролі держави в різні історичні періоди. Автор звертає увагу на економічну функцію держави у перехідний період та аналізує економічну функцію держави у сучасній Україні. Як доводить історичний досвід людства, держава – це особлива універсальна інституція, що має публічну, державну владу та спеціалізований апарат для регулювання системи суспільних відносин загалом. Якщо раніше держава в економічній сфері виконувала функцію збереження наявної економіки, то в перехідній економіці вона повинна активно сприяти формуванню нової майбутньої економічної системи. Практика державного регулювання економіки розвинутих країн за останні десятиліття засвідчує, що найліпших результатів за ринкових умов досягають у поєднанні регулюючої діяльності держави з ефективним використанням ринкового саморегулювання. У роботі виявлено зв'язки між рівнем розвитку господарства й економічними функціями держави.

Ключові слова: держава, економічна функція, трансформація, перехідна економіка, протекціонізм, антимонопольне регулювання, макроекономічна стабілізація.

АННОТАЦИЯ

В статье научно обоснованы проблемы формирования, развития и особенностей экономической роли государства в разные исторические периоды. Автор обращает внимание на экономическую функцию государства в переходный период и анализирует экономическую функцию государства в современной Украине. Как показывает исторический опыт человечества, государство – это особенная универсальная инсти-туция, которая имеет публичную, государственную власть и специализированный аппарат для регулирования системы общественных отношений. Если раньше государство в экономической сфере осуществляло функцию сохранения существующей экономики, то в переходном процессе оно должно активно способствовать формированию новой будущей экономической системы. Практика государственного регулирования экономики развитых стран за последнее десятилетие свидетельствует, что наилучшие результаты в рыночных условиях достигаются в объединении регулирующей деятельности государства с эффективным использованием рыночного саморегулирования. В работе выявлена связь между уровнем развития хозяйства и экономическими функциями государства.

Ключевые слова: государство, экономическая функция, трансформация, переходная экономика, протекционизм, антимонопольное регулирование, макроэкономическая стабилизация.

ANNOTATION

The article scientifically justifies the problems of formation, development and features of the economic role of the state in different historic periods. The author pays attention to the economic function of the state in a transitional period and analyzes the economic function in the modern Ukraine. As it is proven by the historical experience of

the humanity, the state is a special universal institution, which has public, state power and specialized apparatus for regulating the public relations sphere as a whole. None of the social institutions is able to replace the role of the state in society. It is the state to manage, regulate and coordinate the cultural, social, ecological, political and economic spheres. Society is changing and the concept of the state's role in economic and social development. The essence and directions of state regulation in the conditions of strengthening the integration processes receive fundamental changes. The effectiveness of economy, as it the reality shows, is not in the state's totalitarianism, but in its ability to organize collective actions of the participants of the business processes rationally, taking into account the specificity of the national economy. It is recognized that there is a close indispensable connection among performing the economic functions by the state, the economic conditions and level of the state's development: the better the state works, the more effective the economy is and the higher the level of development is. From this perspective, the economic research on the evolution of the economic functions of the state becomes extremely important. The occurrence of the economic functions of the state is the result of the development of the productive forces, the objective necessities. The production socialization was deepening, the divided components were added, some manufacturers were cooperating in the market in the collective work process. A lot of general problems emerged, and a separate manufacturer was not able to solve them. This can only be done by such an institute, as the state. If the state used to perform the function of preserving the current economy in the economic sphere, in the transitional economy it should greatly facilitate the creation of a new economic system. The practice of state regulation of the economy of the developed countries for a previous decade testifies the best results under the market conditions in connection with the regulative activity of the state and effective application of the market self-regulation. The work identifies the correlation between the state's level of development and the economic functions of the state.

Key words: the state, economic function, transformation, transitional economy, protectionism, antimonopoly regulation, macroeconomic stabilization.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Як доводить історичний досвід людства, держава – це особлива універсальна інституція, що має публічну, державну владу та спеціалізований апарат для регулювання системи суспільних відносин загалом. Жодна із суспільних інституцій не спроможна підмінити роль держави у суспільстві. Саме держава управляє, регулює та координує культурну, соціальну, екологічну, політичну та економічну сфери. Практика державного регулювання економіки розвинутих країн за остан-

ні десятиліття засвідчує, що найліпші результати за ринкових умов здобувається за поєднання регулюючої діяльності держави з ефективним використанням ринкового саморегулювання. Теоретично і практично доведено, що органічна взаємодія централізованих і децентралізованих засад організації економічного життя суспільства – запорука його сталого розвитку й поступового зростання економічних і соціальних результатів.

За допомогою державного регулювання визначають напрями розвитку економіки на всіх рівнях, держава реалізує усі функції управління в ході здійснення економічної політики.

Суспільство змінюється, і разом із ним змінюються уявлення про роль держави в економічному й соціальному розвитку. Набуває докорінних змін зміст і напрями державного регулювання в умовах посилення інтеграційних процесів. Ефективність економіки, як свідчить реальна дійсність (досвід багатьох європейських країн), не в тоталітарності держави, а в її вмінні раціонально організувати спільні дії учасників (усіх суб'єктів) господарських процесів, ураховуючи при цьому специфіку національного господарства. Вважається, що між виконанням економічних функцій державою, станом економіки та рівнем розвитку країни існує тісний нерозривний зв'язок: чим краще працює держава, тим ефективніша економіка і тим вищий розвиток країни. У цьому зв'язку надзвичайно актуальним стає економічне дослідження еволюції економічних функцій держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Історія становлення держави, теоретичне обґрунтування її ролі та здійснення державою функцій в економіці висвітлено у численних наукових працях вітчизняних та зарубіжних учених. Уперше це питання поставив ще А. Сміт і назвав державу нічним сторожем. З іменем Дж.М. Кейнса пов'язують виникнення уявлення про необхідність активно втручання держави в економіку. Серед класиків економічної науки ці питання досліджували Т. Веблен, Дж. Гелбрейт, Ф. Кене, Д. Майер, А. Маршалл, П. Самуельсон, Й. Шумпетер та ін. На сучасному етапі у вітчизняних (В.Ю. Ніколенко, Г.Н. Климко, С.В. Мочерний, А.А. Чухно, В.М. Тарасевич) і західних (Р. Коуз, Ф. Хайек, О. Вільямсон) дослідженнях більш серйозна увага приділяється діяльності держави, дослідженню впливу змін на економічний розвиток держави, значному розширенню ролі держави в економічному житті сучасного суспільства.

Незважаючи на наявність значного теоретичного надбання, науковці й досі переймаються пошуками оптимальної моделі розвитку та місця в ній держави, визначення функцій держави в сучасних умовах і обґрунтування перспективних напрямів соціальної політики держави з урахуванням суспільних витрат.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується озна-

чена стаття. Окреслено особливості соціально-інвестиційної функції держави та виклики сучасності, які зумовили цю функцію.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – визначити передумови, проблеми формування, розвитку та особливостей економічної ролі держави в різні історичні періоди та еволюцію її економічних функцій.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Виникнення економічних функцій держави є результатом розвитку продуктивних сил, об'єктивних його потреб. Поглиблювалося усупільнення виробництва, додалася подрібненість його складників, окремі товаровиробники об'єднувалися через ринок у колективному процесі праці. Виникало багато загальних проблем, вирішення яких кожному окремому виробникові було не під силу. Серед таких проблем – забезпечення неподільності території держави як середовища для господарської діяльності, зовнішньої та внутрішньої безпеки, розвиток шляхів сполучення, управління, суд, армія, грошовий обіг, формування державної скарбниці. Це були суспільні, загальні проблеми. Вирішенням цих та інших спільних проблем міг займатися тільки такий інститут, який був відносно незалежним від кожного з виробників і від суспільства у цілому. Отже, держава стала апаратом організації, об'єднання господарського життя, реалізації економічних інтересів суспільства у цілому. Так виникає господарство, яке знаходиться в управлінні державної влади.

Починаючи з раннього Середньовіччя процес становлення економічних функцій держави пройшов кілька етапів. У ранній середньовічній державі державне господарство збігається з особистим господарством глави держави. Державна скарбниця у цей період – це одночасно й особиста скарбниця короля. Основна частина суспільних потреб у цей період задовольняється натуральними повинностями. Це утримання короля під час його подорожей по країні, військові та транспортні повинності, поставки продовольства для армії та ін. Суд у цей період є не обов'язком державної влади, а її правом. Вона стягує плату за правосуддя. Становлення централізованих абсолютистських монархій значно змінює економічні функції держави (XV–XVII ст.). Державна скарбниця відокремлюється від особистої скарбниці монарха. Державні фінанси набувають суспільно-правового характеру [1, с. 123]. У середині XV ст. з'являються постійні податки як обов'язкові платежі до державної скарбниці для забезпечення державою суспільних функцій. Основний податковий тягар покладається на низові верстви суспільства. Вищі верстви суспільства зберігають за собою свободу від оподаткування завдяки своєму політичному становищу. Встановлюється правило, що будь-який борг, який утворюється главою держави, стає боргом держави. Це значно розширило кредитоспроможність держави. З'являються постійні внутрішні та зовнішні позики. Запрова-

джуються паперові гроші. Черговий етап – розширення економічних функцій держави – збігається зі становленням конституційної держави (XVIII–XIX ст.). У цей період визнається принцип, згідно з яким державне господарство повинно слугувати виключно суспільним інтересам. Установлюється порядок, відповідно до якого податки мають установлюватися виключно представницькими органами влади (парламент, місцеві представницькі зібрання), створюються єдині загальнодержавні системи податків, ліквідуються внутрішні мита, встановлюється єдина система зовнішнього мита. Визнається тісний взаємозв'язок між центральною державною владою й органами місцевого самоврядування, здійснюється розподіл між ними діяльності щодо задоволення суспільних потреб. Визнається і закріплюється у законодавстві вимога загальності та рівномірності оподаткування. Оголошується, що всі верстви населення рівноправні перед податковим законом [2, с.103].

У XX ст. вдосконалюються і змінюються економічні функції держави. Найсуттєвішими проявами цих змін у другій половині століття стали інтеграційні процеси у світовій економіці, формування наднаціональних міждержавних економічних функцій. У цей період у Західній Європі, Північній Америці, Південно-Східній Азії та інших субрегіонах уніфікується господарське законодавство різних країн, формується узгоджена митна, валютна, промислова, сільськогосподарська, екологічна, соціальна політика. Створюються наднаціональні інститути економічного регулювання, здійснюються заходи переходу до колективних систем грошового обігу. У цей самий період в інших субрегіонах, а саме в Азії, Африці, Центральній Америці та в районі Карибського басейну, а згодом на території колишнього Радянського Союзу бурхливо розвиваються процеси становлення національних держав та формування їхніх власних економічних функцій. Утвердження політичного й економічного суверенітету молодих держав закономірно веде до становлення регіональних економічних об'єднань держав. Отже, економічні функції держави знаходяться в постійній динаміці. Спостерігається їх зростання та ускладнення в тісному взаємозв'язку з розвитком суспільного прогресу [3, с. 169].

Сьогодні можна говорити про обов'язкову взаємодію держави та ринку. Саме вона є важливою передумовою формування ефективної економічної політики, розвитку конкурентних відносин та встановлення держави добробуту, а отже, виконання нею соціальної функції. Найважливіші зміни, що впливають сьогодні на посилення соціальної (а на думку Г.В. Герасименка, соціально-інвестиційної [4]) функції держави, пов'язані зі змінами у фінансовому, екологічному та соціальному середовищі. Економічна глобалізація, що веде до інтеграції ринків капіталу і зростання міжнародної конкуренції, численні фінансові кризи й рецесії ставлять нові вимоги перед державою. Актуальним викликом виступають зміни в демографічних відносинах, а саме прискорення старіння населен-

ня, які проявляються в посиленні індивідуалізації суспільства, масштабні імміграційні процеси, що вже призвели до посилення соціальних ризиків, пов'язаних з етнічною і релігійною неоднорідністю населення [4, с. 54]. Таким чином, ринковій економіці необхідне активне втручання держави в економічні процеси. Без державного втручання неможливий і розвиток самої ринкової системи. Тому держава бере на себе головну роль у регулюванні ринкового господарства. Отже, не можна абсолютизувати роль ринку, недооцінюючи роль держави. Разом із тим не можна перебільшувати можливості держави, не визнавати роль ринкової саморегуляції й стимулювання. Розумний синтез державного регулювання й механізму ринку дає змогу вирішувати основні соціально-економічні проблеми сучасного суспільства. Якщо держава робить більше, ніж їй відведено у регулюванні ринкової економіки, то виникають значні деформаційні процеси в ринковій системі, значно зменшується ефективність її функціонування, насамперед виробництва. Сьогодні держава повинна не тільки визначати загальні правила та рамки ринкового господарства, а й сама діяти, в першу чергу через ринковий механізм.

Сутність державного регулювання економіки в умовах ринкового господарства – це система типових заходів законодавчого, виконавчого й контролюючого характеру, які здійснюються правомочними державними установами й суспільними організаціями з метою стабілізації та пристосування соціально-економічної системи до змін умов її функціонування. Сучасна ринкова економіка є державно регульованою.

Держава завжди виконувала і виконує функції не лише як інструмент реалізації інтересів суспільства у цілому, а й захисту панівних соціальних верств. Поняття «панівні соціальні верстви» є історичним. В умовах постіндустріального суспільства ними стає основна частина населення. За таких умов держава сприяє виробленню компромісних позицій усіх суспільних верств для забезпечення соціальної рівноваги. Отже, економічну роль держави слід досліджувати у двох аспектах: забезпечення нею загальноносупільних інтересів та інтересів панівних верств населення. Останній аспект свого часу не виправдано абсолютизувався вітчизняною теорією. Держава має великі можливості впливу на економіку, може стимулювати або затримувати розвиток тих чи інших виробничих відносин, виконувати прогресивну і регресивну роль. Проте, незважаючи на свою відносну самостійність, вона не може примусити суспільство жити за тими правилами, які суперечать об'єктивним економічним законам або для яких ще не створено матеріальних передумов. Понад 100 років тому К. Маркс справедливо зазначав, що суспільство ставить перед собою завжди тільки такі завдання, які воно може вирішити, і що саме завдання виникає тоді, коли матеріальні передумови його вирішення вже наявні або знаходяться в процесі становлення [1, с. 111]. Однак

історія ХХ ст. (як вітчизняна, так і зарубіжна) свідчить, що це не завжди враховувалося. Волюнтаризм як діяльність держави, що не враховує законів розвитку виробництва, призводить до дезорганізації і, врешті-решт, відкидає суспільство в його еволюції далеко назад. Одним із проявів такої діяльності є надмірне втручання держави в економіку, тотальне її одержавлення. Держава в такій ситуації стає диспетчером економічних процесів, сковує їх, регламентує, ліквідує господарську ініціативу і підприємливість, тобто потужні джерела прогресу. Так, у колишньому Радянському Союзі була сформована адміністративно-командна система господарювання. Разом із тим держава не може примусити суспільство, яке довго жило в умовах такої системи, швидко прийняти ринкову економіку. Економічне регулювання не може автоматично замінити адміністративні важелі. Для такого регулювання необхідно мати нове економічне середовище, у тому числі й конкуренцію різних форм власності, розгалужені підприємницькі структури, ринкову інфраструктуру, єдині правила економічної поведінки, закріплені в продуманому й узгодженому законодавстві, нову ринкову психологію і культуру населення, високу кваліфікацію кадрів та ін. Отже, треба мати іншу ментальність нації. Цього сьогодні не має жодна з колишніх республік Союзу. Для формування такого середовища потрібен перехідний період. Ігнорування цих реалій, спроби за один стрибок створити ринкову економіку – це також один із різновидів волюнтаризму. Проте є обставини, за яких держава змушена різко змінювати об'єктивний напрям розвитку економіки, підпорядковувати її своїй волі. Це відбувається в умовах воєнного і надзвичайного стану, стихійного лиха, катастроф тощо. Інколи постає питання, на якій правовій основі держава втручається в економічні процеси, встановлює податки, змінює відносини власності, перерозподіляє суспільний продукт. Справа в тому, що держава є верховним власником. Реалізуючи інтереси нації, вона розпоряджається також усією національною власністю. Національна власність – це все майно, всі ресурси різних форм власності, які знаходяться в межах території держави, належать нації у цілому й є її багатством. Здійснюючи функцію верховного власника, держава забезпечує економічні інтереси нації, створює умови для реалізації її права на самовизначення та суверенітет, побудову цивілізованого суспільства. Сучасна держава виконує й інші економічні функції.

Визначний економіст сучасності, автор фундаментального підручника «Економікс» П. Самуельсон убачає економічну роль держави у виконанні нею трьох основних функцій: забезпечення ефективності економічної системи, її справедливості та стабільності. Автор підкреслює: «Людина сьогодні вже не керується тим розумінням, що найкраще регулює державу, що найменше регулює. Конституційні повно-

важення центральних і місцевих органів влади необхідно використовувати для забезпечення суспільних інтересів». Інший видний американський учений, автор відомої теорії нового індустріального суспільства Д. Гелбрейт у роботі «Культура задоволення» пише, що нині, як ніколи раніше, зростає необхідність у державних заходах для забезпечення економічно процвітаючого й умиротвореного у соціальному плані майбутнього суспільства [5, с. 453].

Після проголошення незалежності в Україні розпочався процес становлення її державних інституцій і формування їхніх основних функцій, включаючи й економічні. Цей процес йде болісно. Продовжуються дискусії з приводу того, якою має бути економічна роль Української держави, якими шляхами держава повинна здійснювати соціальні реформи. У свідомості багатьох домінує негативне ставлення до державної власності і державного господарювання. Ця негативна реакція на наслідки невдалого експерименту з побудовою одержавленої економіки в колишньому СРСР поширюється на економічну роль держави взагалі. Існує небезпечна ілюзія про можливість побудови саморегульованої господарської системи, більше того, про автоматизм переходу до такої системи. Як наслідок – прояви руйнування соціально-економічного потенціалу, який дістався у спадок від УРСР. За цих умов у суспільстві реанімуються сили, які прагнуть повернути розвиток економіки України назад до її скоп'юваного моделі. Справа ускладнюється тим, що, дотримуючись довгий час парадигми держави як машини класового панування, вітчизняна суспільна наука водночас фактично не досліджувала її як велике надбання цивілізації, загальносоціальний інститут. Відкинувши теорію радянської держави – наступниці держави диктатури пролетаріату, наша країна досі не має концепції держави в сучасному її розумінні. Реалізація економічної функції держави сьогодні в Україні має свої особливості. Історичний шлях українського народу надто довгий час не увінчувався побудовою своєї суверенної держави, внаслідок чого він багато втратив в економічному розвитку. Сьогодні відкриваються унікальні можливості змінити становище. Українська держава повинна стати носієм прогресивної системи господарювання, головним архітектором нової національної економіки. У переломні епохи зміни одного суспільного ладу іншим (а саме таку епоху ми нині переживаємо) ця економічна функція держави відіграє особливо важливу роль. Функція архітектора національної економіки спрямована на трансформацію економіки колишньої УРСР як частки, уламка так званого «народно-господарського комплексу СРСР» у самостійну господарську систему, що функціонує на основі поділу праці в Європі та світі. Така трансформація має бути забезпечена структурною перебудовою економіки, соціальної сфери, освіти, науки та інших галузей, досягненням енергетичної незалежності держави, завершенням формування

національної фінансової, грошово-кредитної, банківської, бюджетної, митної, валютної, податкової систем, національного законодавства. Перед державою стоїть завдання формування національної моделі державного сектору економіки, ринку і ринкової інфраструктури, забезпечення ефективної зайнятості, подолання монополізму та недобросовісної конкуренції. Держава не може піти шляхом розвитку вільної конкуренції підприємницьких структур. Західні країни цей етап пройшли ще у XIX ст. Вільна, нічим не стримувана конкуренція має не тільки позитивні, а й негативні наслідки. У цій боротьбі виграє той, хто сильніший, проте не завжди той, хто кращий. Як наслідок – фальсифікація результатів праці, обман покупців, погіршення якості послуг, продуктів, їх підробка, нова форма диктату виробника над покупцем. Це повною мірою властиве нинішній економіці України. За цих умов важливими економічними функціями є регулювання конкурентної боротьби, забезпечення державних стандартів якості продукції та соціальних вимог. Особливе значення для молоді держави у цьому зв'язку має створення нової системи соціального захисту. Українська держава є головним чинником трансформації усіх суспільних відносин у країні. На неї покладаються такі важливі функції, як забезпечення територіального верховенства в економічній і фінансовій системах, економічного суверенітету, реалізація права ефективного верховного власника національного надбання та ін. Не менш важливою і складною є функція захисту інтересів національної економіки, національних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, інтеграційна політика. Інтернаціоналізація господарських зв'язків, інтеграційні процеси обмежують можливості реалізації державою свого права верховного власника. Разом із тим протекціонізм, заходи колективного, міждержавного регулювання економіки посилюють цю функцію держави. Та чи інша форма участі в об'єднаннях з іншими колишніми республіками СРСР, іншими міжнародними структурами послаблює можливості Української держави, що знаходиться в процесі становлення, мати повне верховенство над своїм економічним потенціалом. Розрив цих зв'язків також завдає великої шкоди економіці. Потрібна гнучка формула розв'язання цього досить складного питання. Досвід інших країн свідчить, що національна економіка в умовах жорсткої міжнародної конкуренції, боротьби за ринки збуту продукції не може вижити без заходів державного протекціонізму стосовно вітчизняних виробників. З урахуванням усіх цих обставин необхідно кардинально підвищити роль Української держави, зміцнити її інститути.

Незважаючи на величезні розходження в підходах до тих чи інших питань, по суті, у всій західній економічній літературі завдання державного втручання у функціонування економіки зводиться до необхідності підтримки ефективності, справедливості і стабільності.

Хоча ринки відіграють величезну роль, але не всі питання вирішуються на ринку.

Варто підкреслити, що головна економічна роль уряду полягає у тому, щоб утручатися там, де ринки виявляються нездатними ефективно й справедливо розподіляти ресурси.

У західних джерелах традиційно виділяють три основні функції держави:

1. Стабілізаційна, що полягає у підтримці високого рівня зайнятості, відрядної стабільності, у стимулюванні економічного росту.

2. Розподільча, зв'язана з досягненням справедливо розподілу доходів у суспільстві.

3. Алокаційна, втілення якої має на меті більш ефективного розміщення ресурсів у ринковій економіці.

Варто звернути увагу на те, що автори популярного у США економічного підручника Р. Макконнелл та К. Брю трактують ці функції трохи розширено. До таких функцій автори «Економікс» відносять:

1. Забезпечувати правову основу і соціальний клімат, що сприяють ефективному функціонуванню ринкової економіки.

2. Підтримувати конкуренцію.

3. Перерозподіляти доходи і соціальні блага.

4. Регулювати розподіл ресурсів для забезпечення суспільними товарами і корегувати побічні ефекти.

5. Стабілізувати економіку [6, с. 323].

Необхідність їх реалізації державою не викликає сумнівів. Із цього варто виходити із визначення пріоритетів в економічній політиці, критеріїв їх вибору. На нашу думку, з різноманіття завдань, що стоять перед державою в ринковій економіці, можна виділити такі:

– створення і регулювання правової основи функціонування економіки;

– антимонопольне регулювання;

– проведення політики макроекономічної стабілізації;

– вплив на розміщення ресурсів;

– діяльність у сфері розподілу доходів;

– соціально-інвестиційна функція держави.

У реальній діяльності усі функції перегукуються між собою й у комплексі впливають на економічну ситуацію. Необхідно підкреслити, що насамперед на державі лежить відповідальність за створення законів і правил, що регулюють економічну діяльність, та контроль над їх використанням.

Найбільшим ступенем національних відмінностей відрізняються країни колишньої командно-адміністративної системи, що переходять до ринкової економіки, у тому числі й Україна. У силу специфіки історичного розвитку економічна політика тут набула якісно іншої форми, ніж у США, країнах Західної Європи та ін. Її головна особливість полягала в тому, що вона перетворилася на самодостатню форму господарської системи. Державна власність набула гіпертрофованих форм, а її суб'єктом фактично виступала лише держава. Це при-

звело до панування в політиці й економіці державно-монополістичних структур. Державне регулювання замінило всі інші механізми регулювання, їх еволюційний розвиток був штучно зруйнований. Держава безпосередньо втручалася в усі відтворювальні та господарські процеси, в управління кожним окремим підприємством. Підприємницькі функції господарських одиниць звузилися до виконання централізованих указів та оперативного управління. Підприємства не мали навіть елементів впливу на господарську систему. Закономірно, що така економічна політика сприяла зростанню консерватизму, бюрократизму, безконтрольності дій центральних виконавчих органів. Знищення еволюційних форм економічного руху практично припинило економічний, соціальний і науково-технічний прогрес суспільства.

Вихід із цієї кризи лежить у площині відносин власності. Форми власності повинні відповідати стану продуктивних сил, ступеню суспільного поділу праці, кооперації та спеціалізації, які в нашій країні досить відрізняються в окремих галузях, сферах і районах. За цих умов об'єктивною необхідністю розвитку суспільства є роздержавлення економіки і відродження паралельного існування різних форм власності на засоби виробництва: державної, колективної, приватної та їх різновидів (кооперативної, змішаної, індивідуально-сімейної, колективної, акціонерної). Практика довела, що прогресивний розвиток людського суспільства супроводжується не уніфікацією структури відносин власності, а її ускладненням, багатогранністю форм економічного життя.

Відновлення плюралізму форм власності об'єктивно потребує розширення складників господарської системи через упровадження таких елементів, як ринок із притаманною йому конкуренцією та міжфірмовим контрактним регулюванням, що ґрунтуються на частковій планованості. Узгодження названих механізмів із метою досягнення макроекономічної ефективності бере на себе держава. Проблема в тому, щоб обґрунтовано розподілити функції між централізованим державним і ринковим регулюванням, визначити пріоритети і межі кожного, створити певні економічні умови для їх сприятливої дії і взаємодії.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Перебудова системи господарства в Україні – це відновлення не тільки економічної основи, а й механізмів, які перебувають із нею у функціональних і причинно-наслідкових зв'язках. На практиці це означає, що економічна політика повинна виконувати такі конкретні й цілеспрямовані функції, як координація економічних процесів на макрорівні, підтримання оптимальних пропорцій суспільного виробництва та безперервності процесу відтворення. Отже, у господарській системі економічно розвиненого суспільства економічна політика держави виступає як сила, спрямована на коригування

та доповнення ринкового регулювання, а не на його ліквідацію або підміну.

Роль держави за деякої зміни її функцій у перехідній економіці зростає. Якщо в колишній системі всесильна тоталітарна держава в економічній сфері насамперед здійснює функцію збереження сформованої і планової економіки, що роз'їдається кризою, яка підсилюється, то в перехідному процесі вона покликана активно сприяти формуванню нової майбутньої системи.

Найважливіші особливі функції держави в перехідній економіці: по-перше, керівництво процесами лібералізації цін, зовнішньоекономічної лібералізації, формування інститутів ринкової інфраструктури, проведення анти-монопольної політики і т. п.; по-друге, керівництво процесом приватизації, визначення її масштабів, термінів і форм проведення, оцінка приватизованого державного майна і т. д.; по-третє, забезпечення правової основи всіх перетворень; по-четверте, уміле проведення макроекономічної політики: кредитно-грошової, податкової, політики доходів та ін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Морозов В.В. Історія української суспільно-політичної думки. Київ : КНЕУ, 2006. 179 с.
2. Лановик Б.Д. Економічна історія : курс лекцій ; 2-е вид., перероб. Київ : Вікар, 2000. 300 с.
3. Економічна історія України : підручник / Б.В. Лановик та ін. Київ : Юридична книга, 2004. 456 с.
4. Герасименко Г.В. Соціально-інвестиційна держава: обґрунтування нової парадигми розвитку. Економічна теорія. 2012. № 3. С. 51–60.
5. Воробйов Є.М. Економічна теорія : посібник вищої школи. Харків – Київ : Наука, 2007. 704 с.
6. Чухно А.А., Єщенко П.С., Климко Г.Н. Основи економічної теорії: політекономічні аспекти : підручник. Київ : Вища школа, 2001. 606 с.

REFERENCES:

1. Morozov V.V. (2006) *Istoriya ukrayins'koyi suspil'no-politychnoyi dumky* [History of Ukrainian socio-political thought]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
2. Lanovyk B.V. (2000) *Ekonomichna istoriya.: kurs lektsiy* [Economic History: A Lecture Course]. 2-he vyd., pererob. Kyiv: Vikar. (in Ukrainian)
3. Lanovyk B.V., Lazarenko M.V., Mateyko R.M., Matysyakevych Z.M. (2004) *Ekonomichna istoriya Ukrainy: pidruchnyk* [Economic History of Ukraine]. Kyiv: Vydavnychyy Dim «Yurydychna knyha». (in Ukrainian)
4. Herasyenko H.V. (2012) *Sotsial'no-investytsiyna derzhava: obgruntuvannya novoyi paradyhmy rozvytku* [The social investment state: justify new development paradigm]. *Ekonomichna teoriya*, no 3, pp. 51–60.
5. Vorobyov Ye.M. (2007) *Ekonomichna teoriya. posibnyk vyshchoyi shkoly* [Economic theory]. Kharkiv – Kyiv: Nauka. (in Ukrainian)
6. Chukhn A.A., Yeshchenko P.S., Klymko H.N. (2001) *Osnovy ekonomichnoyi teorii: polityekonomichni aspekty. Pidruchnyk* [Fundamentals of economic theory: political aspects]. Kyiv: Vyshcha shk. (in Ukrainian)

СЕКЦІЯ 7 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 330.142.26

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-54>**Гулик Т.В.**

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та підприємництва імені Т.Г. Беня
Національної металургійної академії України*

Кербікова А.С.

*старший викладач кафедри економіки та підприємництва імені Т.Г. Беня
Національної металургійної академії України*

Горбань І.С.

*студент
Національної металургійної академії України*

Gulyk Tetyana

*Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics
and Entrepreneurship named after T.H. Ben,
National Metallurgical Academy of Ukraine*

Kerbikova Alla

*Senior Instructor at Department of Economics
and Entrepreneurship named after T.H. Ben,
National Metallurgical Academy of Ukraine*

Horban' Irina

*master student
National Metallurgical Academy of Ukraine*

ПРИНЦИПИ ТА СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

PRINCIPLES AND ESSENCE OF CAPITAL MANAGEMENT COMPANIES

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто та узагальнено особливості та проблеми управління капіталом промислового підприємства за сучасного ведення підприємницької діяльності. Досліджено та узагальнено теоретичні та практичні засади щодо управління та оптимізації структури капіталу в умовах сучасного підприємства. Також виділені завдання, які вирішують промислові підприємства під час управління капіталом. Встановлено, що управління капіталом вимагає організованої діяльності, а також довгострокового планування. Також виділені завдання, які вирішують промислові підприємства під час управління капіталом. Доведено, що система управління капіталом підприємства складається з двох функціональних підсистем: управління формуванням капіталу та управління використанням капіталу.

Ключові слова: управління капіталом, структура капіталу, формування капіталу, підприємство, ринкова вартість, стратегія.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены и обобщены особенности и проблемы по управлению капиталом промышленного предприятия при современном ведении предпринимательской деятельности. Исследованы и обобщены теоретические и практические основы управления и оптимизации структуры капитала в условиях современного предприятия. Также выделены задачи, которые решают промышленные предприятия при управлении капиталом. Установлено, что управление капиталом требует организованной деятельности, а также долгосрочного плани-

рования. Также выделены задачи, которые решают промышленные предприятия при управлении капиталом. Доказано, что система управления капиталом предприятия состоит из двух функциональных подсистем: управление формированием капитала и управления использованием капитала.

Ключевые слова: управления капиталом, структура капитала, формирования капитала, предприятие, рыночная стоимость, стратегия.

ANNOTATION

The article discusses and summarizes the features and problems of capital management of an industrial enterprise with modern business activities. The theoretical and practical foundations for managing and optimizing the capital structure in a modern enterprise are investigated and summarized. Also highlighted are the tasks that industrial enterprises solve when managing capital. It was established that the management of capital and their implementation requires organized activities, as well as long-term planning, the tasks that industrial enterprises solve when managing capital are also highlighted. It is proved that the enterprise capital management system in the general case consists of the following two functional subsystems: capital formation management and capital use management. It has been brought up that the management system for capital needs will require a quick and complete view of the city, as well as the establishment and development of a resource base € an important element of the old economy. The company has the opportunity to form such a capital structure for an hour to develop its own financial policy, as in low-cost capital-

ization, it is possible to economically have one. One of the main tasks to create favorable conditions for ensuring the continuity of the reproduction process and the development of enterprises is to find the best options for providing them with different means, i.e. the formation of an optimal capital structure. Optimization of the capital structure of the enterprise is based on the choice of cheap sources of financing the assets of the enterprise. Therefore, the assets of the enterprise should be grouped into the following groups: non-current (fixed) assets; permanent part of current assets; variable part of current assets. The maximization of the market value of the enterprise is ensured by the optimal combination of own and borrowed funds. The purpose of enterprise capital management is related to the strategic and financial management as a whole and is implemented in a single complex. The main purpose of managing an enterprise's capital is to maximize the well-being of the owners of the enterprise in the current and future periods, which is reflected in the increase of its market value.

Key words: capital management, capital structure, capital formation, enterprise, market value, strategy.

Постановка проблеми. Актуальність теми полягає в тому, що в результаті процесів глобалізації, що притаманні світовій економічній системі, відбувається перехід на якісно новий етап її розвитку, основою якого є інтелектуалізація та інформатизація суспільного виробництва. Це зумовлює нові вимоги щодо визначення ефективності управління сучасними бізнес-структурами, які є наслідком пріоритету нематеріального та соціального складників у процесах забезпечення їхньої конкурентоспроможності. Цей контекст набуває вагомого наукового змісту в результаті поєднання теорії капіталу з висновками сучасних концепцій стратегічного й економічного менеджменту та забезпечує потреби реального бізнесу в дієвих механізмах обґрунтування та прийняття ефективних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення базових положень у сфері поняття «капітал» та «управління капіталом» присвячені публікації низки вітчизняних та зарубіжних науковців.

Меркантилісти трактували поняття «капітал» як синонім до слова «гроші». Гроші як одне із основних багатств розглядали представники першої економічної наукової школи у XVI–XVII ст. – меркантилісти (В. Стаффорд, А. Монкретєн, Т. Ман, Г. Скаруффі та ін.). Поняття «капітал» представники цієї наукової школи розуміли як процес нагромадження грошей, зокрема у золоті, сріблі та коштовностях.

А. Маршалл вказує на те, що капітал складається з речей, без яких виробництво не могло би здійснюватися з рівною ефективністю та які не є безкоштовними дарунками природи. Він робить висновки, що капітал є сукупністю певних речей, результатом людських зусиль [1, с. 105–107].

Питанню управління капіталом на підприємстві присвячено низку наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених, таких як А. Поддєрьогін [2], І. Бланк [3], О. Терещенко, В. Ковальов, Є. Брігхем [4], Л. Катан, С. Моїсєєв, А. Маршалл, А. Сміт, І. Фішер, Дж. Мілль, Ж.-Б. Сей та інші. Проте нині не досить досліджено принципи та сутність управління капіталом підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз та узагальнення принципів та сутності управління капіталом підприємств.

Виклад основного матеріалу. Управління капіталом – це система методів та принципів розроблення і впровадження ефективних управлінських рішень, які пов'язані з оптимальним його формуванням із різних джерел, а також ефективним використанням у процесі господарської діяльності підприємства [3, с. 382–385]. Отже, управління капіталом передбачає вплив суб'єкта (підприємства) на об'єкт управління (капітал) для ефективного використання цього об'єкта у процесі ведення господарської діяльності суб'єкта.

Система управління капіталом підприємства потребує постійного вдосконалення, зокрема його формування та використання, оскільки створення і розвиток відповідної ресурсної бази є важливим елементом сталого економічного зростання. Підприємство має сформувати таку структуру капіталу під час розроблення своєї фінансової політики, яка за низької вартості капіталу зможе збільшити ринкову вартість економічної одиниці. Оптимальною вважається така структура капіталу, яка дає змогу звести до мінімуму середньозважену вартість капіталу та водночас забезпечує кредитну репутацію підприємства на рівні, що дає змогу на прийнятних умовах залучати новий капітал [5, с. 251–252].

Ефективність господарської діяльності суб'єкта господарювання визначається оптимальним формуванням його структури капіталу. Основною метою формування капіталу підприємства є оптимізація структури капіталу для забезпечення ефективного його використання та придбання необхідних активів.

Одним з основних завдань щодо створення сприятливих умов із забезпечення безперервності відтворювального процесу і розвитку підприємств є пошук оптимальних варіантів забезпечення їх різними засобами, тобто формування оптимальної структури капіталу.

З урахуванням цієї мети вважається, що на таких принципах базується процес формування капіталу підприємства (рис. 1) [5]:

1) Врахування під час ведення господарської діяльності підприємства перспектив розвитку, формування обсягу та структури капіталу підприємства відповідно до завдань його господарської діяльності має бути не тільки на початковій стадії функціонування підприємства, але і на перспективу.

2) Забезпечення відповідного обсягу залученого капіталу до обсягу формуючих активів підприємства. Потреба підприємства в капіталі базується на його потребі в оборотних і необоротних активах. Потреба в капіталі, який необхідний для створення нового підприємства, включає такі елементи витрат, як передстартові витрати та стартовий капітал.

3) Мінімізація витрат під час формування капіталу із різних джерел. Ця мінімізація потрібна у процесі управління вартістю капіталу.



Рис. 1. Принципи формування капіталу підприємства

4) Ефективне використання капіталу у процесі господарської діяльності. Цей принцип забезпечується максимізацією показника рентабельності власного капіталу за припустимого рівня фінансового ризику.

5) Забезпечення оптимальної структури капіталу задля ефективного його функціонування. Від оптимальної структури капіталу, що використовується, залежать високі кінцеві результати діяльності підприємства.

Оптимізація структури капіталу підприємства базується на виборі дешевих джерел фінансування активів підприємства. Тому активи підприємства необхідно групувати за такими групами, як: необоротні (фіксовані) активи; постійна частина оборотних активів; змінна частина оборотних активів.

Максимізація ринкової вартості підприємства забезпечується оптимальним поєднанням власних та позикових коштів.

Групування активів за порядком поетапних розрахунків щодо формування оптимальної структури капіталу у його майновому та фінансовому втіленнях дає змогу спрогнозувати максимальне зростання рентабельності власного капіталу та фінансової рівноваги у майбутньому, розробити певні напрями підвищення ефективності діяльності підприємства загалом.

Мета управління капіталом підприємства пов'язана з метою стратегічного та фінансового менеджменту загалом і реалізується з нею в єдиному комплексі.

Основною метою управління капіталом підприємства є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства у поточному та майбутньому періодах, яка відображається у підвищенні його ринкової вартості.

Вважаємо, що для досягнення головної мети управління капіталом мають бути розв'язані такі основні завдання:

- за запланованого рівня фінансового ризику має забезпечуватися максимальна дохідність капіталу;
- мінімізація рівня фінансового ризику за умов очікуваного рівня дохідності капіталу;

- мінімізація середньозваженої вартості капіталу підприємства;

- забезпечення достатнього обсягу капіталу підприємства, що забезпечував би реалізацію інвестиційних проектів та задані темпи економічного зростання;

- підтримка фінансової рівноваги підприємства у процесі його розвитку;

- оптимізація обороту капіталу;

- забезпечення високим рівнем кваліфікації фінансових менеджерів;

- підтримка своєчасного реінвестування капіталу;

- оптимізація розподілу сформованого капіталу за видами діяльності та використання;

- підтримка відповідного рівня фінансової гнучкості;

- підтримка відповідного рівня фінансового контролю за підприємством з боку його власників;

- забезпечення умов виконання зобов'язань контрагентами.

Такі завдання тісно пов'язані між собою, хоча деякі і мають різноспрямований характер. У процесі реалізації управління капіталом підприємства деякі завдання мають бути узгоджені між собою для максимізації ефективності реалізації основної мети.

Під час управління капіталом підприємства мають дотримуватися таких основних принципів, як:

- планування структури та обсягу капіталу;

- постійний контроль за використанням та станом капіталу підприємства;

- капітал підприємства на всіх стадіях кругообігу має розміщуватися оптимально;

- наявність ефективної системи формування капіталу.

Процес управління капіталом підприємства включає стратегію та тактику управління. Стратегія управління капіталом включає загальний напрям та спосіб використання засобів для досягнення поставленої мети. Стратегія встановлює правила та обмеження, які дають змогу сконцентрувати зусилля на таких варіан-

тах рішень, які не суперечать вибраному напрямку управлінської діяльності. Тактика управління капіталом підприємства включає в себе певні методи та прийоми досягнення поставленої мети за визначеної ситуації та у визначений момент часу.

Залежно від отримання відповідного рівня доходу базові стратегії з управління капіталом підприємства поділяються на такі види [6]:

– збалансована стратегія ставить собі за мету отримання середньоринкової дохідності за найбільш ліквідними акціями, але з меншим рівнем ризику;

– консервативна стратегія має на меті дохідність вищу, ніж за банківськими депозитами, з меншими ризиками, ніж на ринку акцій;

– індексна стратегія ставить собі за мету інвестиційний дохід за портфелем цінних паперів, який сформований на основі індексу.

За видами активів залежно від розподілу капіталу виділяють такі типи стратегії, як консервативна, компромісна та агресивна, які відрізняються одна від одної пропорційним співвідношенням джерел фінансування необоротних активів. Класифікацій стратегій з управління капіталом підприємства є кілька, на їх основі може бути сформована типологія стратегій, де кожен з елементів має свої специфічні особливості та є прийнятним для певного виду підприємства з визначеним співвідношенням видів економічної діяльності.

Дотримання таких основних принципів забезпечує ефективне управління капіталом підприємства:

– підтримка високого динамізму в управлінні;

– комплексність під час формування управлінських рішень;

– інтегрованість із загальною системою управління підприємством;

– орієнтація на стратегічні цілі підприємства;

– розроблення декількох підходів до прийняття управлінських рішень.

Висновки з дослідження. Система управління капіталом підприємства складається з двох функціональних підсистем: управління формуванням капіталу та управління використанням капіталу. Ці підсистеми можна віднести до формування системи управління власним капіталом як однієї з організаційних форм, але в сучасних мінливих умовах до проблем раціо-

нального формування та використання власних коштів підприємства додалися ще такі не менш значущі проблеми, як: створення ефективної системи із збереження власного капіталу; визначення оптимальної частки власного капіталу у структурі капіталу підприємства; реальна оцінка ринкової вартості підприємства та ефективності ведення його фінансово-господарської діяльності. Під час розроблення фінансової політики підприємства на визначений період необхідно вибрати таку структуру капіталу, яка за найнижчої вартості капіталу дасть змогу збільшити ринкову вартість економічної одиниці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маршалл А. Принципи економічної науки [пер. с англ.]. Москва : Видавн. група «Прогресс», 1993. Т. 1. 415 с.
2. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : КНЕУ, 2008. 536 с.
3. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : Ника-Центр, Эльга, 2001. 528 с.
4. Бріггем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту : навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2008. 560 с.
5. Городня Т.А., Стефанюк Т.А. Сучасна стратегія управління капіталом підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2008. Вип. 18 № 10. С. 250–253.
6. Викиданець І.В. Методи оптимізації структури капіталу підприємства. *Вісник Дон-НУЕТ*. 2014. № 3(43). С. 208–215.

REFERENCES:

1. Marshall A. (1993) *Pryntsypy ekonomichnoyi nauky* [Principles of Economic Science] [per. s anhl.]. Moskva: Vydavn. hrupa «Prohress». (in Russian)
2. Poddyer'ohin A.M. (2008) *Finansovyy menedzhment* [Financial management]: pidruchnyk. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
3. Blank I.O. (2001) *Finansovyy menedzhment* [Financial management]: navchal'nyy posibnyk. Kyiv: Nyka-Tsentr, É'l'ha. (in Ukrainian)
4. Brihkhem Ye.F. (2008) *Osnovy finansovoho menedzhmentu* [Fundamentals of Financial Management]: navch. posibnyk. Kyiv: Tsentr navchal'noyi literatury. (in Ukrainian)
5. Horodnya T.A., Stefanyuk T.A. (2008) *Suchasna stratehiya upravlinnya kapitalom pidpryyemstva* [Modern strategy of capital management of the enterprise]. *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny*, vol. 18, № 10, pp. 250–253. (in Ukrainian)
6. Vykhdanets I.V. (2014) *Metody optymizatsiyi struktury kapitalu pidpryyemstva* [Methods of optimizing the capital structure of the enterprise]. *Visnyk of Don-NUET*, vol. № 3, no 43, pp. 208–215.

УДК 314.4.001.73(477)

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-55>**Ливдар М.В.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів**Національного університету «Львівська політехніка»***Ярошевич Н.Б.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів**Національного університету «Львівська політехніка»***Степанова А.В.***студентка бакалаврату**Національного університету «Львівська політехніка»***Lyvdar Marta***Ph.D., docent,**Associate Professor of the Department of Finance
Lviv Polytechnic National University***Yaroshevych Natalya***Ph.D., docent,**Associate Professor of the Department of Finance
Lviv Polytechnic National University***Stepanova Anastasiia***Student**Lviv Polytechnic National University*

ДЕМОГРАФІЧНА СИТУАЦІЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

THE DEMOGRAPHIC SITUATION IN UKRAINE: PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION

АНОТАЦІЯ

Актуальність демографічної проблеми для України полягає насамперед у тому, що протягом останніх десятиліть відбувається зниження чисельності населення та поширення такого явища, як депопуляція. Проблема старіння нації стає все гострішою; скорочується народжуваність, що з часом призводить до зниження трудового потенціалу країни. У статті розглянуто демографічний стан України протягом 2008–2019 років. Виявлено, що найбільшою демографічною проблемою є високий рівень смертності та низький рівень життя. Проаналізовано міграційні процеси в областях України та визначено причини їх виникнення. Зібрано та узагальнено статистичні дані, проведено аналіз та виявлено основні причини виникнення депопуляції населення, серед яких: високий рівень смертності на низький рівень народжуваності, старіння нації, низький рівень доходів.

Ключові слова: населення, депопуляція, старіння нації, народжуваність, смертність, міграція.

АННОТАЦИЯ

Актуальность демографической проблемы для Украины состоит в том, что в течение последних десятилетий происходит снижение численности населения и распространение такого явления, как депопуляция. Проблема старения нации становится все острее; сокращается рождаемость, что со временем приводит к снижению трудового потенциала страны. В статье рассмотрены демографическое состояние Украины в течение 2008–2019 годов. Показано, что наибольшей демографической проблемой является высокий уровень смертности и низкий уровень жизни. Также проанализированы миграционные процессы в областях Украины и определены причины их возникновения. Проведен анализ и выявлены основные причины возникновения депопуляции населения, среди которых: высо-

кий уровень смертности, низкий уровень рождаемости, старение нации, низкий уровень доходов.

Ключевые слова: население, депопуляция, старение нации, рождаемость, смертность, миграция.

ANNOTATION

The urgency of the demographic problem for Ukraine lies primarily in the fact that over the last decades, the population has been declining and such a phenomenon as depopulation has been spreading. The problem of our nation's aging is becoming more acute; the birth rate is decreasing that over time leads to a reduced labor potential of the country. The article deals with the demographic situation in Ukraine during 2008–2019. The peculiarities of distribution of the aging population in Ukraine by territorial differences are identified. A substantial increase in the number of pensioners makes them more dependent on general situation in the country, especially under the conditions of military confrontation in Eastern Ukraine. A number of pensioners has increased by reducing the number of the employed population and contributors/taxpayers, which, in its turn, reinforces the dependence of the pension system and well-being of the pensioners on the overall situation in the country. It is investigated that the most serious demographic problem is the high mortality rate and the low standard of living. The migration processes in the regions of Ukraine are analyzed and the reasons of their occurrence are determined. The ways of reducing migration processes are suggested. The statistics are collected and summarized; the analysis is carried out and the main reasons of the depopulation are revealed. They include high mortality rate, low level of birth rate, aging of the nation, and low income level. Ukraine is among the 30 "oldest" countries in the world by the proportion of people aged 60 years and older of the total population. The reasons of the demographic aging are analyzed. Such dynamics have a direct impact on the country's economy as a whole.

First of all, the demographic burden on the able-bodied population increases, and there is a direct influence of the demography on the demand for goods and services, such as health care, welfare payments, and pension benefits. Since the early 1990s, there has been a significant labor migration from Ukraine, in particular, to the labor markets of the EU Member States. This is due to the deteriorating employment conditions, the imbalance between the supply and demand on the labor force, the growing rate of unemployment, and social tension in the country.

Key words: population, depopulation, aging of the nation, fertility, mortality, migration.

Постановка проблеми. В Україні смертність є однією з найвищих у світі, а народжуваність найнижча. Через міграцію з країни вимиваються трудові та інтелектуальні ресурси. Населення України поступово вимирає. За прогнозами Державної служби статистики України, у 2025 році чверть населення буде старша від 60 років. У середньому середня тривалість життя в Україні – 66 років, на 11 років менше, ніж у країнах Західної Європи. Саме тому демографічна проблема є надзвичайно важливою для економічної безпеки держави і потребує глибшого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам демографічної ситуації присвячено роботи багатьох українських науковців: А.О. Барвінського, М.О. Білинської, О.А. Гришнєвої, С.С. Гринкевич, ЗІ. Кобеля, І.О. Курило, І.Г. Лаврук, Є.М. Лібанова. Серед зарубіжних учених варто згадати Д. Брайсона, Д. Брейклі, Р. Істерліна, Ш. Гофера, Р. Фрідмана, Н. Петерсона, Ф. Хейвуда, Т. Шульца, Д. Шендела [1].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не досить дослідженими є причини демографічного спаду в Україні, виходячи з аналізу усіх ймовірних чинників за останні роки.

Головною метою статті є аналіз демографічного стану в Україні та викриття основних причин виникнення депопуляції суспільства.

Виклад основного матеріалу. Демографічний стан будь якої країни є головним чинником економічного і соціального розвитку. Населення є елементом продуктивних сил як трудовий ресурс, споживач і як носій економічних відно-

син. Демографічна криза в останні десятиліття спостерігається по всьому світі.

Україна займає 33 місце за чисельністю серед країн світу. Нараховується 41983,6 тис. осіб, що становить 0,57% світової частки. За даними офіційної статистики, з 1991 року до 2019 року населення України скоротилось з 51,944 млн осіб до 41,983 млн осіб. Проте починаючи з 2015 року не враховується населення анексованого Криму та непідконтрольних територій Донбасу [2]. Зміну чисельності населення України графічно відображено на рис. 1.

Скорочення чисельності населення набуло чіткої тенденції. Серед основних причин депопуляції населення слід виділити такі чинники, як: високий рівень смертності і низький рівень народжуваності; старіння населення; невирішена ситуація на сході України; низький рівень доходів; соціальна незахищеність населення, недієва система охорони здоров'я [4].

Для з'ясування загального демографічного стану проведемо дослідження кількісних характеристик. Співвідношення показників механічного руху, таких як притік та відтік населення, сформовані за допомогою таких характеристик, як: природний приріст населення, що визначає різницю між кількістю народжених та померлих; сальдо міграції, що визначає різницю між кількістю випадків прибуття особи до країни та вибуття з неї за певний проміжок часу. Загальна динаміка населення розраховується виходячи із суми показників природного приросту та сальдо міграції населення країни [5].

Демографічний потенціал країни залежить від співвідношення показників природного руху населення (народжуваність та смертність), які відображені на рис. 2.

Отже гострою демографічною проблемою для України є досить високий рівень смертності населення. Природний рух населення у 2018 році характеризується суттєвим перевищенням числа померлих над живонародженими: на 100 померлих – 57 живонароджених. Хоча у 2017 році на 100 померлих припадало 79 новонароджених.

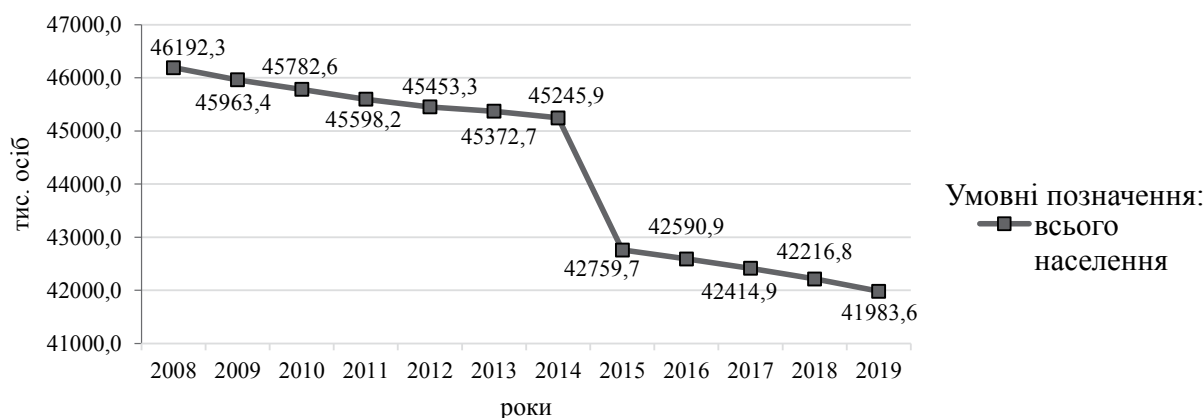


Рис. 1. Динаміка чисельності населення, тис. осіб

Джерело: розроблено авторами за даними [3]

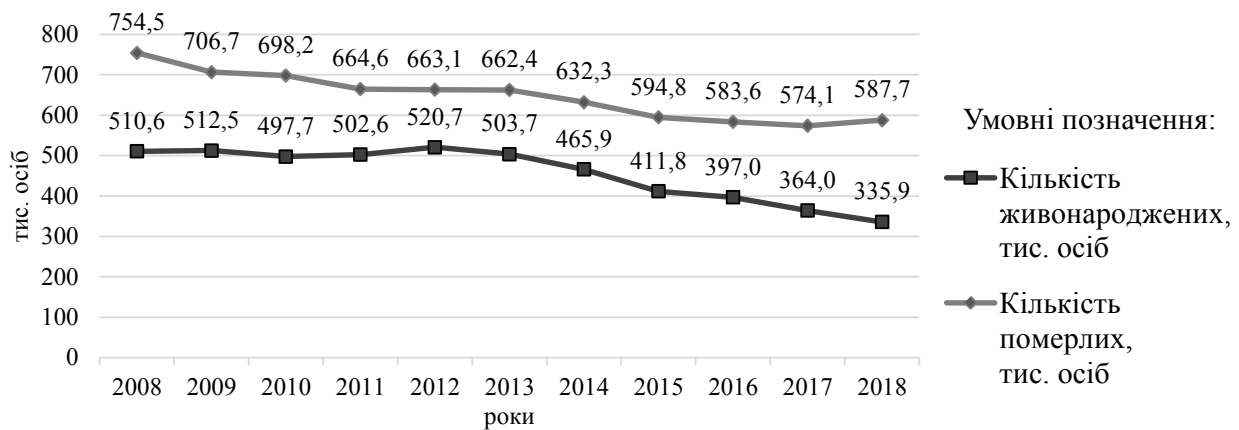


Рис. 2. Природний рух населення України, тис. осіб

Джерело: розроблено авторами за даними [3]

Найбільш поширеними причинами смертей населення України у 2018 році були хвороби системи кровообігу (I00–I99), від яких померло 392,1 тис. осіб; від новоутворень (C00–D48) померло 78,6 тис. осіб; на третьому місці – зовнішні причини смерті (V01–Y98), від яких загинуло 30,9 тис. осіб [2].

За даними Відділу народонаселення ООН, загальний коефіцієнт народжуваності, який становить приблизно 2,1 дитини на жінку, називається народжуваністю на рівні заміщення, що є оптимальним показником. Коефіцієнт народжуваності в Україні становить усього 1,4. У 2012 році цей показник становив 1,53. Найбільші вікові коефіцієнти народжуваності серед жінок від 20 до 29 років. До того ж, у 2019 році в Україні налічується лише 2,48 млн жінок віком 20–29 років, а віком 30–39 років – 3,43 млн жінок, що майже на 1 млн більше. Також за даними Держстату лише 3% українських сімей виховують трьох і більше дітей, майже чверть – дводітні, 74% – однодітні [5; 6; 7; 8].

Однією з головних причин низької народжуваності є небажання народжувати дітей через низький рівень життя. Варто зазначити, що держава надає соціальні виплати по народженню дитини, які незіставні з сучасним рівнем життя населення. Загальний розмір декретних виплат – 41 280 грн. Однак грошова допомога виплачується у два етапи: перший – одноразова у розмірі 10 320 грн.; другий етап – сума у розмірі 30 960 грн, яка виплачується кожного місяця рівними частинами по 860 грн. протягом трьох років [9].

Окрім матеріального складника, на рівень народжуваності впливає також зміна цінностей та поглядів на життя. В Україні, як і в інших країнах світу, стає поширеним рух «чайлдфрі», під яким розуміють свідому відмову від батьківства, тобто свідоме небажання мати дітей. Найчастіше таке переконання властиве людям з вищою освітою і з середнім чи вище середнього рівнем доходів. Такі особи фактично могли б забезпечити хороший рівень життя, однак життя у своє задоволення є для них більш пріоритетним.

На рівень народжуваності також впливає статистика укладених шлюбів. За офіційними даними у 2018 році кількість зареєстрованих розлучень зросла і сягнула 153,9 тис. проти 128,7 тис. у 2017 році. Зменшилась і кількість зареєстрованих шлюбів: якщо у 2017 році зафіксовано державними органами 249,5 тис. шлюбів, то у 2018 році – 228,4 тис. шлюбів [3].

Все більше сімей проживають тривалий час на відстані у зв'язку з виїздом на заробітки за кордон. Тож головним пріоритетом є не на народження і виховання дітей, а задоволення матеріальних потреб. Сьогодні багато українців масово виїжджають за кордон, адже не можуть реалізувати себе у власній країні або їх робота не досить оплачувана, щоб задовольнити навіть мінімальні потреби, чим і користуються сусідні держави. Також з'являється нова тенденція, що є ознакою особливостей прояву трудової міграції в Україні: жінки частіше їдуть на заробітки за кордон, ніж чоловіки. Через військовий конфлікт у східній частині України більшості чоловікам призовного віку, які підлягають мобілізації, заборонено покидати територію України.

Наступною тенденцією є те, що молоде та професійно спроможне населення виїжджає за кордон, і тим самим Україна втрачає трудовий потенціал. Багато підлітків, закінчуючи школу, вибирають для навчання закордонні університети з метою в майбутньому жити не в Україні. Лише у минулому навчальному році за кордоном навчалось більше 83 тис. українців. Зокрема, найбільшу питому частку становлять вищі сусідньої країни Польщі [10].

Територіальна оцінка проблеми міграції є важливою для розуміння, які регіони залучають більше мігрантів, а в яких відбувається явище еміграції (табл. 1).

Можна стверджувати, що міграційний приріст формується в основному завдяки Київській області (15 334 осіб). Відносно висока частка м. Київ у структурі пояснюється столичним статусом та значними можливостями, які надає найбільше місто України. Одеська область також виявляєть-

Таблиця 1

Динаміка міграційних процесів в областях України за січень-липень 2019 р., тис. осіб

	Кількість випадків прибуття	Кількість випадків вибуття	Міграційний приріст, скорочення
Україна	298678	288655	10023
Вінницька	10603	12265	-1662
Волинська	8209	8036	173
Дніпропетровська	18187	18328	-141
Донецька	9198	12226	-3028
Житомирська	10752	10947	-195
Закарпатська	3819	4021	-202
Запорізька	8873	9690	-817
Івано-Франківська	8295	8488	-193
Київська	32189	16855	15334
Кіровоградська	7588	8576	-988
Луганська	4000	6119	-2119
Львівська	17661	18383	-722
Миколаївська	6720	7440	-720
Одеська	20594	15989	4605
Полтавська	13963	12496	1467
Рівненська	9548	10524	-976
Сумська	8884	9715	-831
Тернопільська	8933	8839	94
Харківська	24059	23247	812
Херсонська	6480	7139	-659
Хмельницька	12362	11486	876
Черкаська	10066	10495	-429
Чернівецька	4433	5081	-648
Чернігівська	7041	7372	-331
м.Київ	26221	24898	1323

Джерело: розроблено авторами за даними [3]

Таблиця 2

Загальна динаміка населення за 2008–2018 рр., тис. осіб

	Природний приріст, скорочення	Міграційний приріст	Загальна динаміка населення
2008	-243.9	14.9	-229.0
2009	-194.2	13.4	-180.8
2010	-200.5	16.1	-184.4
2011	-162.0	17.1	-144.9
2012	-142.4	61.8	-80.6
2013	-158.7	31.9	-126.8
2014	-166.4	22.6	-143.8
2015	-183.0	14.2	-168.8
2016	-186.6	10.6	-176.0
2017	-210.1	12.0	-198.1
2018	-251.8	18.6	-233.2

Джерело: розроблено авторами за даними [3]

ся привабливою для життя (приріст у 4605 осіб). Найбільш вагомими центрами тяжіння міграційних потоків є Донецька (3028 осіб) та Луганська області (2119 осіб). Після російського вторгнення демографічні тенденції різко змінилися у бік подальшого погіршення і тривають досі.

Головним джерелом відтворення людського потенціалу є приріст населення. Природний при-

ріст населення України за останні 20 років має від'ємне значення. Досить багато розвинутих країн компенсують низький рівень народжуваності високою чисельністю іммігрантів. В Україні станом на січень-липень 2019 року нараховано 10 тис. іммігрантів. Хоча в Україні «додатня міграція», кількість приїжджих занадто мала на тлі загального населення (табл. 2) [3; 5; 11].

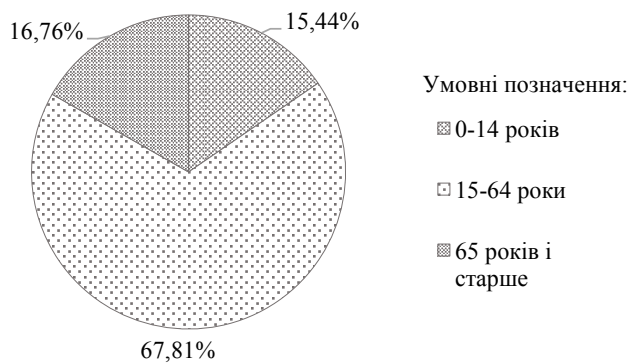


Рис. 3. Вікова структура населення, %

Джерело: розроблено авторами за даними [3]

Однак починаючи з 2012 року спостерігається зростаюча динаміка показника загального скорочення населення. На жаль, у 2018 році показники повернулися до 2008 року. Станом на 2018 рік скорочення населення становить 233.2 тис. осіб, на що значно повпливав досить низький рівень народжуваності (усього 335,9 тис. осіб). З року в рік чисельність населення України зменшується, адже відбувається одночасне скорочення як смертності, так і кількості народжених, а частка міграційного приросту не є достатньою для впливу на загальну величину. За підрахунками Державної служби статистики, через 10 років чисельність населення в Україні може зменшитись на 3 млн осіб.

Зниження рівня народжуваності також веде до збільшення частки людей літнього віку серед населення. Саме тому поряд із депопуляцією в Україні відбувається процес старіння нації, що збільшує демографічне навантаження на працююче населення. Варто зазначити, що за шкалою ООН населення є старим, якщо частка осіб віком понад 65 р. становить більше 7% від усього населення країни [12].

Вікова структура населення України зображена на рис. 3.

Демографічне старіння означає збільшення частки осіб старших вікових категорій. Станом на 2019 рік показник становить

16,76%, що свідчить про те, що населення України є старим. Старіння населення залежить від демографічних змін, зрушень в народжуваності та смертності, їх співвідношенні і міграції. Старіння населення чинить суттєвий фінансовий тиск на країну, адже виникає потреба у збільшенні витрат на соціальну підтримку, виплату пенсій та сферу охорони здоров'я [12].

Звідси випливає проблема, що люди у більшості країн живуть все довше, але не народжують тієї кількості дітей, що була б достатньою для підтримки балансу населення. Попри ріст тривалості життя, в Україні є різниця між чоловіками і жінками в 10 років, що являється найбільшою різницею в Європі, адже зазвичай вона не перевищує п'яти років [12].

Демографічна ситуація впливає і на темпи економічного зростання країни, адже з часом відбувається скорочення чисельності зайнятих в економіці.

Висновки і пропозиції. Демографічна ситуація в країні погіршується з кожним роком. За аналізований період 2008–2019 рр. найбільш сприятливим був 2012 р. Військова ситуація на сході починаючи з 2014 року та окупація територій значно вплинула на чисельність населення. Однак найбільшою проблемою за весь досліджуваний період є значне скорочення кількості живонароджених. Саме тому необхідні дії на державному рівні, спрямування соціально-економічної політики з метою розв'язання таких проблем, як: стимулювання народжуваності; створення широкої мережі державних та недержавних служб соціальної допомоги; підвищення рівня життя населення шляхом посилення охорони та оплати праці; створення умов для імміграції до України та заохочення населення залишатися в країні; впровадження і продовження реформи пенсійного забезпечення, охорони здоров'я (особливо медичного страхування). Адже регулювання демографічної ситуації має бути спрямоване на поліпшення матеріального становища людей у країні, стимулювання народжуваності та боротьбу із смертністю.

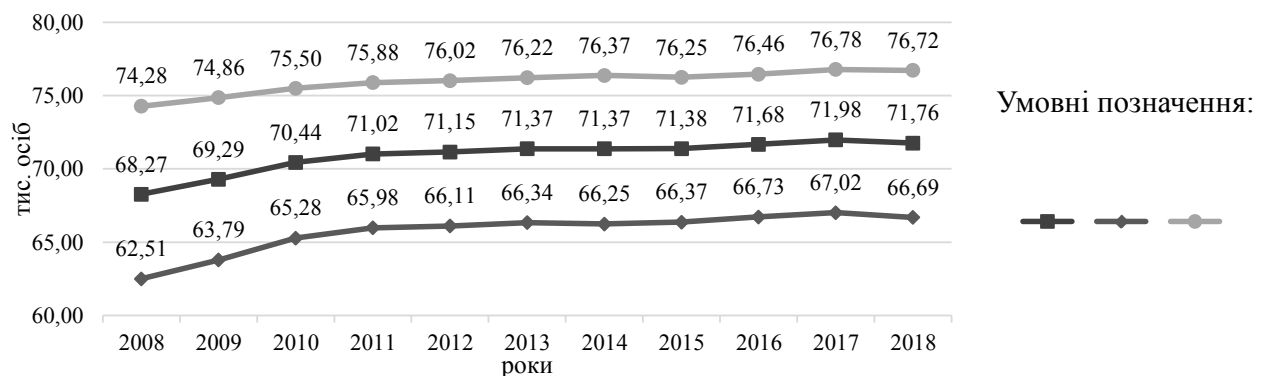


Рис. 4. Середня очікувана тривалість життя при народженні, років

Джерело: розроблено авторами за даними [2]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Людський розвиток в Україні: соціальні та демографічні чинники модернізації національної економіки (кол. моногр.) / [Лібанова Е.М., Макарова О.В., Курило І.О. та ін.]; за ред. Е.М. Лібанової; Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. К., 2012. 320 с.
2. Кобеля З. І., Лаврук І. Г. Демографічна криза в Україні: причини та шляхи її подолання. Журнал "Науковий огляд" № 4(57). 2019. с.6–17. URL: <http://oaji.net/articles/2019/797-1562510667.pdf> (дата звернення: 20.12.2019).
3. Державна служба статистики України: веб. сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.12.2019).
4. World Population Prospects 2019. Highlights. *United Nations Population Division*. United Nations. (New York, 2019) : веб. сайт. URL: <https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-2019-highlights.html> (дата звернення: 20.12.2019).
5. Countries in the world by population (2019) : веб. сайт. URL: <https://www.worldometers.info/world-population/population-by-country/> (дата звернення: 20.12.2019).
6. Демографічний паспорт території. Державна служба статистики України : веб. сайт. URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/http://database.ukrcensus.gov.ua/Mult/Dialog/statfile1_c_files/pasport1.htm (дата звернення: 20.12.2019).
7. Народжуваність в Україні – чи можна її збільшити і чи треба це робити? Веб. сайт. URL: <https://life.pravda.com.ua> (дата звернення: 20.12.2019).
8. World Health Organization, Total Fertility Rate : веб. сайт. URL: [https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/total-fertility-rate-\(per-woman\)](https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/total-fertility-rate-(per-woman)) (дата звернення: 20.12.2019).
9. Допомога на дитину: які розміри виплат у 2019 році? Веб. сайт. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-yezhdnevny-buxgalterskiy-obzor-39-posobie-na-rebenka-kakie-razmery-vyplat-v-2019-godu> (дата звернення: 20.12.2019).
10. Молодь на експорт : веб. сайт. URL: https://zik.ua/news/2019/03/25/molod_na_eksport_chy_pravylny_shcho_u_lvovi_vlada_propaguie_navchannya_za_1536465 (дата звернення: 20.12.2019).
11. Чому в Україні смертність вища, ніж народжуваність? Веб. сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/28859966.html> (дата звернення: 20.12.2019).
12. BBC. Веб. сайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-40405193> (дата звернення: 20.12.2019).

REFERENCES:

1. Libanova E.M., Makarova O.V., Kurylo I.O. (2012) *Ljudskyj rozvytok v Ukraini: socialjni ta demografichni chynnyky modernizaciji nacionalnoji ekonomiky: kol. monoghr.* / [In-t demografiji ta socialnykh dos-lidzhenj im. M.V. Ptukhy NAN Ukrainy]. K., 2012. 320 p. (in Ukrainian)
2. Kobelja Z.I. Lavruk I.Gh. (2019) *Demografichna kryza v Ukraini: prychny ta shljakhy jiji po-dolannja* [Zhurnal "Naukovy oghljad"]. No 4(57), pp 6–17. Available at: <http://oaji.net/articles/2019/797-1562510667.pdf> (accessed 20 Desem 2019).
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: website. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 20 Desem 2019).
4. World Population Prospects 2019. Highlights. *United Nations Population Division*. United Nations. (New York, 2019): website. Available at: <https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-2019-highlights.html> (accessed 20 Desem 2019).
5. Countries in the world by population (2019): website. Available at: <https://www.worldometers.info/world-population/population-by-country/> (ac-cessed 20 Desem 2019).
6. Demografichnyj pasport terytoriyi. Derzhavna sluzhba staty'sty'ky` Ukrayiny` : website. Available at: http://database.ukrcensus.gov.ua/Mult/Dialog/statfile1_c_files/pasport1.htm (accessed 20 Desem 2019).
7. Narodzhuvanist' v Ukrayini – chy` mozhna yiyi zbil'shy'ty` i chy` treba ce roby'ty'? website. URL: <https://life.pravda.com.ua> (accessed 20 Desem 2019).
8. World Health Organization, Total Fertility Rate: website. URL: [https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/total-fertility-rate-\(per-woman\)](https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/total-fertility-rate-(per-woman)) (accessed 20 Desem 2019).
9. Dopomoga na dy'ty`nu: yaki rozmiry` vy`plat u 2019 roci? website. Available at: <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-yezhdnevny-buxgalterskiy-obzor-39-posobie-na-rebenka-kakie-razmery-vyplat-v-2019-godu> (accessed 20 Desem 2019).
10. Molod` na eksport: website. Available at: https://zik.ua/news/2019/03/25/molod_na_eksport_chy_pravylny_shcho_u_lvovi_vlada_propaguie_navchannya_za_1536465(accessed 20 Desem 2019).
11. Chomu v Ukrayini smertnist` vy`shha, nizh narodzhuvanist`? website. Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/28859966.html> (accessed 20 Desem 2019).
12. BBC. website. Available at: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-40405193> (accessed 20 Desem 2019).

УДК 336.71

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-56>**Ліхоносова Г.С.***доктор економічних наук,
професор кафедри фінансів**Національного аерокосмічного університету
імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»***Колесник В.О.***магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Національного аерокосмічного університету
імені М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»***Likhonosova Ganna***Doctor of Economics Sciences, Professor of Finance Department,
National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute»***Kolesnik Vladislav***Master of Finance, Banking and Insurance Specialty,
National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute»*

ФІНАНСОВІ КАТАЛІЗАТОРИ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

FINANCIAL CATALYSTS OF OPTIMIZATION MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE MANAGEMENT

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто проблематику, яка впливає на якість управління прибутком на промислових підприємствах України. Розглянуто шляхи формування матеріальних витрат та основні чинники, що впливають на неефективну їхню реалізацію. Запропоновано фінансові каталізатори щодо впровадження оптимальних методів управління прибутком. Метою статті є дослідження та характеристика фінансових каталізаторів оптимізації управління прибутком промислового підприємства, а саме визначення впливу матеріальних витрат на ефективність механізму управління прибутком підприємств. Об'єкт дослідження – фактичні дані фінансово-господарської діяльності промислового підприємства, а саме процес формування та розподілу прибутку на підприємстві. Методи використані в дослідженні – науковий, логічний. Обґрунтовано, що управління прибутком на підприємстві повинно здійснюватися на основі методичного, організаційного, інформаційно-аналітичного забезпечення. Встановлено, що на величину прибутку підприємства впливають результати від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності, тому управління прибутком, особливо його формуванням, повинно здійснюватися у розрізі представлених видів діяльності. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є визначення факторів, що мають вплив на величину прибутку підприємства, пошук резервів його зростання з метою підвищення фінансової стійкості та забезпечення підприємства ресурсами для подальшого розвитку.

Ключові слова: прибуток, методи оптимізації, матеріальні витрати, каталізатор, промислове підприємство, розвиток.

АННОТАЦІЯ

В статье рассмотрена проблематика, которая влияет на качество управления прибылью на промышленных предприятиях Украины. Рассмотрены пути формирования материальных затрат и основные факторы, влияющие на неэффективную их реализацию. Предложено финансовые катализаторы по внедрению оптимальных методов управления прибылью. Проведенные исследования и характеристики финансовых катализаторов оптимизации управления прибылью промышленного предприятия, а именно определение влияния материальных затрат на эффективность механизма управления прибылью предприятий. В работе использованы фактические данные финансо-

во-хозяйственной деятельности промышленного предприятия, а именно процесс формирования и распределения прибыли на предприятии. Появление проблем, которые указывают на неэффективное значения. обоснованно, что управление прибылью на предприятии должно осуществляться на основе методического, организационного, информационно-аналитического обеспечения. Установлено, что на величину прибыли предприятия влияют результаты от операционной, финансовой и инвестиционной деятельности, поэтому управление прибылью, особенно ее формированием, должно осуществляться в разрезе представленных видов деятельности. Перспективами дальнейших исследований в данном направлении является определение факторов, влияющих на величину прибыли предприятия, поиск резервов его роста с целью повышения финансовой устойчивости и обеспечения предприятия ресурсами для дальнейшего развития. Поэтому управление прибылью, особенно ее формированием, должно осуществляться в разрезе представленных видов деятельности.

Ключевые слова: прибыль, методы оптимизации, материальные затраты, катализатор, промышленное предприятие, развитие.

ANNOTATION

The article discusses the issues that affect the quality of profit management in industrial enterprises of Ukraine. The ways of forming material costs and the basis of factors affecting their ineffective implementation are considered. Proposed financial catalysts for the implementation of best practices for managing profit. The studies and characteristics of financial catalysts for optimizing the profit management of an industrial enterprise, namely, determining the effect of material costs on the effectiveness of the enterprise profit management mechanism. The paper used the actual data of the financial and economic activities of an industrial enterprise, namely the process of formation and distribution of profits at the enterprise. The appearance of problems that indicate ineffective values. it is reasonable that profit management in an enterprise should be based on methodological, organizational, information and analytical support. It has been established that the profit of an enterprise is affected by the results from operating, financial and investment activities, therefore, profit management, especially its formation, should be carried out in the context of the presented activities. The article deals with issues related to the profit of

the enterprise and its role for the enterprise in a market economy. The system and directions of enterprise profit management are outlined. Disclosed elements of the enterprise profit management mechanism as part of the management system. Profit-related enterprise strategies are analyzed. It is proved that profit is not only an incentive for business activity of enterprises, but also the main source of development of their activity. Thus, it is of great importance to develop recommendations for improving the efficiency of formation, profit sharing and maximizing it. Prospects for further research in this direction are the identification of factors affecting the value of the enterprise's profit, the search for reserves for its growth in order to increase financial stability and provide the enterprise with resources for further development. therefore, profit management, especially its formation, should be carried out in the context of the presented activities.

Key words: profit, optimization methods, material costs, catalyst, industrial enterprise, development.

Постановка проблеми. Під собівартістю продукції, робіт і послуг розуміються виражені в грошовій формі витрати всіх видів ресурсів: основних фондів, природної і промислової сировини, матеріалів, палива й енергії, праці, використовуваних безпосередньо в процесі виготовлення продукції і виконання робіт, а також для збереження і поліпшення умов виробництва і його вдосконалення. Склад витрат, що включаються в собівартість продукції, визначається державним стандартом, а методи калькуляції – самими підприємствами [1, с. 15–16]. Собівартість продукції, будучи витратами підприємства на виробництво і звернення, є основою порівняння витрат і доходів, тобто самооповування – основоположної ознаки ринкового господарського розрахунку. Собівартість є одним з узагальнених показників інтенсифікації й ефективності споживання ресурсів.

Ключовими аспектами управління прибутком є його формування, розподіл і використання, що передбачає створення на підприємстві методичного, організаційного та інформаційно-аналітичного забезпечення. Методичне забезпечення включає різноманітні методи аналізу, планування та контролю розміру прибутку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методичними засадами визначення прибутковості українських підприємств та їхніми сьогоденними реаліями займалися такі українські науковці, як А.Ю. Нагрецькіс, [2], Л.С. Гаватюк [3, с. 40–43]. Прибутковість підприємства у сучасних підходах до визначення сутності наведені І.Ю. Єпіфановою [4, с. 189–192]. Зусилля авторського колективу вже були спрямовані на покращення іміджу фінансового забезпечення України [5, с. 7–17], однак нині ставиться за мету дослідження саме фінансових каталізаторів оптимізації управління прибутком промислового підприємства.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття – опанування теоретичних, методичних та практичних засад формування прибутку промислового підприємства, а також розроблення напрямів зниження собівартості виготовлення продукції промислового підприємства в умовах фінансово-економічної кризи.

Метою статті є дослідження та характеристика фінансових каталізаторів оптимізації управління прибутком промислового підприємства, а саме визначення впливу матеріальних витрат на ефективність механізму управління прибутком підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. У системі показників економічної ефективності виробництва в галузях матеріального виробництва плануються й аналізуються такі показники, як виробництво продукції на 1 грн. одиниці витрат, а також зниження витрат на 1 грн. одиниці продукції (робіт).

Під час планування і аналізу зниження собівартості продукції розраховують за такими групами чинників [1, с. 45]:

1. Підвищення технічного рівня виробництва.
2. Поліпшення організації виробництва і праці.
3. Зміна обсягу, структури і розміщення виробництва.
4. Поліпшення використання природних ресурсів.
5. Розвиток виробництва.

Далі потрібно зробити аналіз динаміки операційних витрат на 1 грн. вартості реалізованої продукції (табл. 1).

Витрати на 1 грн. реалізованої продукції за звітний період у порівнянних цінах становлять 91,71 копійки, що вище, ніж за 2012 рік, на 19%.

Узагальнені вихідні дані для аналізу структури операційних витрат за економічними елементами містить форма № 2 фінансової звітності „Звіт про фінансові результати”, а саме розділ 2 „Елементи операційних витрат”. За цими даними можна визначити, до якого типу виробництва належить підприємство за переважанням використовуваних ресурсів (матеріало-, трудо-, чи фондомістке). На основі такого аналізу визначають найактуальніші для підприємства напрями зниження собівартості. Аналіз структури операційних витрат за економічними елементами потрібний також для того, щоб підприємство не потрапило у „ножиці” еластичного попиту на свою продукцію та нееластичного власного попиту на ті чи інші виробничі ресурси. Вихідні дані й розрахунки для аналізу собівартості продукції за економічними елементами наведені в табл. 2.

Таблиця 1

Витрати на 1 грн. від вартості реалізованої продукції промислового підприємства, 2012–2017 рр.

Рік	Формула	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення, %
Грн.	Операційні витрати/ Виручка від	0,73	0,91	0,88	0,91	0,91	0,92	19
Коп.	реалізації продукції	72,84	91,43	87,70	91,09	91,42	91,71	19

Таблиця 2

Аналіз структури операційних витрат промислового підприємства за період 2012–2017 рр.

№	Рік	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Приріст	Част., % за пере(2012-2017)	
1	Матеріальні затрати	251491	224927	207880	204813	249040	306929	55438	78,76	79,82
2	Витрати на оплату праці	28417	25275	22672	21407	23860	31506	3089	8,90	8,19
3	Відрахування на соціальні заходи	10499	9405	8603	7915	5639	7342	-3157	3,29	1,91
4	Амортизація	13588	13459	1199	14086	13827	15341	1753	4,26	3,99
5	Інші операційні витрати	15335	18804	13908	18709	18012	23428	8093	4,80	6,09
6	Разом	319330	291870	254262	266930	310378	384546	65216	100,00	100,00

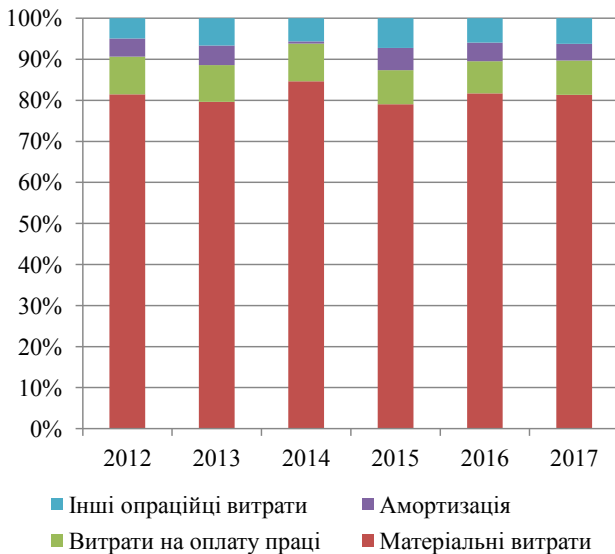


Рис. 1. Динаміка структури операційних витрат за 2012–2017 рік

Дані табл. 2 свідчать про матеріаломісткий характер виробництва: частка матеріальних витрат у попередньому періоді становила 78,76%, у звітному – 79,82% [6, с. 7–10]. Вони збільшилися на 1,06. Для більш детального уявлення дані табл. 2 потрібно занести у рис. 1.

Як можна побачити, підприємство має матеріаломісткий характер виробництва, оскільки матеріальні затрати займають 1 місце в структурі операційних витрат. Це пов'язано зі зростанням цін на паливно-мастильні матеріали, основні матеріали, комплектуючі вироби та електроенергію. Адаже матеріальні витрати промислового підприємства складаються з витрат палива, електроенергії, комплектуючих виробів та інших матеріальних ресурсів. Для цього потрібно провести аналіз ефективності викорис-

тання матеріальних ресурсів. Показники, які будуть використані для розрахунку ефективності використання матеріальних ресурсів, такі [7, с. 11–14]:

- матеріаловіддача, яка розраховується як відношення вартості товарної продукції до суми матеріальних витрат і характеризує вихід продукції з кожної гривні витрачених матеріальних ресурсів;

- матеріаломісткість продукції (розраховується як відношення суми всіх матеріальних витрат до вартості товарної продукції). Отримані дані наведено в табл. 3.

Динаміка показників матеріаловіддачі та матеріаломісткості свідчить про зниження ефективності використання матеріальних ресурсів у поточному році порівняно з попереднім. Обсяг продукції збільшився на 74 033 тис. грн., у тому числі внаслідок збільшення матеріальних витрат на 76 116, 37 тис. грн. (55438 x 1,3730) і внаслідок зниження матеріаловіддачі на 2087,12 грн. (-0,0068 x 306929).

У результаті зниження ефективності використання матеріалів їх перевитрати у виробництві становлять 1509,56 грн. (+0,0036 x 419321).

До факторів, що сприяють зниженню матеріальних витрат на виробництво продукції, відносять: скорочення неминучих витрат у технологічному процесі та понадпланових виробництв; використання у виробництві якісної сировини; задовільний технічний стан технологічних ліній і обладнання. Після аналізу собівартості, потрібно вжити таких заходів:

1. Підвищення технічного рівня виробництва. Це впровадження нової, прогресивної технології, механізація й автоматизація виробничих процесів; поліпшення використання і застосування нового вигляду сировини і матеріалів; зміна конструкції і технічних характеристик виробів; інші чинники, що підвищують

Таблиця 3

Аналіз використання матеріальних ресурсів промислового підприємства

Показник	Роки						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Відхилення
1. Обсяг реалізації продукції, тис. грн.	345288	319215	304762	293047	339502	419321	74033
2. Матеріальні витрати, тис. грн.	251491	224927	207880	204813	249040	306929	55438
4. Матеріаломісткість, грн..	0,7284	0,7046	0,6821	0,6989	0,7335	0,7320	0,0036
3. Матеріаловіддача, грн.	1,3730	1,4192	1,4660	1,4308	1,3632	1,3662	-0,0068

технічний рівень виробництва. Зниження собівартості може відбутися під час створення автоматизованих систем управління, використання ЕОМ, вдосконалення і модернізації наявної техніки і технології. Зменшуються витрати і в результаті комплексного використання сировини, застосування економічних заміників, повного використання відходів у виробництві. Великий резерв таїть в собі і вдосконалення продукції, зниження її матеріаломісткості і трудомісткості, зниження ваги машин і устаткування, зменшення розмірів тощо.

2. Вдосконалення організації виробництва і праці. Зниження собівартості може відбутися в результаті зміни в організації виробництва, формах і методах праці за розвитку спеціалізації виробництва; вдосконалення управління виробництвом і скорочення витрат на нього; поліпшення використання основних фондів; поліпшення матеріально-технічного постачання; скорочення транспортних витрат; інших чинників, що підвищують рівень організації виробництва.

3. Зниження поточних витрат відбувається в результаті вдосконалення обслуговування основного виробництва (наприклад, розвитку поточного виробництва, підвищення коефіцієнта змінності, впорядкування підсобно-технологічних робіт, поліпшення інструментального господарства, вдосконалення організації контролю за якістю робіт і продукції).

4. Зміна обсягу і структури продукції, які можуть привести до відносного зменшення умовно-постійних витрат (окрім амортизації), відносного зменшення амортизаційних відрахувань, зміни номенклатури й асортименту продукції, підвищення її якості. Умовно-постійні витрати не залежать безпосередньо від кількості продукції, що випускається. Із збільшенням обсягу виробництва їхня кількість на одиницю продукції зменшується, що приводить до зниження її собівартості.

5. Галузеві та інші чинники. До них відносяться: введення і освоєння нових цехів, виробничих одиниць і виробництв, підготовка й освоєння виробництва в діючих об'єднаннях і на підприємствах; інші чинники. Необхідно проаналізувати резерви зниження собівартості в результаті ліквідації застарілих і введення нових цехів і виробництв на вищій технічній основі, з кращими економічними показниками.

Для ефективного провадження діяльності потрібно розробити такі методи щодо оптимізації управління прибутком, як:

1. Скорочення витрат на сировину та матеріали. Вибір постачальників, що постачають сировину за нижчими цінами та надають відстрочки з оплати. Здійснення закупівлі сировини і матеріалів безпосередньо у заводу-вироблювача, скорочення числа посередників. Вибір постачальників здійснювати за критерієм включення вартості доставки у вартість сировини і матеріалів, а також виконання безкоштовного гарантійного ремонту.

2. Зменшення витрат на електроенергію. Хоча цей показник дуже залежить від тарифів, але можна провести перехід на економічне витрачання енергії на підприємстві. Придбати енергозберігаючі лампи, впровадити датчики денного або нічного витрачання електроенергії. Для порівняння узяли три види ламп – лампочка з ниткою розжарювання, люмінесцентна лампа та LED-індикатор. Економічні лампочки коштують разів у 10 дорожче, правда, й енергії споживають разів у 7–8 менше на рік. У середньому лампочка працює до 8 годин на добу. А це на рік 2920 годин. Оскільки вартість кіловата електроенергії диференціюється, то ми взяли середній показник – 1,68 грн. за кВт (за споживання від 100 до 600 кВт на місяць). Строк експлуатації. Пам'ятаємо, що одна лампа горить майже 3000 годин на рік. І виходить, що LED-лампа прослужить 10 років, тоді як кожні 4 місяці треба буде міняти звичайну лампочку. Отримані дані говорять про те, що навіть незначні зусилля щодо оптимізації прибутку приводять до бажаних результатів.

3. Скоротити витрати на утримання персоналу. Можливо скоротити випадки виплати матеріальної допомоги, премій за рахунок чистого прибутку підприємства. Провести поєднання деяких суміжних посад, виключити при цьому дублювання посад, особливо управлінського персоналу.

4. Скоротити витрати на експлуатацію обладнання. Вести використання зворотного лізингу обладнання. Скоротити до мінімуму технологічні простой. Зменшити витрати під час перерв і відпочинку. Практикувати здачу в оренду або продаж невикористаного підприємством обладнання.

5. Скоротити витрати на збут. Скоротити витрати на транспортування шляхом залучення послуг логістичної компанії або досвідченого логіста, встановлення оптимальних тарифних ставок. Автоматизувати облік збуту продукції.

6. Знизити адміністративні витрати. Скоротити витрати на інтернет і послуги телефонних операторів за допомогою контролю за витратами. Оптимізувати витрати на рекламу в межах, які встановлені законодавчо [5].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Підводячи підсумок, можна відзначити, що запропоновані заходи допоможуть підприємству скоротити витрати і підвищити рентабельність, проте їхня ефективна реалізація можлива у разі комплексного поступального підходу, а також безперервного контролю за їх виконанням.

Отже, у вигляді фінансових каталізаторів оптимізації управління прибутком промислового підприємства запропоновано такі інструменти:

1. Зниження вартості капіталу, що залучається, – це приведе до автоматизації системи бюджетування, що допоможе забезпечити «фінансову прозорість» компанії, і відбудеться скорочення витрат на контроль інвесторів і кредиторів.

2. Оптимізація діяльності компанії – це відкриває можливості для оцінки інвестиційної привабливості конкретних напрямів фінансово-економічної діяльності підприємства. При цьому керівництво компанії має інформаційну базу для вибору оптимального варіанту подальшого розвитку.

3. Скорочення дебіторської заборгованості – найчастіше оборотність капіталу на підприємстві значно скорочується через несвоєчасне погашення клієнтами заборгованості. У цій несвоєчасності іноді винні менеджери або бухгалтери підприємства, які забувають вчасно виставити рахунок або нагадати, що підійшли терміни платежу, клієнтові.

4. Підвищення фінансової стійкості підприємства – поділ бюджету на центри фінансової відповідальності з подальшим контролем за їх виконанням дає змогу в найбільш зручній формі здійснювати делегування фінансової відповідальності, а прозорість бюджетів дає змогу полегшити управління фінансами.

5. Стимулювання зростання фінансово-економічної ефективності і фінансової стійкості – це приведе до консолідації зусиль усіх підрозділів для досягнення кінцевого, кількісно поставленого результату, що в підсумку веде до зростання фінансової стійкості.

6. Оптимізація бюджету – ця система дає змогу об'єднати необмежену кількість варіантів даних, які описують один період діяльності організації. Порівняння різних версій бюджетів дає змогу вибрати з декількох варіантів розвитку ситуації найбільш підходящий для поточних цілей фірми.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бутинець Ф.Ф., Олійник О.В. Економічний аналіз : Практикум. Житомир : ПП «Рута», 2003. 495 с.
2. Нагребіс А.Ю. Управління прибутком підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5452> (дата звернення: 10.12.2019).

3. Гаватюк Л.С., Дармограй Н.В., Хімійчук Г.М. Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення. *Молодий вчений*. 2016. № 1(28). С. 40–43.
4. Епіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка та суспільство*. 2016. № 3. С. 189–192.
5. Ліхоносова Г.С., Белов О.В. Фінансування каталізаційного розвитку підприємництва: європейський вектор. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2019. № 2(64). С. 7–17.
6. Пошуків В. Фінансові проблеми стабілізації української економіки. *Економіка України*. 2007. № 1. С. 7–10.
7. Резников Л. Фінансовий стан і фінансова політика виробничих підприємств. *Економіка України*. 2007. № 7. С. 11–14.

REFERENCES:

1. Butynets F.F., Oliynyk O.V. (2003). Ekonomichnyy analiz: Praktykum [Economic analysis: Workshop]. Zhytomir: PE «Ruta», 495 p.
2. Nagretskis A.Yu. (2017). Upravlinnya prybutkom pidpryyemstva [Profit management of the enterprise. An efficient economy]. № 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5452> (accessed: 10 December 2019).
3. Havatyuk L.S., Darmograi N.V., Khimiychuk G.M. (2016). Prybutkovist ukrayinskykh pidpryyemstv: realiyi s'ohodennya [The profitability of Ukrainian enterprises: the realities of today]. Young scientist, No. 1(28), pp. 40–43.
4. Epifanova I.Y., Humeniuk V.S. (2016). Prybutkovist pidpryyemstva: suchasni pidkhody do vyznachennya sutnosti [Profitability of the enterprise: modern approaches to definition of essence]. Economy and society, № 3, s. 189–192.
5. Likhonosova G.S., Belov O.V. (2019). Finansuvannya katalizatsiynoho rozvytku pidpryyemnytstva: yevropeyskyy vektor [Financing the catalytic development of entrepreneurship: a European vector]. Scientific perspective: economics and management, No. 2(64), pp. 7–17.
6. Search V. (2007). Finansovi problemy stabilizatsiyi ukrayins'koyi ekonomiky [Financial problems of stabilization of the Ukrainian economy]. Ukraine economy, № 1, pp. 7–10.
7. Reznikov L. (2007). Finansovy stan i finansova polityka vyrobnychkykh pidpryyemstv [Financial status and financial policy of manufacturing enterprises]. Ukraine economy, № 7, pp. 11–14.

УДК 336.2

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-57>**Мандра Н.Г.***кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры международных отношений и бизнеса
факультета международных отношений
Национального авиационного университета***Лактионова О.Е.***кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Финансы и банковское дело»
экономического факультета
Приазовского государственного технического университета***Mandra Natalya***Associate Professor of the Department of International Business and Business,
Faculty of International Studies, National Aviation University***Laktionova Olga***Associate Professor of the Department of Finance and Banking,
Faculty of Economics, Priazovskiy sovereign technical university*

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК УСЛУГ, ЦИФРОВОЙ ФОРМАТ, ТРЕНДЫ

INTERNATIONAL MARKET OF SERVICES, DIGITAL FORMAT, TRENDS

АННОТАЦИЯ

Исследован международный рынок услуг информационных технологий. Анализ показал, что наибольшая стоимость коммерческих аутсорсинг-контрактов на услуги информационных технологий наблюдается в области финансовых услуг, в том числе услуг по кредитованию, инвестированию, страхованию, управлению финансами субъектов хозяйствования, лизингу. Выявлено, что аутсорсинг-контракты заключаются с целью снижения затрат времени, труда, энергии и материальных ресурсов на процессы предоставления услуг и повышения их эффективности. Исследование показало, что облачные источники (As-a-Service) в качестве услуги являются самыми распространенными на международном рынке услуг. Исследование международного рынка услуг, особенно информационно-коммуникационных технологий, является необходимым в связи с осуществлением цифровой трансформации экономики Украины. Предложено осуществлять мониторинг международного рынка услуг с целью возможности выхода исполнителей и заказчиков Украины на этот рынок.

Ключевые слова: бизнес, аутсорсинг, финансовые услуги, облачные услуги, аутсорсинг-контракты.

АНОТАЦІЯ

Досліджено міжнародний ринок послуг інформаційних технологій. Аналіз показав, що найбільша вартість комерційних контрактів на послуги спостерігається в галузі фінансових послуг, у тому числі послуги з кредитування, інвестування, страхування, з управління фінансами суб'єктів господарювання, лизингу. Виявлено, що аутсорсинг-контракти укладаються з метою зниження витрат часу, праці, енергії і матеріальних ресурсів на процеси надання послуг та підвищення їх ефективності. Дослідження показало, що хмарні джерела (As-a-Service) як послуги є найпоширенішими на міжнародному ринку послуг. Дослідження міжнародного ринку послуг, особливо інформаційно-комунікаційних технологій, є необхідним у зв'язку зі здійсненням цифрової трансформації економіки України. Запропоновано здійснювати моніторинг міжнародного ринку послуг із метою можливості виходу виконавців і замовників України на цей ринок.

Ключові слова: бізнес, аутсорсинг, фінансові послуги, хмарні послуги, аутсорсинг-контракти, outsourcing contracts.

ANNOTATION

The market of information technology services using commercial outsourcing contracts is a relevant research topic for Ukrainian customers, contractors and analysts of these services. There is a need to identify market segments with the highest cost of commercial outsourcing contracts. The most dynamically developing segment for information technology services is the segment of financial services, including credit, investment, insurance, financial management of business entities, leasing services. Outsourcing contracts are concluded with the aim of reducing the time, labor, energy and material resources spent on the processes of providing services and increasing their efficiency. The study showed that cloud sources (As-a-Service) as a service are the most common in the international market for services. The following services are considered as these services: IaaS and SaaS. The types of Managed Services are considered: ITO, BPO. Commercial outsourcing contracts concluded in America (South and North) have the most significant cost. EMEA countries lag behind in the cost of commercial outsourcing contracts for the provision of these services. In the Asia region, the most intensive growth is observed in all areas of the combined market for research services. The study of the international information and communication technology services market is especially relevant for Ukraine, given the fact that the Cabinet of Ministers of Ukraine adopted the Concept for the Development of the Digital Economy and Society of Ukraine for 2018-2020y. and approved a plan of measures for its implementation. there is a need to change the fiscal system of Ukraine in order to stimulate the development of the digital economy. The necessity of developing tools for continuous monitoring of the international services market is substantiated. To this end, it is proposed to adapt «business intelligence» toolkit, with which you can monitor in OLAP mode. OLAP - convenient analysis tool. It is proposed to monitor the international market for services with the aim of the possibility of Ukrainian performers and customers entering this market.

Key words: business, outsourcing, financial services, cloud services, outsourcing contracts.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практически задачами. На международном рынке услуг финансовые услуги (financial services) – это в

основном услуги финансового посредничества. Организации, оказывающие финансовые услуги на международном рынке, – банки, инвестиционные, страховые, лизинговые и брокерские компании. Финансовые услуги – крупнейшая по выручке индустрия в мире, доля рыночной капитализации этой индустрии, согласно S&P 500, составляет 20%. На международном рынке одной из моделей организации процесса оказания финансовых услуг является модель аутсорсинга [1–3]. В режиме аутсорсинга оказываются услуги по страхованию, кредитованию, инвестированию, управлению финансами субъектов хозяйствования, последние составляют более 25% всех финансовых услуг. Для снижения затрат времени, труда, энергии и материальных ресурсов на процессы оказания финансовых услуг и повышение их эффективности широкое применение получили информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), оказываемые на условиях коммерческих аутсорсинг-контрактов [1]. Исследование международного рынка услуг ИКТ является актуальным для Украины с учетом того, что Кабинет Министров принял Концепцию развития цифровой экономики и общества Украины на 2018–2020 гг. и утвердил план мероприятий по ее реализации.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых положено начало решению данной проблемы и на которые опираются авторы. Исследование международного рынка услуг, особенно информационно-коммуникационных технологий, является необходимым в связи с осуществлением цифровой трансформации эко-

номики Украины. В настоящее время имеются немногочисленные публикации, посвященные исследованию международного рынка услуг в области ИКТ [1]. Нерешенными являются проблемы выявления и мониторинга наиболее значимых сегментов международного рынка услуг, в том числе финансовых, услуг финансового аутсорсинга; определения места цифровых технологий и направлений дальнейшего развития услуг на этом рынке и др. Экспорт информационно-телекоммуникационных услуг (ИКУ) может стать одним из наиболее перспективных направлений экономики Украины. Украинские компании, в том числе компании МСБ (малого и среднего бизнеса), способны занять доминирующие позиции на глобальном цифровом рынке. Цифровые товары и услуги могут стать основой экспорта Украины.

Формулирование целей статьи (постановка задания). Цель исследования – выявление перспектив развития международного рынка услуг, в том числе услуг цифрового формата. Это необходимо для выявления возможности выхода компаний, в т. ч. МСБ, Украины в качестве поставщиков услуг.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Согласно данным компании ISG Index™ [3], которая исследует коммерческие аутсорсинг-контракты на использование цифровых информационно-коммуникационных технологий с годовой стоимостью контракта (ACV) 5 млн долларов и более, на рынке аутсорсинговых услуг финансовые услуги (Financial services)

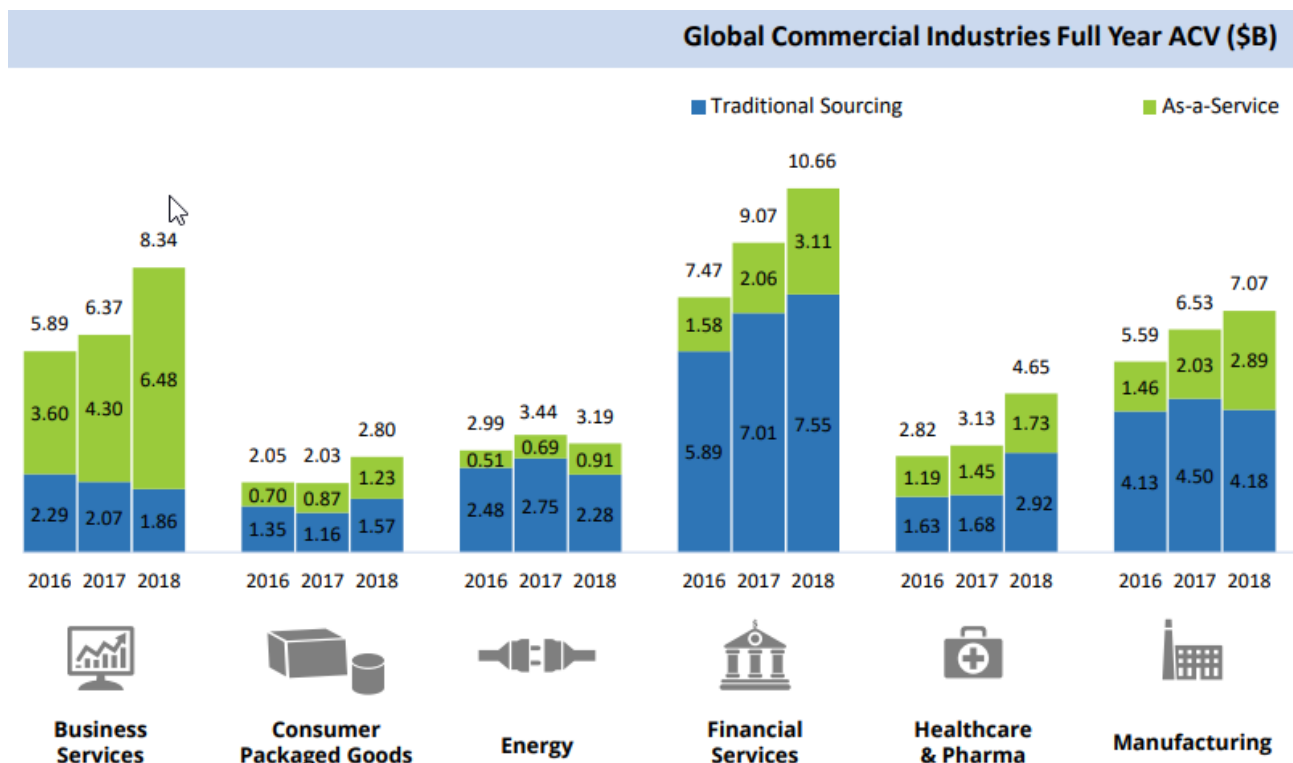


Рис. 1. Динамика стоимости аутсорсинг-контрактов на международном рынке, 2016–2018 гг., \$B (\$US billions) [3]

Таблиця 1

Динамика стоимости аутсорсинг-контрактов (ACV) на международном рынке, 2016–2018 гг.

	2016			2017			2018		
	ACV GCS, \$B	ACV FS, \$B	%	ACV GCS, \$B	ACV FS, \$B	%	ACV GCS, \$B	ACV FS, \$B	%
Traditional Sourcing	24,2	5,89	24,3	25,3	7,01	27,9	26,0	7,55	29,0
As-a-Service	12,2	1,58	12,9	15,2	2,06	13,4	21,8	3,11	14,2
Суммарная стоимость	36,4	7,47	20,5	40,5	9,07	22,39	47,8	10,66	22,3

Обозначение: GCS – Global Commercial Sector; FS – Financial Services.

занимают лидирующие позиции среди отраслей с положительным ростом в области традиционного аутсорсинга (Traditional sourcing) и аутсорсинга с использованием облачных технологий (As-a-Service), что представлено на рис. 1 [3].

Согласно рис. 1, за период 2016 г. стоимость заключенных контрактов на оказание финансовых услуг с использованием традиционных источников составила 5,89\$B (Traditional sourcing), а с использованием облачных технологий – 1,58\$B. За период 2017 г. стоимость заключенных аутсорсинг-контрактов на финансовые услуги, осуществляемых традиционно, – 7,01\$B (рост к 2016 г. 19%), а с использованием облачных технологий – 2,06\$B (рост к 2016 г. 30%). Суммарная стоимость аутсорсинг-контрактов в 2017 г. составила 9,07\$B (рост к 2016 г. 21%).

В 2018 г. стоимость аутсорсинг-контрактов на исполнение финансовых услуг, осуществляемых традиционно, составила 7,55\$B (рост к 2017 г. 8%, к 2016 г. – 28%).

Стоимость аутсорсинг-контрактов, осуществляемых с использованием облачных технологий, – 3,11\$B (рост к 2017 г. 50%, к 2016 г. – 96%). Суммарная стоимость аутсорсинг-контрактов в 2018 г. составила 10,66\$B (рост к 2017 г. 17%, к 2016 г. – 42%).

Согласно рис. 1. и табл. 1, отрасль «финансовые услуги» (Financial services, FS) является самой значительной по стоимости заключенных аутсорсинг-контрактов (ACV).

Наблюдается рост стоимости аутсорсинг-контрактов (ACV) во всех отраслях, особенно на услуги Financial Services на международном рынке, 2016–2018 гг. (рис. 3).

В третьем квартале 2019 г. (3Q19) на международном рынке спрос на услуги аутсорсинга услуг вырос на 13 % и достиг 13,8\$B (табл. 2).

На международном рынке услуг облачные источники (As-a-Service) в качестве услуги установили новый квартальный максимум – ACV 7,1\$B, что на 19% больше, чем во втором квартале 2019 г. (табл. 2).

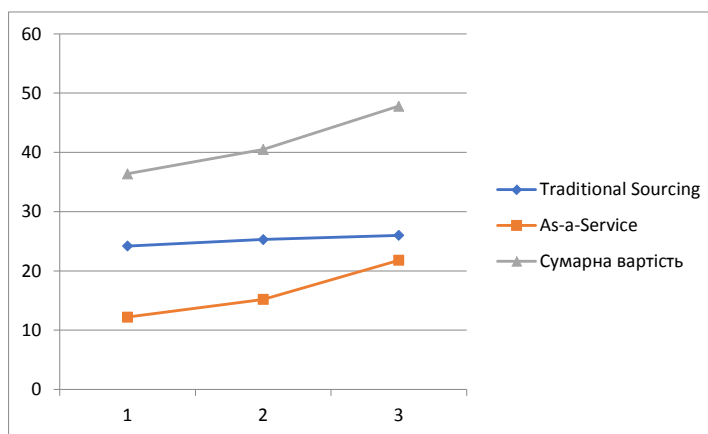
Услуги по управлению составили ACV 6,7\$B (табл. 2), рост – 7% по сравнению с аналогичным кварталом 2018 г. (табл. 2).

В регионе Америка наблюдается рост комбинированного рынка (как с использованием облачных технологий, так и без) на 25% (табл. 2).

В регионе EMEA наблюдается снижение спроса на аутсорсинг-контракты на 7%. Результат третьего квартала EMEA снизился на 5% по сравнению со вторым кварталом при объеме 411 контрактов, что на 1,7% меньше, чем в 2018 г. (табл. 2).

Рынок Asia Pacific Combined имеет рост 20% по сравнению с 3Q2018 г.

Высокий спрос на международном рынке услуг наблюдался на аутсорсинг бизнес-процессов (BPO), который вырос на 5,3% и достиг 1,6\$B в 3Q19. Сегмент ИТ-аутсорсинга (ИТО) сократился на 2%, до 5,1\$B.



Обозначение: Traditional Sourcing – традиционные источники; As-a-Service – источники с использованием облачных технологий.

Рис. 2. Динамика стоимости аутсорсинг-контрактов (ACV) на международном рынке услуг, 2016–2018 гг., \$B

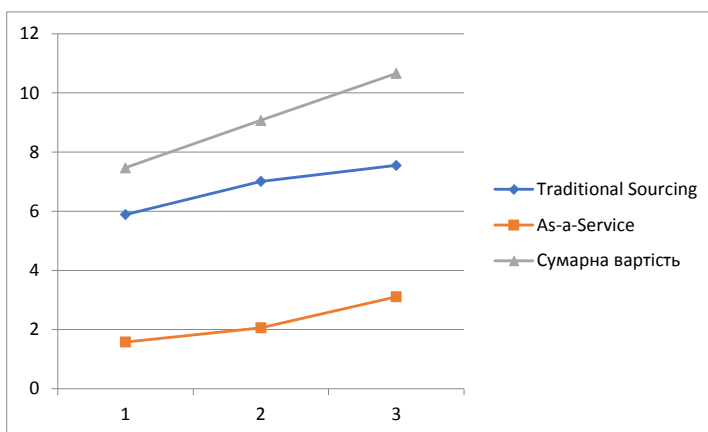


Рис. 3. Динамика стоимости аутсорсинг-контрактов на услуги Financial Services (финансовые услуги) на международном рынке, 2016–2018 гг., \$B

Таблица 2

Показатели аутсорсинг-контрактов на международном рынке в 3Q2019, \$B [3]

	3Q19 ACV(\$B)	3Y/Y, %	2019YTD ACV(\$B)	2019YTD, %
Международный рынок (Combined)	13,8	13%	41,6	11%
Тип				
Услуги по управлению	6,7	7%	20,8	2%
As-a-Service	7,1	19%	20,8	22%
По регионам:				
Americas Combined	7,7	25%	21,1	12%
EMEA Combined	4,1	-7%	13,9	5%
Asia Pacific Combined	2,0	20%	6,6	23%

Среди ТОП-отраслей в 3Q2019 наибольшая стоимость аутсорсинг-контрактов наблюдалась: при оказании финансовых услуг – 8,4\$B; в биз-

несе (Business Services) – 7,2\$B; в производстве (Manufacturing) – 6,4\$B; Телеком&Media – 4,5\$B. По региону Америка в 3Q2019:

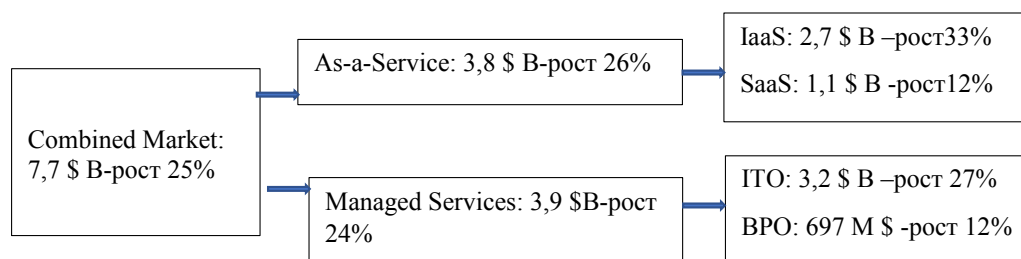


Рис. 4. Показатели по региону Америка, 3Q2019

Рынок региона Америка (Северная и Южная) показывает значительный рост комбинированного рынка – 25%. Наблюдается рост услуг As-a-Service – 26%, услуг IaaS (инфраструктура как услуга) – 33%, услуг SaaS (программное

обеспечение как услуга) – 12%.

Managed Services (услуги по управлению) – рост 24%, из них ITO – рост 27%, BPO – рост 12%.

Регион EMEA в 3Q2019:

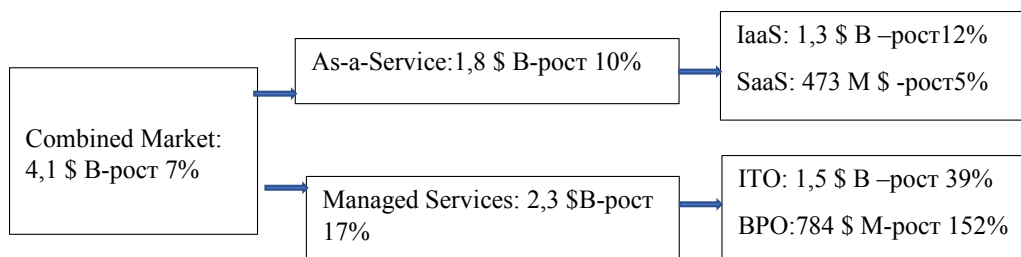


Рис. 5. Показатели по региону EMEA, 3Q2019

По региону EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка) наблюдается менее интенсивный рост услуг As-a-Service – 10%.

Значительный рост ITO – 39%. Рост ACV в Скандинавских странах и в странах Бени-

люкса был недостаточным для компенсации двузначного спада на трех крупнейших рынках регион – Великобритания, DACH и Франция.

Регион Asia Pacific в 3Q2019:

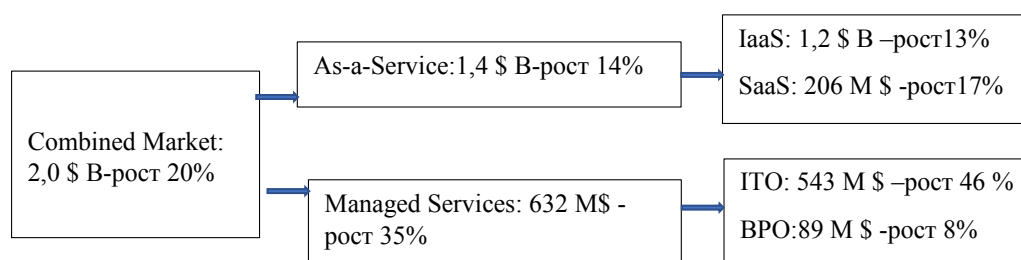


Рис. 6. Показатели по региону EMEA, 3Q2019

По региону Asia Pacific наблюдается очень интенсивный рост по всем направлениям комбинированного рынка, особенно в сегменте управляемых услуг (Managed Services), ACV – 632 M\$ – рост 35% благодаря росту ИТО на 46%. Особенно сильный рост наблюдался в Китае и Индии, более слабые результаты в Австралии/Новой Зеландии и ЮВА. Причем IaaS и SaaS растут двузначными темпами.

Выводы из этого исследования и перспективы дальнейших исследований в данном направлении. Международный рынок аутсорсинговых услуг ИКТ показывает географическую распространенность и эффективность работы поставщиков услуг. Наблюдается расширение международного рынка за счет быстрорастущего рынка как услуги, где оказывают сильное влияние облачные услуги на преобразование цифрового бизнеса. Наибольшие по стоимости аутсорсинг-контракты имеют место в сегменте финансовых услуг. Выявлено, что, несмотря на рецессию, компании продолжают вкладывать капитал в модернизацию своей инфраструктуры и создание цифровых продуктов. Необходимо усовершенствование механизма управления в области рынка ИКТ, которое позволит повысить конкурентоспособность не только стран, но и регионов в целом, что приведет к повышению уровня жизни в мире и в Украине. Требуется разработка инструментария дальнейшего мони-

торинга спроса и предложения на международном рынке для выявления его изменений, точек роста и возможности выхода поставщиков и пользователей этих услуг в Украине.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Омельченко Л.С., Календжян С.О., Лактионова О.Е. Финансовый аутсорсинг : учебное пособие. Мариуполь : ПГТУ, 2016. 124 с.
2. Омельченко Л.С., Лактионова О.Е., Мандра Н.Г. Финансовый аутсорсинг в международной практике, компании-аутсорсеры Украины. *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 600–605.
3. ISG GLOBAL 4Q18. URL: https://isg-one.com/docs/default-source/default-document-library/4q18-global-isg-index.pdf?sfvrsn=b9bdcc31_2 (дата обращения: 20.12.2019).

REFERENCES:

1. Omel'chenko L.S., Kalendzhyan S.O., Laktionova O.E. (2016) *Finansovyy autsorsing: uchebnoe posobie*. Mariupol: PDTU, 124 p.
2. Omel'chenko L.S., Laktionova O.E., Mandra N.G. (2017) *Finansovyy autsorsing v mezhdunarodnoy praktike, kompanii-autsorsery Ukrainy*. *Ekonomika i suspilstvo*. 2017. № 12. Pp. 600–605.
3. ISG GLOBAL 4Q18 (2018) URL: https://isg-one.com/docs/default-source/default-document-library/4q18-global-isg-index.pdf?sfvrsn=b9bdcc31_2 (accessed 20.12.2019).

УДК 336.276

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-58>

Панченко В.В.

аспірантка кафедри фінансів

Київського національного торговельно-економічного університету

Panchenko Victoria

postgraduate student of the Department of Finance,
Kyiv National University of Trade and Economics**НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНІМ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ****DIRECTIONS OF EXTERNAL PUBLIC DEBT MANAGEMENT OPTIMIZING****АНОТАЦІЯ**

У статті розглянуто найбільш поширені державні боргові цінні папери розвинених країн, зокрема США, Німеччини, Англії та Японії, які є основним джерелом державного запозичення. Наведено дані щодо облігацій зовнішньої державної позики (далі – ОЗДП) та облігацій внутрішньої державної позики (далі – ОВДП) України в обігу, здійснено розрахунок та порівняння середнього терміну обертання, середньозваженої доходності, розраховано сукупну вартість ОЗДП в обігу та валютних ОВДП. Зроблено висновок щодо можливостей залучення коштів шляхом випуску ОЗДП та валютних ОВДП. Здійснено порівняння ставок доходності ОВДП та депозитів як конкурентів на ринку інвестицій. Розглянуто принцип дії державних боргових інструментів із прив'язкою до ключових макроекономічних показників розвитку країни на прикладі зв'язку з номінальним ВВП. Розроблено пропозиції щодо оптимізації розвитку ринку державних боргових цінних паперів в Україні. Досліджено сильні та слабкі боки впровадження в Україні «зелених» облігацій та «продовжуваних» ОЗДП, пов'язаних із рівнем зростання ВВП, а також виявлено потенційні можливості та загрози їх застосування.

Ключові слова: зовнішній державний борг, оптимізація управління боргом, управління зовнішнім державним боргом, «зелені» облігації, «продовжувані» ОЗДП.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены наиболее распространенные государственные долговые ценные бумаги развитых стран, в частности США, Германии, Англии и Японии, которые являются основным источником государственного заимствования. Приведены данные по облигациям внешнего и внутреннего государственного займа Украины в обращении, осуществлены расчет и сравнение среднего срока обращения, средне-взвешенной доходности, рассчитана совокупная стоимость облигаций внешнего государственного займа в обращении и валютных облигаций внутреннего государственного займа. Сделан вывод о возможности привлечения средств путем выпуска облигаций внешнего государственного займа и валютных облигаций внутреннего государственного займа. Проведено сравнение ставок доходности облигаций внутреннего государственного займа и депозитов как конкурентов на рынке инвестиций. Рассмотрен принцип действия государственных долговых инструментов с привязкой к ключевым макроекономическим показателям развития страны на примере связи с номинальным ВВП. Разработаны предложения по активизации развития рынка государственных долговых ценных бумаг в Украине. Исследованы сильные и слабые стороны внедрения в Украине «зеленых» облигаций и «продлеваемых» облигаций внешнего государственного займа, связанных с уровнем роста ВВП, а также выявлены потенциальные возможности и угрозы их применения.

Ключевые слова: внешний государственный долг, оптимизация управления долгом, управление внешним государственным долгом, «зеленые» облигации, «продлеваемые» облигации внешнего государственного займа.

ANNOTATION

The urgency of the topic is due to the significant pressure of the debt burden on the expenditure part of the state budget, which needs to be solved by improving the efficiency and effectiveness of Ukraine's debt policy. The use of the most progressive public debt instruments existing in the world, which could be implemented in the realities of domestic economy, should make the process of public borrowing more flexible and economically viable. The article deals with the most common public debt securities of developed countries, in particular, the USA, Germany, England and Japan, which are the main source of government borrowing. The largest share of the listed countries' debt markets is occupied by government bonds with a fixed coupon. The main advantages of issuing government debt securities in relation to obtaining loans are listed. The data on external government bonds (EGB) and domestic government bonds (DGB) of Ukraine in circulation are given, calculation and comparison of average term of rotation, average weighted yield is made, total value of EGB in circulation and currency DGB is calculated. The conclusion was drawn on the possibilities of raising funds through the issuance of EGB and currency government bonds. A comparison was made between the interest rates on government bonds and deposits as competitors in the investment market; the main advantages of government bonds in relation to deposit are listed as a direction of funds investing. The principle of action of government debt instruments with reference to the key macroeconomic indicators of the country's development, based on the example of connection with nominal GDP, is considered. The essence and the types of counter-cyclical financial instruments introduced by the Commonwealth are disclosed. Proposals for activation of development of government debt securities market in Ukraine have been elaborated. The strengths and weaknesses of the introduction of green bonds in Ukraine and GDP-linked bonds were explored, and identified potential and threats of their use. The conclusion was made about the necessity of revising approaches to the classification of government debt securities by maturity, and presented a new classification system.

Key words: external public debt, optimization of debt management, external public debt management, green bonds, GDP-linked bonds.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Зростання державної заборгованості та тиск боргового тягаря на видаткову частину державного бюджету змушують уряди багатьох країн шукати шляхи підвищення ефективності та дієвості своєї боргової політики, серед інструментів якої важливе місце належить державним цінним паперам. У масштабах світової економіки використовуються різні за параметрами та характеристиками боргові папери суверенних держав, проте загальні глобалізаційні зміни, які торкаються основ функ-

ціонування економічних систем країн, сприяють їх міждержавній уніфікації. Підвищенню ефективності боргової політики України сприятиме застосування найбільш прогресивних інструментів державного боргу, існуючих у світовій практиці, що можуть бути впроваджені в реаліях вітчизняної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Теоретичні та практичні аспекти розвитку ринку боргових державних цінних паперів, особливості їх застосування як інструмента боргової політики держави досліджували такі вітчизняні вчені, як: Т. Богдан, Ж. Гарбар, Н. Дегтярьова, В. Демиденко, О. Карапетян, Г. Кучер, Н. Лубкей, Т. Мацієвич, О. Мозговий, О. Новосолова, І. Чугунов [1–11] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Недостатньо дослідженим залишається питання вибору найбільш поширених у світовій практиці інструментів державного боргу, застосування яких здатне розширити можливості державного запозичення та оптимізувати структуру боргового портфеля держави.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає у дослідженні сутності та видів державних боргових цінних паперів, які активно та найбільш успішно використовуються іноземними країнами, оцінці можливостей та доцільності їх застосування в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У Середньостроковій стратегії управління державним боргом на 2019–2022 рр. [12] надано орієнтовний перелік джерел фінансування державного бюджету, в якому боргові цінні папери представлені облігаціями внутрішньої державної позики (далі – ОВДП) та облігаціями зовнішньої державної позики (далі – ОЗДП), інші боргові інструменти представлені різними формами кредитування та надання гарантій. Якщо порівнювати залучення коштів за допомогою державних боргових цінних паперів з отриманням позик за кредитними угодами, то вони мають такі переваги [7, с. 825]:

- більш гнучкий борговий інструмент;
- сприяють розширенню кола інвесторів та дають змогу мобілізувати значні кошти для фінансування заходів, які невідповідні чи неприйнятні для приватного капіталу;
- значна мобільність та диверсифікація;
- випускаються на умовах, що визначаються винятково емітентом. На нашу думку, саме свобода прийняття рішень та встановлення умов випуску, обігу та погашення роблять цінні папери більш оптимальним джерелом залучення фінансування порівняно з кредитуванням.

Державні облігації – найбільш поширений вид боргових цінних паперів у світовій практиці. «Переважаюча частка у структурі державно-

го боргу сучасних держав – це заборгованість, сформована внаслідок використання державних боргових цінних паперів, які є досить ефективним борговим інструментом держави. Наприклад, у США та Великобританії державні цінні папери є дуже популярними серед населення, у зв'язку з чим більше як 90% усіх державних запозичень даних країн здійснюється шляхом їх емісії» [7, с. 825].

Департамент казначейства США через діюче у його складі Бюро фіскальної служби випускає казначейські цінні папери шести видів [13]:

- короткострокові казначейські векселі (Treasury Bills) – до одного року;
- середньострокові казначейські облігації (Treasury Notes) – іменні облігації з терміном погашення до десяти років;
- довгострокові казначейські облігації (Treasury Bonds) – іменні облігації з терміном обігу понад десять років;
- облігації з плаваючою відсотковою ставкою (Floating Rate Note – FRN) – допомагають фінансувати уряд із найменшими витратами з плином часу. Введені в обіг з 2013 р.;
- казначейські облігації, захищені від інфляції (Treasury Inflation-Protected Securities – TIPS), – їхня доходність збільшується з ростом інфляції і зменшується з дефляцією. Головний їх недолік для інвесторів – ставка реальної доходності може бути від'ємною. Введені в обіг з 1997 р.;
- торгівля зареєстрованими відсотками та основною сумою цінних паперів (STRIPS) – користуються популярністю серед інвесторів, які хочуть отримати визначений платіж у певну майбутню дату. Такі цінні папери не випускаються та не продаються безпосередньо інвесторам, їх можна придбати та володіти лише через фінансові установи або брокерів та дилерів державних цінних паперів.

У Великобританії державні облігації (gilts), які нині перебувають в обігу, згідно з критерієм умов емісії, виплати відсотків і погашення поділяють на [14]:

- звичайні (conventional gilts) – займають 75% ринку облігацій;
- індексовані (index-linked gilts) – займають 25% ринку;
- облігації з відривними купонами (gilt strips) – перша емісія здійснена у 1997 р., друга – у 2002 р., проте зараз усі gilt strips обертаються як звичайні облігації з фіксованим купоном.

Зазвичай термін обігу gilts становить 5, 10 або 30 років, але в травні 2005 р. Офіс управління боргом (DMO) випустив нові 50-річні облігації. У червні 2013 р. після консультацій на ринку DMO випустив нові 50-річні облігації. Як правило, номінал gilts становить 100 фунтів стерлінгів, проте може бути і 1 пені. Відсоткова ставка невисока. Так, наприклад, для облігацій із датою погашення у 2047 р. вона становить 1,5% річних. Окрім облігацій, Офіс управління боргом Великобританії здійснює випуск каз-

начейських векселів із терміном обертання від 1 до 364 днів, ставка купону за якими може бути нульовою. Їх продаж інвесторам здійснюється через акредитовані банки.

У Німеччині найбільш розповсюдженими є довгострокові урядові облигації (Bundesanleihen (Bunds) та п'ятирічні державні облигації з фіксованою річною виплатою відсотків (Bundesobligationen (Bobls) (рис. 1). Bunds випускаються строком на 10 та 30 років. На кінець 2018 р. їхня частка становила 64,6% боргового портфеля держави, причому на 10-річні облигації припадає 44,6%, тому вони є найбільш важливим джерелом фінансування федерального уряду. Після Bunds Bobls є другим найважливішим джерелом фінансування Федерального уряду Німеччини [15].

Меншою мірою в Німеччині використовуються інші державні боргові цінні папери, серед яких [15]:

- індексовані на інфляцію федеральні цінні папери (Inflationsindexierte Bundeswertpapiere (ILB) зі строком обертання 5, 10 або 30 років. Окрім фіксованої річної виплати відсотків, їх власники отримують компенсацію інфляції;

- дворічні казначейські ноти (Bundesschatzanweisungen (Schdtze)) – інструменти ринку капіталу Німеччини з найкоротшим початковим терміном погашення;

- шести- або 12-місячні федеральні безкупонні облигації (Unverzinsliche Schatzanweisungen (Bubills)) – продаються за ціною нижче номіналу, погашаються за номіналом;

- 7-річні облигації земель Німеччини (Bund-Länder-Anleihe). Облигації Bund-Länder, випущені Федеральним урядом та десятьма землями у 2013 р. на суму 3 млрд євро, не покриваються 100% федеральною гарантією через часткову відповідальність емітента.

Японія залучає значні суми з ринків капіталу для фінансування державних видатків, головним чином, за рахунок випуску державних облигацій (JGB), фінансових векселів та запозичень. Ці заходи фінансування підтриму-

ються великою та різноманітною спільнотою вітчизняних та закордонних інвесторів та посередників. Нині державні облигації Японії (JGB) можна класифікувати на п'ять категорій [16]:

- 1) короткострокові векселі (шестимісячні та однорічні);

- 2) середньострокові ноти (дворічні та п'ятирічні);

- 3) довгострокові облигації (10-річні);

- 4) наддовгострокові облигації (20-, 30- та 40-річні);

- 5) JGB для роздрібних інвесторів (три-, п'яти- та десятирічні).

У 2002–2003 рр. уряд Японії запровадив розділену торгівлю зареєстрованими відсотками та основною сумою цінних паперів (STRIPS) і програму 10-річних JGB із плаваючою відсотковою ставкою. Згодом уряд Японії почав видавати [16]:

- 10-річні облигації, пов'язані з індексом споживчих цін (CPI);

- трирічні та п'ятирічні облигації для роздрібних інвесторів;

- 40-річні облигації з фіксованою ставкою у 2003, 2005 та 2007 рр.

Короткострокові JGB – це дисконтні облигації. Усі інші види державних облигацій – із фіксованими купонами. Однак було припинено випуск 15-річних облигацій із плаваючою ставкою та індексованих на інфляцію.

Спільна риса, яка відрізняє боргові цінні папери урядів розвинених країн, – їх висока дієвність, що викликає довіру з боку інвесторів та дає змогу встановлювати відносно невисоку норму доходності. Саме це робить емісію державних боргових цінних паперів вигідним та рентабельним інструментом запозичення. Своєчасна та повна виплата доходу і погашення номіналу боргових інструментів забезпечує високі кредитні рейтинги розвинених країн-емітентів, підтверджуючи статус їхніх облигацій як надійного та привабливого напрямку інвестування активів. Саме проблеми з обслуговуванням державного боргу, застосування методів його реструктуризації стають на шляху активного виходу українських ОЗДП на міжнародні ринки капіталу. Сьогодні зацікавити інвесторів вкладати кошти в українські боргові цінні папери можливо шляхом установлення відносно високих відсоткових виплат порівняно з іншими державними облигаціями на європейському ринку капіталу та своєчасного виконання своїх зобов'язань для створення репутації надійного позичальника. Проте висока ставка купону підвищує вартість обслуговування боргу та рівень ризиків, зокрема валютного.

Сукупна вартість усіх ОЗДП України, які нині перебувають в обігу, становить близько 23 млрд дол. США (табл. 1). Середній строк до погашення складає дев'ять років, проте значно різняться щодо кожної емісії. Найменший термін обігу (чотири роки) в ОЗДП 2015 р. на суму 0,66 млрд дол., найдовший (25 років) – у казначейських нот, які були випущені під час

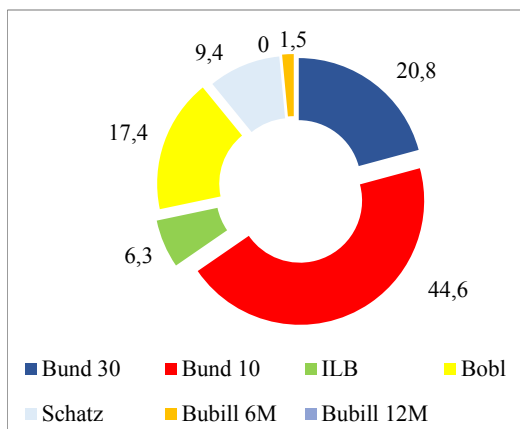


Рис. 1. Облигації у складі державного боргу Німеччини у 2018 р., %

Джерело: складено за даними [15]

Таблиця 1

ОЗДП України в обігу станом на 31.08.2019

Дата випуску	Дата погашення	Термін обігу	Валюта	Обсяг емісії, млрд	Ставка купону
29.05.2015	29.05.2020	5	USD	1	1,847
12.11.2015	31.05.2040	25	USD	3,24	7,75
12.11.2015	01.09.2027	12	USD	1,31	7,75
12.11.2015	01.09.2026	11	USD	1,32	7,75
12.11.2015	01.09.2025	10	USD	1,33	7,75
12.11.2015	01.09.2024	9	USD	1,34	7,75
12.11.2015	01.09.2023	8	USD	1,36	7,75
12.11.2015	01.09.2022	7	USD	1,38	7,75
12.11.2015	01.09.2021	6	USD	1,41	7,75
12.11.2015	01.09.2020	5	USD	1,36	7,75
12.11.2015	01.09.2019	4	USD	0,66	7,75
29.09.2016	29.09.2021	5	EUR	1	1,471
25.09.2017	25.09.2032	15	USD	3	7,375
25.10.2018	01.11.2028	10	USD	1,6	9,75
25.10.2018	01.02.2024	5	USD	0,75	8,994
20.06.2019	20.06.2026	7	USD	1	6,75

Джерело: складено за даними [17]

реструктуризації зовнішнього державного боргу в 2015 р. Середньозважена ставка купону за ОЗДП в обігу становить 7,31%, що значно вище за процентні виплати за державними облігаціями розвинених країн.

Середньозважена вартість залучення фінансування на внутрішньому кредитному ринку шляхом випуску ОВДП у доларах США та євро (7,14% та 4,47% відповідно) нижча за ставку купону ОЗДП, проте можливості внутрішнього ринку обмежені, тому залучення валюти всередині країни не можна розглядати як повноцінну альтернативу використанню державних боргових цінних паперів на міжнародних ринках капіталу. За період 2011–2018 рр. було залучено майже 18 млрд дол. та 1,24 млрд євро шляхом випуску валютних ОВДП (табл. 2). При цьому 23 млрд дол. США шляхом випуску ОЗДП було залучено за короткий період часу – чотири роки.

Номинальна дохідність державних цінних паперів в Україні досить висока, проте реаль-

на прибутковість, скоригована на рівень інфляції, була від'ємною у 2014–2017 рр. Лише у 2018 р. відсоткова ставка за гривневими ОВДП перевищила темп інфляції на 7,99 в. п. Під час оцінки рівня дохідності ОВДП варто враховувати рівень облікової ставки, за допомогою якої НБУ встановлює для суб'єктів грошово-кредитного ринку орієнтир щодо вартості залучених та розміщених грошових ресурсів. Аналогічно до індексу інфляції облікова ставка перевищує номінальну дохідність ОВДП починаючи з 2014 р. При цьому в 2011–2013 рр. дохідність валютних ОВДП, яка завжди нижча дохідності ОВДП у національній валюті, була вищою за облікову ставку (табл. 2).

Основний конкурент ОВДП на ринку заощаджень – депозити. Проте ОВДП мають низку переваг для інвесторів. Середньозважена річна дохідність за гривневими ОВДП у 2011–2018 рр. у цілому вища за ставку по депозитах у національній валюті, крім 2012 та 2016 рр., коли відсотки за депозитами були вищими. Дохід-

Таблиця 2

Первинне розміщення ОВДП в Україні в 2011–2018 рр.

Рік	Гривневі ОВДП		Валютні ОВДП				Середньорічний темп інфляції, %	Облікова ставка НБУ на кінець року, %
	Обсяг емісії, млрд грн	Середньозважена дохідність, %	Обсяг емісії, млрд дол. США	Середньозважена дохідність, %	Обсяг емісії, млрд євро	Середньозважена дохідність, %		
2011	50,26	9,17	0,41	8,92	-	-	4,60	7,75
2012	42,95	12,94	2,54	8,92	0,32	4,80	-0,20	7,50
2013	13,15	14,19	5,31	7,63	0,11	4,80	0,50	6,50
2014	218,05	13,44	0,79	5,80	0,04	7,50	24,90	14,00
2015	85,02	13,07	0,64	8,74	-	-	43,30	22,00
2016	166,24	9,16	3,00	7,29	0,14	4,00	12,40	14,00
2017	103,46	10,47	1,81	4,80	0,13	3,95	13,70	14,50
2018	65,13	17,79	3,48	5,97	0,50	4,22	9,80	18,00

Джерело: складено за даними НБУ [18]

ність за ОВДП у доларах США за аналогічний період вища за ставку відсотка за депозитами в іноземній валюті, крім 2014 р. (5,8% проти 6,7% відповідно). Емісія ОВДП в євро не проводилася у 2011 та 2015 рр., при цьому їх дохідність значно нижча за середньозважену річну ставку за депозитами в іноземній валюті у 2012, 2013 та 2016 рр. та вища у 2014, 2017 та 2018 рр. (рис. 2).

Серед переваг ОВДП, окрім вищої норми прибутку, відносно депозиту можна назвати такі:

– відсотки від ОВДП не обкладаються ПДФО, лише військовим збором;

– ОВДП можна продати у будь-який момент, тоді як у разі дострокового розірвання депозитного договору може бути втрачена частина відсотків;

– держава гарантує 100% оплату ОВДП, тоді як у разі ліквідації банку поверненню підлягає не більше 200 тис грн вкладу.

У світовій практиці широкого вжитку набули державні боргові інструменти, прив'язані до ключових макроекономічних показників розвитку країни, стан яких прямо впливає на платоспроможність країни як емітента (SCDI) [19]:

– «лінкери» (linkers) – облигації з номіналом та купоном, пов'язаними з рівнем стану певної змінної;

– «плавці» (floaters) – облигації зі змінною ставкою, що пов'язана зі станом змінної;

– «продовжувані» (extendibles) – облигації, термін погашення яких продовжується, якщо заздалегідь визначений тригер порушений.

До ключових змінних, до яких можуть бути прив'язані умови сплати відсотків та погашення номіналу SCDI, належать [19]: номінальний ВВП, доходи або витрати держави, первинний баланс стабілізації заборгованості, гранична процентна ставка за звичайної заборгованості, номінальний очікуваний ВВП для інвесторів, премія за ризик.

Принцип дії SCDI розглянемо на прикладі їх прив'язки до номінального ВВП:

1. «Продовжувана» облигація. Купон та основна сума фіксовані, але строк погашення облигації збільшується на кілька років, якщо ВВП упаде більше ніж на визначений відсоток. Емітент також може вказати ставку купону в разі «продовження» строку обігу – суму, на яку купон збільшиться за зміни дати погашення.

2. Облигація «лінкер». І основна сума, і купон цінного паперу пов'язані з індексом зростання ВВП від моменту випуску облигації.

3. Облигація «поплавець». Ця облигація має фіксовану основну суму, але купон кожного року прив'язується до темпу зростання ВВП. Емітент може встановити нижню межу купона вище нуля та/або застосувати «обмеження», щоб уникнути додаткових платежів.

Найменш оцінена, проте одна з найважливіших тенденцій сучасного міжнародного розвитку – зростаюча частота природних катастроф та торговельних потрясінь. Для того щоб забезпечити фінансову стійкість до екзогенних шоків, Співдружність націй запровадила випуск контрциклічних фінансових інструментів (Countercyclical Financial Instruments – CFI). CFI – це позики або боргові цінні папери, що містять попередній договір, у рамках якого зобов'язання країн з обслуговування боргу тимчасово призупиняються у відповідь на зовнішній шок [20, с. 6].

Нині існує обмежена кількість діючих CFI, серед яких [20, с. 17]:

1) контрциклічні позики, які надає Французьке агентство розвитку, умовами яких передбачена можливість одержання боргових канікул у періоди економічного стресу;

2) низка положень на випадок урагану в рамках угод про реструктуризацію боргу Гренади у 2015 р., які дають змогу відстрочити виплату боргу на заздалегідь визначений період часу або швидку реструктуризацію боргу у разі стихійного лиха.

На нашу думку, для активізації розвитку ринку державних боргових цінних паперів в Україні необхідно:

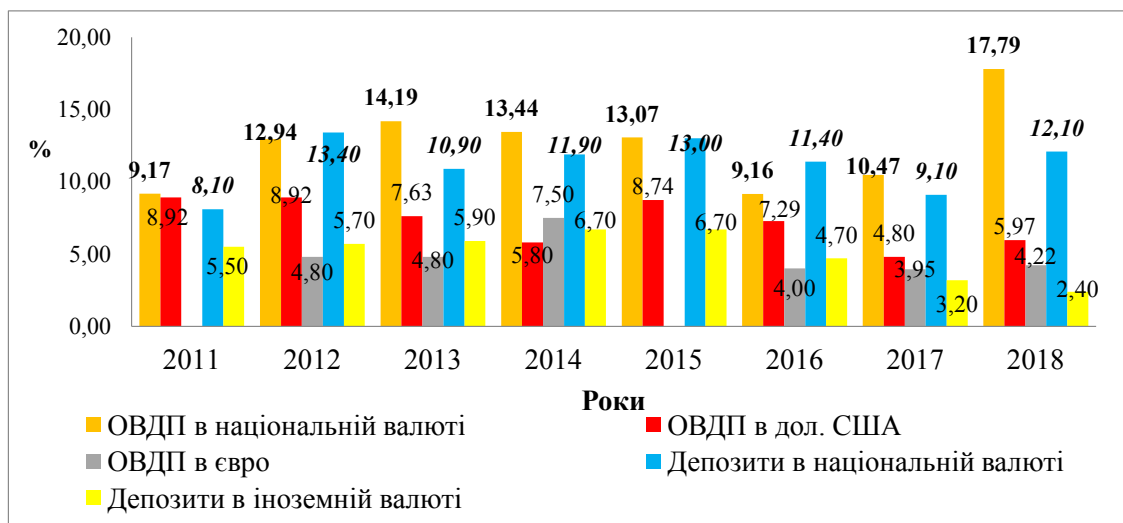


Рис. 2. Середньозважена дохідність ОВДП та депозитів резидентів у 2010–2018 рр., %

Джерело: побудовано за даними [18]

– підвищити частку інструментів інвестиційної спрямованості;

– запровадити використання «продовжуваних» ОЗДП, пов'язаних із рівнем зростання ВВП;

– змінити класифікаційних підхід щодо строків обігу ОВДП, у т. ч. валютних.

Зменшення викидів парникових газів – пануючий напрям світового екологічного руху, у зв'язку з чим розвиток вітчизняної економіки в напрямі екологізації не лише відповідає світовим тенденціям природоохоронної діяльності, а й може сприяти залученню додаткових ресурсів для фінансування економічних перетворень у країні. Ринок «зелених» облігацій у світі розвивається дуже швидкими темпами. Загальний обсяг розміщення цих цінних паперів у 2017 р. сягнув 155 млрд дол., що майже вдвічі більше, ніж у попередньому році, та у 180 разів більше, ніж у 2007 р. [21]. У 2018 р. глобальний обсяг випуску становив 167,3 млрд дол., що на 3% більше, ніж у попередньому році [22].

Серед переваг випуску «зелених» облігацій – можливість доступу до ринку кліматичних фінансів, у тому числі Зеленого кліматичного фонду. Розроблення Концепції створення ринку «зелених» облігацій в Україні обговорювалося на початку 2018 р. [21], проте їх запровадження в Україні досі не відбулося.

Запровадження «зелених» облігацій в Україні має низку потенційних переваг для реалізації економічних перетворень. До перелічених вище можна додати гнучкість інструменту, доступ до недорогого фінансування, можливість вирівнювання структури боргового портфеля за термінами та підвищення ефективності фінансової інфраструктури. До слабких сторін, які потребують вирішення та вдосконалення, слід віднести відсутність надійного закріплення «зеленого» спрямування облігацій та законодавчого регулювання ринку, незрілість фінансового інструменту через його новизну та недостатню ємність вторинного ринку. Ринок «зелених» облігацій бурхливо розвивається, що стимулює зацікавленість із боку інвесторів та дає імпульс для подальшого зростання. Проте поки невиснаженою залишається потенційна база інвесторів. Нестача необхідної інфраструктури ринку та сприятливих умов для впровадження «зелених» облігацій в Україні не дає змоги зробити адекватний прогноз щодо їх майбутнього.

Розширити можливості залучення іноземного фінансування з невисокими ризиками здатен випуск «продовжуваних» ОЗДП, пов'язаних із рівнем зростання ВВП. Оскільки емітент умовами випуску закладає можливість відстрочення погашення облігацій у разі падіння темпів росту економіки, зацікавити потенційного інвестора придбавати цінні папери можна шляхом установлення вищої норми дохідності в разі продовження строку обігу. Звичайно, даний вид облігацій підходить для емітентів, які можуть показати позитивну динаміку росту ВВП за останні роки, на основі якої можна будова-

ти прогноз майбутнього росту, що є гарантією вчасного погашення зобов'язань.

Залучення довгострокового фінансування сприяє забезпеченню боргової стійкості держави. На нашу думку, оптимізація управління державним боргом потребує збільшення частки довгострокових облігацій у структурі державного боргу та, відповідно, перегляду підходів до класифікації державних боргових цінних паперів за строками обігу, а саме:

– короткострокові – до одного року;

– середньострокові – від одного до п'яти років;

– довгострокові – від п'яти до десяти років;

– над довгострокові – понад десять років.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Державні облігації – найбільш поширений вид боргових цінних паперів у світовій практиці. Найбільш часто для залучення фінансування країнами використовуються звичайні облігації. У Великобританії вони займають 75% випуску державних облігацій, 25% припадає на індексовані на інфляцію облігації. У Німеччині найбільш розповсюджені 10– та 30-річні облігації з фіксованою річною виплатою.

У світовій практиці широкого вжитку набули державні боргові інструменти, прив'язані до ключових макроекономічних показників розвитку країни, стан яких прямо впливає на платоспроможність країни як емітента. Саме тому ми пропонуємо запровадити використання «продовжуваних» ОЗДП, пов'язаних із рівнем зростання ВВП, що сприятиме диверсифікації боргового портфеля країни, розширенню кола інвесторів та джерел фінансування для проведення економічних перетворень у країні.

Перспективний напрям підвищення ліквідності державних цінних паперів та збільшення частки державних запозичень інвестиційного спрямування – емісія «зелених» облігацій, доцільність та можливість якої обговорювалася в Україні на початку 2018 р., проте використання даних цінних паперів досі не розпочалося.

Подальшого дослідження потребує питання розвитку фондового ринку України в контексті створення ефективних механізмів взаємодії учасників ринку шляхом спрощення, уніфікації та стандартизації операцій купівлі-продажу державних боргових цінних паперів, що зробить процес інвестування в них більш простим та зручним.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Богдан Т. Визначальні фактори впливу на рівень відсоткових ставок за ОВДП та економетричні моделі відсоткових ставок. *Вісник Національного банку України*. 2012. № 11. С. 17–25.
2. Гарбар Ж.В. Аналіз сучасного стану ринку державних цінних паперів в Україні. *Економічний аналіз*. 2014. Т. 18(1). С. 136–146.
3. Дегтярьова Н.В., Афоніна Є.В. Інноваційні інструменти світового ринку боргових цінних паперів. *Фінанси, облік і аудит*. 2012. Вип. 19. С. 46–54.

4. Дудченко Н.В., Демиденко В.В. Боргові зобов'язання як інвестиційний інструмент залучення фінансових ресурсів для фінансування державних потреб. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2012. Вип. 32(2). С. 53–56.
5. Карапетян О.М., Лубкей Н.П. Особливості функціонування ринку внутрішніх боргових зобов'язань України. *Наука й економіка*. 2014. Вип. 4. С. 28–34.
6. Кучер Г. Розвиток ринку внутрішніх державних боргових зобов'язань України. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2011. № 2. С. 47–58.
7. Лубкей Н.П. Державні цінні папери як інструмент боргової політики держави. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 14. С. 824–828. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/jspui/handle/316497/14165> (дата звернення: 10.09.2019).
8. Мацієвич Т.О. Боргові цінні папери у контексті екологічної модернізації. *Інтернаука. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 8. С. 7–12.
9. Мозговий О., Малащук Д. Сучасна парадигма функціонування світового фінансового ринку. *Міжнародна економічна політика*. 2016. № 1. С. 29–51.
10. Новосолова О.С. Світова практика інституційного забезпечення управління державним боргом. *Часопис економічних реформ*. 2013. № 4. С. 54–60.
11. Чугунов І., Кучер Г. Фінансові ресурси державного сектору економіки. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2019. № 3. С. 40–52.
12. Середньострокова стратегія управління державним боргом на 2019–2022 рр. : Постанова КМУ від 5 червня 2019 р. № 473. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/473-2019-%D0%BF> (дата звернення: 27.08.2019).
13. U.S. Department of the Treasury. URL: <https://home.treasury.gov/> (дата звернення: 27.08.2019).
14. About gilts. United Kingdom Debt Management Office. URL: <https://www.dmo.gov.uk/responsibilities/gilt-market/about-gilts/> (дата звернення: 27.08.2019).
15. German Government securities. *Bundesrepublik Deutschland – Finanzagentur*. URL: <https://www.deutsche-finanzagentur.de/en/institutional-investors/federal-securities/> (дата звернення: 27.08.2019).
16. Japan Bond Market Guide. *ABMF*. Volume 1. Part 2. URL: http://www.waseda.jp/win-cls/CA_BMGs/ABMF%20Vol1%20Part%202%20Sec%204%20JPN.pdf (дата звернення: 26.07.2019).
17. Офіційний вебсайт Міністерства фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk> (дата звернення: 07.09.2019).
18. Офіційний вебсайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/control/uk/index> (дата звернення: 07.09.2019).
19. State-Contingent Debt Instruments for Sovereigns. *IMF*. URL: <https://www.imf.org/en/About/Key-Issues/state-contingent-debt-instruments> (accessed at: 07.09.2019).
20. Countercyclical Financial Instruments. *The Commonwealth*. URL: <http://thecommonwealth.org/sites/default/files/inline/Countercyclical.PDF> (accessed at: 07.09.2019).
21. Держенергоефективності та проєкт UNIDO працюватимуть над створенням ринку «зелених» облігацій в Україні / Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України. URL: <http://saee.gov.ua/uk/news/2161> (дата звернення: 10.09.2019).
22. 2018 Green Bond Market Summary. Climate Bonds Initiative. URL: <https://www.climatebonds.net/files/files/2018%20green%20bond%20market%20highlights.pdf> (дата звернення: 10.09.2019).

REFERENCES:

1. Bohdan T. (2012) Vyznachalni faktory vplyvu na riven vidsotkovykh stavok za OVDP ta ekonometrychni modeli vidsotkovykh stavok [Determinant impact factors on government bonds interest rates and interest rates econometric models]. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy*, no 11, pp. 17–25.
2. Harbar Zh.V. (2014) Analiz suchasnoho stanu rynku derzhavnykh tsinnykh papieriv v Ukraini [Analysis of the current state of the government securities market in Ukraine]. *Ekonomicnyi analiz*, vol. 18(1), pp. 136–146.
3. Dehtiarova N.V., Afonina Ye.V. (2012) Innovatsiini instrumenty svitovoho rynku borhovyykh tsinnykh papieriv [Innovative instruments of the global debt securities market]. *Finansy, oblik i audit*, no. 19, pp. 46–54.
4. Dudchenko N.V., Demydenko V.V. (2012) Borhovi zoboviazannia yak investytsiini instrument zaluchennia finansovykh resursiv dlia finansuvannia derzhavnykh potreb [Debt as an investment tool to attract financial resources to finance government needs]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Ser.: Ekonomichni nauky*, no. 32(2), pp. 53–56.
5. Karapetian O.M., Lubkei N.P. (2014) Osoblyvosti funktsionuvannia rynku vnutrishnikh borhovyykh zoboviazan Ukrainy [Features of the functioning of the domestic debt market of Ukraine]. *Nauka y ekonomika*, no. 4, pp. 28–34.
6. Kucher H. (2011) Rozvytok rynku vnutrishnikh derzhavnykh borhovyykh zoboviazan Ukrainy [Development of the domestic government debt market of Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*, no. 2, pp. 47–58.
7. Lubkei N.P. (2016) Derzhavni tsinni papery yak instrument borhovoї polityky derzhavy [Government securities as a debt policy instrument of the state]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky : elektronne naukove fakhove vydannia*, no. 14, pp. 824–828. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/jspui/handle/316497/14165> (accessed a 10 September 2019).
8. Matsiievych T.O. (2018) Borhovi tsinni papery u konteksti ekolohichnoi modernizatsii [Debt securities in the context of environmental modernization]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Seriya : Ekonomichni nauky*, no. 8, pp. 7–12.
9. Mozghoviy O., Malashchuk D. (2016) Suchasna paradyhma funktsionuvannia svitovoho finansovoho rynku [The modern paradigm of the world financial market functioning]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*, no. 1, pp. 29–51.
10. Novosolova O.S. (2013) Svitova praktyka instytuttsiinoho zabezpechennia upravlinnia derzhavnym borhom [World practice of institutional maintenance of public debt management]. *Chasopys ekonomichnykh reform*, no. 4, pp. 54–60.
11. Chuhunov I., Kucher H. (2019) Finansovi resursy derzhavnogo sektora ekonomiky [Фінансові ресурси державного сектору економіки]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*, no. 3, pp. 40–52.
12. Serednostrokovaya stratehiia upravlinnia derzhavnym borhom na 2019-2022 rr. [Medium-term public debt management strategy for 2019-2022]. *Postanova KМУ vid 5 chervnia 2019 r.*, no 473. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/473-2019-%D0%BF> (accessed 27 August 2019).
13. U.S. Department of the Treasury. URL: <https://home.treasury.gov/> (accessed 27 August 2019).
14. About gilts. *United Kingdom Debt Management Office*. URL: <https://www.dmo.gov.uk/responsibilities/gilt-market/about-gilts/> (accessed 27 August 2019).

15. German Government securities. *Bundesrepublik Deutschland – Finanzagentur*. URL: <https://www.deutsche-finanzagentur.de/en/institutional-investors/federal-securities/> (accessed 27 August 2019).
16. Japan Bond Market Guide. *ABMF. Volume 1. Part 2*. URL: http://www.waseda.jp/win-cls/CA_BMGs/ABMF%20Vol1%20Part%202%20Sec%204%20JPN.pdf (accessed 26 August 2019).
17. The official website of the Ministry of Finance of Ukraine. URL: <https://mof.gov.ua/uk> (accessed 07 September 2019).
18. The official website of the National Bank of Ukraine. URL: <https://bank.gov.ua/control/uk/index> (accessed 07 September 2019).
19. State-Contingent Debt Instruments for Sovereigns. *IMF*. URL: <https://www.imf.org/en/About/Key-Issues/state-contingent-debt-instruments> (accessed 07 September 2019).
20. Countercyclical Financial Instruments. *The Commonwealth*. URL: <http://thecommonwealth.org/sites/default/files/inline/Countercyclical.PDF> (accessed 07 September 2019).
21. Derzhenerhoefektyvnosti ta proekt UNIDO pratsiuvatymut nad stvorenniam rynku «zelenykh» oblitsii v Ukraini [The State Agency for Energy Efficiency and Energy Saving of Ukraine and the UNIDO project will work to create a market for green bonds in Ukraine]. *Derzhavne ahentstvo z enerhoefektyvnosti ta enerhozberezhennia Ukrainy*. URL: <http://sae.gov.ua/uk/news/2161> (accessed 10 September 2019).
22. 2018 Green Bond Market Summary. *Climate Bonds Initiative*. URL: <https://www.climatebonds.net/files/files/2018%20green%20bond%20market%20highlights.pdf> (accessed 10 September 2019).

УДК 336.71

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-59>**Ситник І.П.***кандидат технічних наук,
доцент кафедри фінансів**Національного університету харчових технологій,
докторант,**Національний науковий центр
«Інститут аграрної економіки»
ORCID ID: 0000-0002-3906-770X***Sytnyk Inna***Ph.D in Technical sciences, Docent, department of Finance
National University of Food Technologies,**Doctoral student, National Scientific Center
«Institute of Agrarian Economics», Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-3906-770X*

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВИХ СУБ'ЄКТІВ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ЗА УМОВИ ЇЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE FUNCTIONING OF NEW SUBJECTS OF THE PAYMENT SYSTEM OF UKRAINE UNDER THE CONDITION OF ITS TRANSFORMATION

АНОТАЦІЯ

Сьогодні у платіжній системі України існує низка проблем, які потребують якнайшвидшого вирішення. Насамперед це сам доступ компаній до надання платіжних послуг, а, як відомо, він дуже обмежений і зарегульований. Ураховуючи сучасні глобалізаційні процеси, а також всеохоплюючу діджиталізацію суспільства, розвиток фінтеху, який максимально налаштований саме на пропозицію і надання платіжних послуг, необхідним є відкриття доступу до таких послуг через спрощення регуляторних процедур і правил, а також їх законодавчого закріплення. У представленому дослідженні проаналізовано, надано рекомендації, а також представлено авторську модель бачення платіжної системи країни, дано характеристику її нових суб'єктів та запропоновано критерії їхньої діяльності, що є надзвичайно актуальним у сучасних умовах постійних змін і перетворень платіжної сфери.

Ключові слова: платіжні системи, платіжна система України, методологія, НБУ, фінтех, реформування, стратегія розвитку.

АННОТАЦИЯ

Сегодня в платежной системе Украины существует ряд проблем, требующих скорейшего решения. Прежде всего это сам доступ компаний к предоставлению платежных услуг, а, как известно, он очень ограничен и зарегулирован. Учитывая современные глобализационные процессы, а также комплексную диджитализацию общества, развитие финтех, который максимально настроен именно на предложение и предоставление платежных услуг, необходимо открытие доступа к таким услугам через упрощение регуляторных процедур и правил, а также их законодательного закрепления. В данном исследовании проанализированы, предложены рекомендации, а также представлена авторская модель видения платежной системы страны, дана характеристика ее новых субъектов и предложены критерии их деятельности, что является чрезвычайно актуальным в современных условиях постоянных изменений и преобразований платежной сферы.

Ключевые слова: платежные системы, платежная система Украины, методология, НБУ, финтех, реформирование, стратегия развития.

ANNOTATION

Today there are a number of problems in Ukraine's payment system that need to be addressed as soon as possible. First of all, it is the access of companies to the provision of payment services,

and it is very limited and regulated. Given the current globalization processes, as well as the inclusive digitalization of society, the development of a fintech that is maximally tuned to the supply and provision of payment services, it is necessary to open access to such services through the simplification of regulatory procedures and rules, as well as their legislative consolidation. In presented the research analyzed, provided recommendations, and presented the author's model of vision of the country's payment system, provided a description of its new entities and proposed criteria for their activity. Given global digitalization and our country, in particular, for Ukraine it is relevant today to reformat the payment system in order to comply with the best European and international standards. These issues, as well as the consequences of such a possible transformation have not been investigated at this time, and there were no relevant proposals for possible changes to the country's payment system. Ukraine's payment systems should try to adapt as much as possible to the new rules and requirements the modern technological world, which is developing at a very fast pace to be competitive in the payment services market. The field of payments is very relevant for new types of payment systems and services, which in turn offer fintech startups. Only in the case of rethinking, changing the role of payment systems, as well as reformatting them in accordance with the new requirements of today, is it possible to further develop the payment system of Ukraine as a whole. Together with the regulator, banks, non-banking institutions, as well as due to the planned changes in the legislation, mechanisms for such cooperation with companies that want to provide payment services should be provided and considered, as well as to offer methodological bases for the functioning of new subject in the context of the country's payment system transformation.

Key words: payment systems, payment system of Ukraine, methodology, NBU, fintech, reform, development strategy.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Ураховуючи глобальну світову цифровізацію, сьогодні для України актуальним є переформатування платіжної системи з метою відповідності найкращим європейським і міжнародним стандартам. Ці питання, а також наслідки такої можливої трансформації

на даний момент не досліджувалися, а також не було відповідних пропозицій щодо можливих змін у сфері платіжних систем країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Сьогодні для України актуальним є переформатування платіжної системи з метою відповідності найкращим європейським і міжнародним стандартам, ураховуючи глобальну світову цифровізацію, зокрема і нашої країни. Питання щодо платіжних систем, а також їх функціонування розглядалися у працях учених Т. Кокколи [10], Т. Ковальчука [1], І. Ситник [7; 8], С. Криворучко [2], В. Лук'янова, Т. Савелко, Ю. Валінурової, О. Вовчак, О. Махаєвої [3], Ю. Балакіної, Т. Адабашева та багатьох інших українських і зарубіжних науковців. Актуальні дослідження діяльності і розвитку платіжних систем також проводяться Банком міжнародних розрахунків, зокрема Комітетом із платежів та ринкових інфраструктур [9], та Європейським центральним банком [4].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проте наслідки можливої трансформації платіжної системи країни на даний момент не досліджувалися, а також не було відповідних пропозицій щодо можливих змін у платіжній сфері.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Платіжні системи України повинні намагатися максимально перебудуватися під нові правила і вимоги сучасного технологічного світу, який розвивається надшвидкими темпами, щоб бути конкурентоспроможними на ринку платіжних послуг. Сфера платежів є дуже актуальною для нових різновидів платіжних систем і сервісів, що, своєю чергою, пропонують фінтех-стартапи. Разом із регулятором, банками, небанківськими установами, а також завдяки запланованим змінам у законодавстві треба передбачити і продумати механізми такої співпраці з компаніями, які хочуть надавати платіжні послуги, а також запропонувати методологічні основи функціонування нових суб'єктів за умови трансформації платіжної системи країни.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У представлених попередніх дослідженнях ми описували бачення оновленої платіжної системи країни, що буде функціонувати за принципами «відкритого банкінгу» і з новими суб'єктами платіжної системи, якими стануть провайдери платіжних послуг [11; 12]. Своєю чергою, останні матимуть кілька різновидів, які будуть відрізнятися між собою за своїм функціональним призначенням, а отже, матимуть різні

критерії діяльності, це: надавач платіжної послуги з агрегації інформації, надавач платіжної послуги з ініціації платежу, надавач платіжної послуги з обслуговування рахунку, надавач платіжної послуги.

Необхідно зазначити, що надзвичайно актуальними для суб'єктів платіжної системи, які працюють зараз у сфері платіжних послуг і ймовірних нових, залишаються питання ліцензування. Якщо платіжна система України почне функціонувати по-новому і на платіжний ринок вийдуть нові гравці, такі як провайдери платіжних послуг, виникає питання: чи всі вони повинні отримувати однакову ліцензію на свою діяльність?

По-перше, доцільно було б спростити процедуру ліцензування деяким категоріям провайдерів платіжних послуг залежно від величини суми переказів, які вони обслуговують, наприклад за рік, або від специфічності чи обмеженості надаваних платіжних послуг [5]. Сюди, наприклад, можемо віднести роздрібні торгові мережі, які зможуть випускати такі власні платіжні інструменти, як мережеві картки, або мобільних операторів, або спеціальні чи соціальні проекти, наприклад з емісією спеціальних транспортних, муніципальних чи соціальних карток (рис. 1).

У даному разі Національному банку України необхідно буде встановити окремі вимоги до подання такими надавачами обмежених платіжних послуг звітності про суми опрацьованих ними річних платежів, а також здійснення щодо них оверсайту.

Доцільно зупинитися на платіжних інструментах надавачів таких обмежених платіжних послуг. Такі платіжні інструменти не можуть бути універсальними і їх можна буде використовувати лише у торговій мережі, яка й буде надавачем обмеженої платіжної послуги, а також емітентом даного платіжного інструменту, як, наприклад, мережева торгова картка.

При цьому регулятору необхідно слідкувати за тим, щоб такі картки не використовувалися як універсальні, оскільки такі дії можливі і від недобросовісних учасників нового платіжного ринку, які не захочуть проходити повноцінну процедуру ліцензування, а тільки внесення у відповідний реєстр.



Рис. 1. Критерії обмеженості платіжних послуг у платіжній системі
Джерело: розроблено автором



Рис. 2. Різновиди платіжних інструментів провайдерів платіжних послуг у платіжній системі

Джерело: розроблено автором

За таких умов потрібно передбачити заходи реагування на такі порушення з боку надавачів обмежених платіжних послуг і чітко визначити різницю між універсальним платіжним інструментом та платіжним інструментом з обмеженим використанням (рис. 2).

Сьогодні також набувають популярності платежі через мобільних операторів. До таких платежів можна віднести мікроплатежі, платежі, пов'язані з благодійністю, електронні білети чи цифровий контент, інші задекларовані програми (спецпрограми) згідно з отриманою ліцензією.

Для того щоб зазначені мобільні оператори не проходили повноцінну процедуру ліцензування, доцільно також передбачити отримання



Рис. 3. Можливі платежі через мобільних операторів за спрощеною ліцензією

Джерело: розроблено автором

ними статусу надавача обмежених платіжних послуг за певних установлених НБУ умов, які б передбачали, наприклад, обмеження у сумах переказаних коштів за певний період або величини транзакції на одного клієнта (рис. 3).

Спрощена процедура ліцензування, яка може залежати або від суми переказів за визначений період, або від платіжного інструменту з обмеженим використанням, або специфічності діяльності провайдера платіжних послуг, дасть можливість подальшого розвитку таких компаній, які б за вимоги отримання повноцінної платіжної ліцензії не змогли б цього зробити, а також сприятиме підвищенню конкуренції на платіжному ринку країни.

Якщо провайдер платіжних послуг стави учасниками платіжної системи, то у такому разі платіжна організація платіжної системи повинна надати рівні права доступу до неї всім учасникам. Своєю чергою, такі платіжні провайдер повинні нести відповідальність за дотримання правил та умов платіжної системи і відповідного платіжного законодавства, а у разі їх порушень – відшкодувати завдані збитки. Крім того, провайдер платіжних послуг повинні повідомити своїх клієнтів, учасниками якої або яких платіжних систем вони є.

Зупинимось більш детально на різновидах провайдерів платіжних послуг.

Отже, надавач платіжної послуги з ініціації платежу повинен бути обмежений у діях із коштами клієнта, які він не може зберігати на своєму рахунку, і використовувати їх лише за призначенням відповідно до наданої послуги. Обов'язковою умовою надання послуги з ініціації платежу є гарантування безпеки як проходження самої платіжної транзакції, так і конфіденційних даних користувача платіжної послуги, який, своєю чергою, повинен давати свою згоду на використання інформації про нього і надання її отримувачу платежу. При цьому надавач послуги з ініціації платежу не повинен зберігати персональні дані користувача платіжної послуги, а лише ті дані, які необхідні для її надання. Тільки захищеними каналами зв'язку платіжна інформація повинна проходити до клієнта, отримувача, надавача послуг з обслуговування рахунку і до надавача платіжної послуги, де знаходиться сам рахунок (рис. 4).

Надавач платіжних послуг, де відкрито рахунок клієнта, також повинен дбати про безпеку надання платіжної послуги під час здійснення платіжної операції і передачі її до інших платіжних провайдерів, таких як надавачі послуг з ініціації платежу, обслуговування рахунку, агрегації інформації, та надавати їм усю інформацію, яка необхідна для здійснен-

ня транзакції і зазначена в умовах договору. Необхідно також дотримуватися вимог до вчасності й об'єктивності обробки платіжних доручень, незважаючи на те, через кого вони надійшли до надавача платіжних послуг і чи оформлені відносини між платіжними провайдерами відповідними договорами (рис. 5).

Надавач платіжної послуги з агрегації інформації повинен діяти лише за згодою і дорученнями свого клієнта, використовуючи при цьому надійні канали передачі даних і відповідні заходи безпеки, у тому числі й обов'язкову щоразову його автентифікацію. Він зможе отримувати доступ, а також використовувати та зберігати дані виключно щодо стану рахунку і за згодою клієнта. Такі дії можуть відбуватися лише за умови відкриття інформації про відповідні рахунки надавачем платіжних послуг, у якого вони відкриті. Питання доступу до інформації про стан рахунку клієнта у надавача платіжних послуг іншому провайдеру платіжних послуг є надзвичайно важливим і його необхідно врегульовувати на законодавчому рівні, оскільки сьогодні банки, враховуючи їх монополію на платіжному ринку, не зацікавлені в таких нововведеннях. При цьому існування договірних зобов'язань між надавачем платіжних послуг і надавачем послуги з агрегації інформації щодо стану рахунку може бути не обов'язковим (рис. 6).

Відмова у доступі до платіжного рахунку з боку надавача платіжних послуг надавачам послуг з ініціації платежу та з обслуговування рахунку можлива тільки за певних попередньо визначених, прописаних у договорі або закріплених на законодавчому рівні обставин. Такими причинами можуть бути, наприклад, спроба неавторизованого або незаконного доступу до рахунку клієнта або ж ініціації платіжної транзакції. У таких випадках надавач платіжних



Рис. 4. Основні критерії діяльності надавача платіжної послуги з ініціації платежу

Джерело: розроблено автором

послуг повинен невідкладно повідомляти свого клієнта про такі інциденти і приймати необхідні заходи щодо неможливості здійснення такої платіжної операції.

Для запобігання неналежним переказам, відмиванню коштів, отриманих злочинним шляхом, шахрайству провайдери платіжних послуг повинні обмінюватися між собою інформацією про таких суб'єктів платіжного ринку, а також повідомляти про це регулятора і відповідні компетентні органи.

Важливим моментом захисту коштів клієнтів, якими зможуть оперувати провайдери платіжних послуг, від нецільового використання або інших спірних моментів, було б зберігання їх на окремому рахунку і використання лише за призначенням. Платіжна установа, яка отримала кошти від клієнта (користувача) або через іншого провайдера платіжних послуг, повинна забезпечити захист цих коштів, що, своєю чергою, потрібно буде контролювати Національному банку України як регулятору. Для цього необхідно, щоб платіжна установа зберігала кошти, які надійшли від своїх клієнтів і через інших провайдерів для здійснення платіжних операцій, окремо від інших коштів.

Зрозуміло, що банки не хочуть надавати доступ до рахунків своїх клієнтів третім сто-

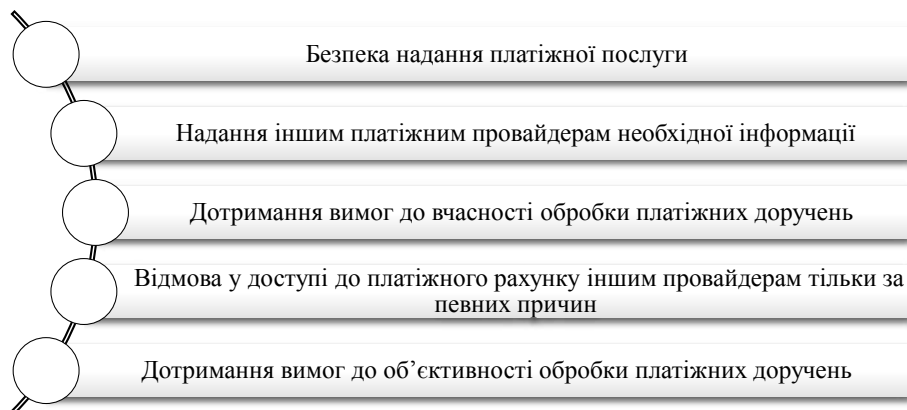


Рис. 5. Основні критерії діяльності надавачів платіжної послуги

Джерело: розроблено автором



Рис. 6. Критерії діяльності надавача платіжної послуги з агрегації інформації

Джерело: розроблено автором

ронам, які за новими правилами платіжного ринку зможуть мати такий доступ, оскільки вони завжди мали монополієне право надання платіжної послуги, не розділяючи процеси створення, обслуговування рахунку, а також ініціації і передачі платежу, оскільки дотепер в українському законодавстві існує лише поняття «платіжна послуга», у якій не виділені окремо її різновиди, незважаючи на те що платіжна екосистема в країні сьогодні надзвичайно чутлива до технологічних змін і трансформацій.

За такого стану справ із доступом до банківського рахунку не можна говорити про конкуренцію на ринку платіжних послуг і, відповідно, отримання таких послуг користувачем якісними, оскільки банки володіють сьогодні в

Україні монополієним правом і доступу до рахунку свого клієнта, і проведення всіх ініційованих останнім платежів (рис. 7).

Своєю чергою, доступ до платіжних систем нових суб'єктів ринку, наприклад провайдерів платіжних послуг, буде сприяти подальшому їх розвитку через збільшення кількості їх учасників.

Тому з метою демонополізації платіжних послуг, що, своєю чергою, призведе до підвищення якості їх надання, необхідно на законодавчому рівні врегулювати питання рівного доступу провайдерів платіжних послуг як до рахунків клієнта в банках, так і до платіжних систем.

При цьому, як у випадках з банками, так і з платіжними системами найактуальнішим питанням залишається питання захисту інформації і безпеки, а також пов'язаних із ними ризиків, за які повинні нести відповідальність усі суб'єкти платіжної інфраструктури, а регулятор, своєю чергою, повинен бути відповідальним за розроблення всіх технічних стандартів і нормативне врегулювання таких питань. Зрозуміло також, що під час здійснення транзакції необхідним є надання платіжної інформації з боку згадуваних суб'єктів.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Використання концепції «відкритого банкінгу» у платіжній системі України, крім позитивного впливу на платіжну сферу, матиме позитивний ефект і на суміжні галузі української економіки, що сьогодні є надзвичайно важливим питанням, урахувавши економічну кризу в країні.

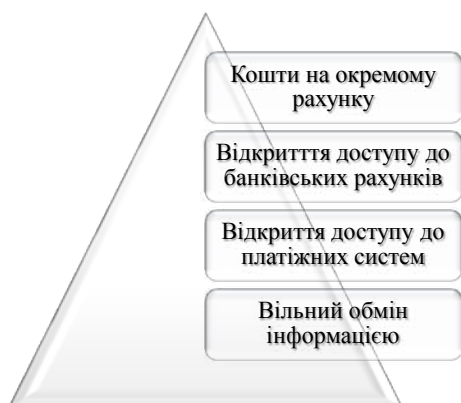


Рис. 7. Механізм забезпечення успішної роботи провайдера платіжних послуг

Джерело: розроблено автором

Для ефективного запровадження даної концепції у платіжній системі України необхідним є вихід на платіжний ринок нових його суб'єктів – провайдерів платіжних послуг, які будуть допомагати забезпечувати безперебійну і надійну діяльність всієї платіжної системи. Таким чином, платіжна сфера зможе поповнитися великою кількістю гравців, які, крім створення здорової конкуренції між ними, будуть також сприяти створенню нових організацій (установ, компаній) та розвитку платіжної системи країни зокрема.

Критерії діяльності провайдерів платіжних послуг, а також механізми забезпечення їхньої роботи повинні передбачати низку вимог до умов, прав та обов'язків нових суб'єктів платіжної системи України за запропонованої функціональної моделі, а також контроль із боку регулятора над їх відповідністю і дотриманням.

У дослідженні проаналізовано, надано рекомендації, а також представлено авторську модель бачення платіжної системи країни, дано характеристику її нових суб'єктів та запропоновано критерії і механізми щодо їхньої діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ковальчук Т.Т., Лук'янов В.С. Сучасні платіжні системи. Київ : Знання, 2010. 20 с.
2. Криворучко С.В. Модернизация национальной платежной системы на основе институционального и инфраструктурного взаимодействия : автореф. дис. ... докт. эк. наук : спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит». Москва, 2009.
3. Махаева О.О. Основні інфраструктури сучасного фінансового ринку та міжнародні стандарти їх оверсайта. *Вісник НБУ*. 2013. № 7(209). С. 18–24.
4. Офіційний вебсайт ЄЦБ. European Central Bank. URL: <https://www.ecb.europa.eu/> (дата звернення: 05.05.2019).
5. Офіційний сайт Національного банку України. Платіжні системи і розрахунки. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=76254&cat_id=36042 (дата звернення: 16.05.2019).
6. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні : Закон України від 05 квітня 2001 р. № 2346-III, зі змінами та доповненнями. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2346-14> (дата звернення: 10.05.2019).
7. Ситник І.П., Коротка А.П. Перспективи використання європейського досвіду функціонування платіжних систем в Україні. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 2(2). С. 80–85.
8. Ситник І.П., Фоміна В.С. Вплив фінтеху на розвиток сучасних платіжних систем України. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 2. С. 139–143.
9. CPSS and IOSCO Principles for financial market infrastructures. April 2012. URL: <http://www.bis.org/publ/cpss101a.pdf>
10. Kokkola T. The payment system Payments, securities and derivatives, and the role of the Eurosystem. Frankfurt am Main : ECB, 2010. 369 p.
11. Directive 2007/64/EC of the European Parliament and of the Council of 13 November 2007 on payment services in the internal market amending Directives 97/7/EC, 2002/65/EC, 2005/60/EC and 2006/48/EC and repealing Directive 97/5/EC (Text with EEA relevance). *Official Journal of the European Union*. L 319. 05.12.2007. P. 1–36.
12. Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on payment services in the internal market, amending Directives 2002/65/EC, 2009/110/EC and 2013/36/EU and Regulation (EU) No 1093/2010, and repealing Directive 2007/64/EC. *Official Journal of the European Union*. L 337. 23.12.2015. P. 35–127.

REFERENCES:

1. Koval'chuk, T. and Luk'yanov, V. (2010). Suchasni platizhni systemy [Modern payment systems]. Kyiv: Znannya. (in Ukrainian)
2. Kryvoruchko, S.V. (2009). Modernyzatsyya natsyonal'noy platizhnoy systemy na osnove ynstytutsyonal'noho ynfrastrukturnoho vzaymodeystvyia [Modernization of the National Payment System on the Basis of Institutional and Infrastructure Interaction]: Abstract. diss. for the sciences", Ph.D. Thesis. Moscow: Economy. (in Russian)
3. Makhayeva, O.O. (2013). Osnovni infrastruktury suchasnoho finansovoho rynku ta mizhnarodni standarty yikh oversayta [Basic Infrastructures of the Modern Financial Market and International Standards of Their Overseas]. *Visnyk NBU*, vol. 7(209), pp.18–24.
4. European Central Bank (2019). Available at: <https://www.ecb.europa.eu> (accessed 5 May 2019).
5. NBU (2018). Platizhni systemy i rozrakhunky [Payment systems and calculations]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=76254&cat_id=36042 (accessed 16 May 2019).
6. Verkhovna Rada Ukrayiny (2001). Pro platizhni systemy ta perekaz koshtiv v Ukrayini: Zakon Ukrayiny vid 05 kvitnya 2001 roku N 2346-III zi zminamy ta dopovnennnyamy [Law "On Payment Systems and Funds Transfer in Ukraine"]. Available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2346-14> (accessed 10 May 2019).
7. Sytnyk, I.P. and Korotka, A.P. (2019). [Prospects of using the European experience of functioning of payment systems in Ukraine]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*, vol. 2(2), pp. 80–85.
8. Sytnyk, I.P. and Fomina, V.S. (2019). Perspektyvy vykorystannya yevropeys'koho dosvidu funktsionuvannya platizhnykh system v Ukrayini [Influence of fintech on the development of modern payment systems of Ukraine]. *Biznes-navihator*, vol. 2, pp. 139–143.
9. Bank for International Settlements and International Organization of Securities Commissions (2012). "CPSS and IOSCO Principles for financial market infrastructures". Available at: <http://www.bis.org/publ/cpss101a.pdf> (accessed 2 May 2019).
10. Kokkola, T. (2010). The payment system Payments, securities and derivatives, and the role of the Eurosystem, ECB. Frankfurt am Main, FRG.
11. European Union (2007). "Directive 2007/64/EC of the European Parliament and of the Council of 13 November 2007 on payment services in the internal market amending Directives 97/7/EC, 2002/65/EC, 2005/60/EC and 2006/48/EC and repealing Directive 97/5/EC (Text with EEA relevance)". *Official Journal of the European Union*, vol. L 319, pp. 1–36.
12. European Union (2015). "Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on payment services in the internal market, amending Directives 2002/65/EC, 2009/110/EC and 2013/36/EU and Regulation (EU) No 1093/2010, and repealing Directive 2007/64/EC". *Official Journal of the European Union*, vol. 337, pp. 35–127.

УДК 658.15

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-60>**Терещенко Т.Є.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри державних, місцевих та корпоративних фінансів
Університету митної справи та фінансів***Долгарева Я.М.***студентка
Університету митної справи та фінансів***Tereshchenko Tetiana***Ph.D. in Economical Science, Associate Professor,
Associate Professor at Department of State, Local and Corporate Finance
University of Customs and Finance***Dolhareva Yaroslava***Student
University of Customs and Finance*

ТРАДИЦІЙНІ І АЛЬТЕРНАТИВНІ ФОРМИ ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

TRADITIONAL AND ALTERNATIVE FORMS OF FINANCING FLOATING ASSETS OF THE ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто способи фінансування оборотного капіталу підприємств усіх видів власності з урахуванням вітчизняних та міжнародних тенденцій. Проаналізовано конкурентні переваги факторингу як однієї з форм беззаставного фінансування оборотного капіталу підприємств, унікальність якого полягає в можливості розширення частки компанії на ринку, отримання додаткового прибутку за рахунок поповнення оборотних коштів і збільшення обсягу продажів. Розглянуто ключові показники факторингових послуг в Україні за 2013–2018 роки. Досліджено тенденції використання суб'єктами малого й середнього бізнесу альтернативного фінансування на основі краудфандингу, реєр-to-реєр-позик, акціонерного краудфандингу. Визначено переваги та перспективи використання альтернативного фінансування оборотного капіталу підприємствами всіх видів діяльності.

Ключові слова: оборотний капітал, банківський кредит, форфейтинг, факторинг, джерела фінансування, альтернативне онлайн-фінансування, краудфандинг.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены способы финансирования оборотного капитала предприятий всех видов собственности с учетом отечественных и международных тенденций. Проанализированы конкурентные преимущества факторинга как одной из форм беззалогового финансирования оборотного капитала предприятий, уникальность которого заключается в возможности расширения доли компании на рынке, получении дополнительной прибыли за счет пополнения оборотных средств и увеличения объема продаж. Рассмотрены ключевые показатели факторинговых услуг в Украине за 2013–2018 годы. Исследованы тенденции использования субъектами малого и среднего бизнеса альтернативного финансирования на основе краудфандинга, реєр-to-реєр-займов, акционерного краудфандинга. Определены преимущества и перспективы использования альтернативного финансирования оборотного капитала предприятиями всех видов деятельности.

Ключевые слова: оборотный капитал, банковский кредит, форфейтинг, факторинг, источники финансирования, альтернативное онлайн-финансирование, краудфандинг.

ANNOTATION

The article deals with the ways of financing the floating assets of enterprises of all kinds of property, taking into account national and international tendencies. Since the efficiency of the activity and the financial condition of the enterprise depend on the correct approach to financing floating assets, the need to find and use alternative forms of financing the floating assets of an economic entity is a priority. Issues related to the management of floating assets and approaches to their financing have been addressed by many scholars, but now the study of alternative forms of financing is at an early stage. To solve this problem, the essence of traditional forms of financing the floating assets of the enterprise (bank credit, overdraft, forfeiting) is considered. The advantages of overdraft and credit, which combines a credit line provides targeted lending for a much longer term, are identified. Forfeiting involves the transfer of all debt risks to its buyer (forfeiter), allows reducing seller's accounts receivable, improving balance sheet structure, accelerating capital turnover. The competitive advantages of factoring in comparison to traditional bank lending are analyzed. The main difference is that factoring increases the sales of the enterprise and accelerates the turnover of funds, so, as a result, that brings profit to the enterprise. Generally due to the competitive advantages of factoring as one of the unsecured financing forms of the floating assets of the enterprise, which include the possibility of combining with traditional debt instruments; targeted use of resources; availability of deferred payment prospects without loss of cash flow rate; improvement of financial performance by reducing accounts receivable, which contributes to the possibility of increasing sales. The prospects of factoring services for 2013–2018 in Ukraine (dynamics of quantity and value of factoring contracts concluded by financial companies; sources of financing of concluded factoring operations and distribution of factoring contracts by industries) are considered. Analyzing the indicators of factoring services over the last five years, it is found that the use of factoring in Ukraine also has the following negative factors: contradictions in the regulations on tax levies on factoring operations in Ukraine and limitation of financing for each debtor. The tendencies of the use of alternative financing by the small and medium-sized entities on the basis of peer-to-peer loans, balance loans, joint-stock crowdfunding, non-financial crowdfunding, revenue-sharing crowdfunding, rewards-based crowdfunding, online factoring and crediting under crypto-assets are investigated. The advantages and prospects of using alternative financing of the floating assets of enterprises

of all types of activity, which are manifested in the ability to raise funds without real security at the stage of the emergence of a business idea or for a newly created enterprise in the required amount on favorable terms, are determined; the early repayment of the loan amount with peer-to-peer lending will not include penalties that are possible with bank lending. For both suppliers and recipients of financial resources, alternative online business financing is characterized by the speed, simplicity and clarity of operations. For investors (suppliers of financial resources), alternative financing models are a new additional direction for investing funds and making profit, as well as the opportunity to support socially important and personally significant business ideas or innovative projects.

Key words: floating assets, sources of financing, bank credit, forfeiting, factoring, alternative online financing, crowdfunding.

Постановка проблеми. Проблема забезпечення підприємств усіх форм власності оборотними активами тісно пов'язана з процесом їх фінансування. Від правильного підходу до фінансування оборотних активів залежить ефективність формування активів та зміцнення фінансового стану компанії. У зв'язку з тим, що зовнішнє фінансування є значним джерелом поповнення оборотного капіталу господарюючого суб'єкта, необхідність пошуку й аналізу альтернативних інструментів його фінансування набуває першого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з управлінням оборотними активами та підходом до їх фінансування, досліджувались багатьма зарубіжними та вітчизняними вченими. Значний внесок зробили Ю. Бріггем, М.О. Казакова, С.О. Єрмак, Ю.О. Швець та інші науковці.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак динамічні зовнішні умови розвитку економіки вносять корективи в усталені джерела формування оборотних активів, створюючи передумови дослідження специфіки альтернативного фінансування діяльності малих і середніх підприємств, що розглядається у дослідженнях таких зарубіжних науковців, як, зокрема, Брайан Чжан, Роберт Вардроп та Пітер Баєк.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розгляд джерел фінансування оборотного капіталу підприємств з урахуванням нових альтернативних форм в сучасних ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Раціональна організація джерел фінансування оборотного капіталу є найважливішою умовою підвищення ефективності використання оборотних коштів.

Джерела зовнішнього фінансування поділяються на довготермінові (інвестиційні), змішані й короткострокові.

Основними видами короткострокового фінансування вітчизняних підприємств є торгові кредити, короткострокові цінні папери, короткострокові банківські кредити, а також факторинг.

Популярним короткостроковим фінансовим інструментом також є овердрафт, який в короткі строки дає змогу компанії отримати грошові кошти [4]. Цей інструмент активно використо-

вується компаніями для придбання товарів та забезпечення поточної діяльності. Проте він має низку суттєвих недоліків, таких як висока відсоткова ставка та низькі ліміти кредитування. Переваги овердрафту й кредиту поєднує в собі кредитна лінія, за якою надається цільове кредитування на значно довший термін.

Одним із найважливіших інструментів кредитування зовнішньоекономічних операцій є форфейтинг. Під ним розуміють купівлю, як правило, кредитною установою платіжної вимоги експортера, яка супроводжується угодою про відмову від регресу за несплати такої вимоги. Форфейтинг передбачає перехід усіх ризиків за борговим зобов'язанням до його покупця (форфейтора), дає змогу скоротити дебіторську заборгованість продавця, покращити структуру балансу, прискорили обіг капіталу.

Операцією, аналогічною форфейтингу, є факторинг. Нині факторинг широко використовується в комерційній практиці як спосіб додаткового фінансування й забезпечення. Серед всесвітньо відомих компаній, для яких факторингове обслуговування було підтримкою на всіх етапах розвитку, слід назвати "Acer" (комп'ютерна техніка, Тайвань), "Parmalat" (продукти харчування, Італія), "Lewis Global Toys" (товари для дітей, США).

Найчастіше факторинг порівнюється з банківським кредитуванням. Однак між цими послугами є суттєві відмінності, основні з яких полягають у тому, що [5] факторинг надається на строк фактичної відстрочки платежу, а кредит – на визначений термін; факторинг виплачується в день поставки товару, а кредит – в обумовлений кредитним договором день; факторинг не потребує забезпечення, тоді як кредит надається під заставу; факторинг погашається коштами, що виплачуються дебіторами клієнту, а кредит повертається банку позичальником; факторинг погашається в день фактичної оплати дебітором отриманого товару, виплачується автоматично за пред'явлення накладної та рахунку-фактури, а для отримання кредиту потрібно оформити низку документів.

Розглядаючи факторинг і кредитування в аспекті підвищення ефективності фінансування оборотного капіталу, бачимо, що факторинг значно сильніше впливає на підвищення ефективності оборотних коштів, ніж кредитування. Навіть незважаючи на те, що факторинг є більш дорогим інструментом, ніж кредитування, зрештою, факторинг дає можливість розширити частку компанії на ринку, збільшує продажі й прискорює оборотність коштів, що приносить більший прибуток, ніж за подібних умов використання кредитування для фінансування оборотних коштів. Інші види фінансування можуть володіти не меншою ефективністю, якщо їх правильно застосовувати відповідно до потреб компанії.

Унікальність такого кредитного інструменту, як факторинг, полягає у таких його перевагах [2]:

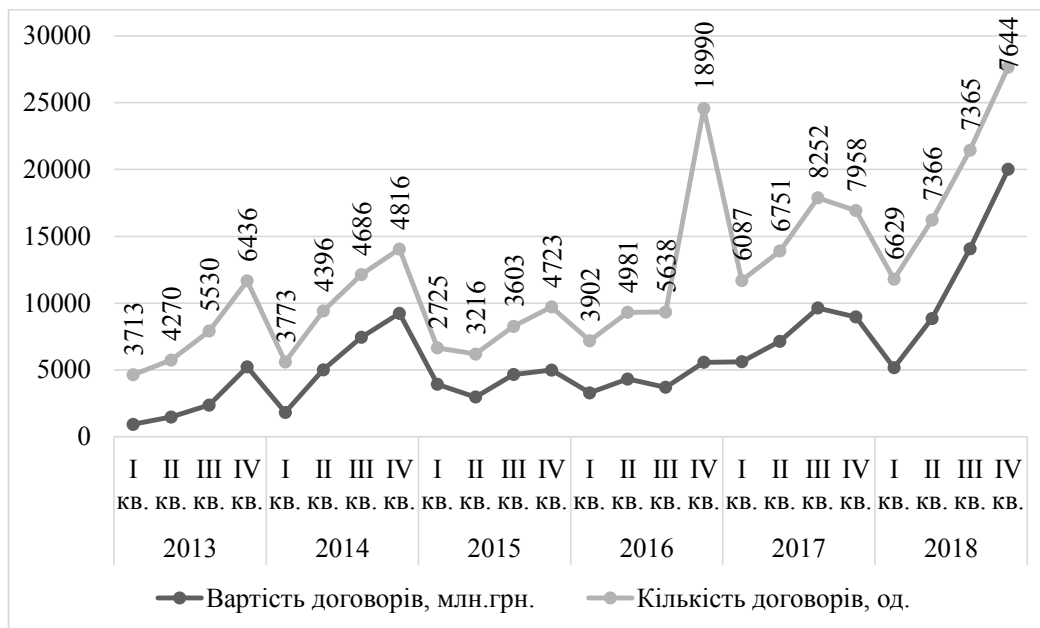


Рис. 1. Динаміка надання фінансовими компаніями послуг факторингу у 2013–2018 роках

Джерело: побудовано авторами на основі даних джерела [3]

- сприяння можливості збільшення обсягів продажів;
- отримання додаткового прибутку за рахунок поповнення оборотних коштів і збільшення обсягу продажів;
- доступність і прозорість процедури;
- нові конкурентні переваги за рахунок відстрочки платежу клієнтам з підтримкою необхідного асортименту товарів на складі за рахунок додаткових оборотних коштів;
- поліпшення фінансових показників за рахунок скорочення дебіторської заборгованості.

Перспективність розвитку факторингових послуг підтверджують дані Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [3]. На рис. 1 наведено динаміку надання факторингових послуг українськими факторинговими компаніями за 2013–2018 роки.

Загалом обсяг договорів факторингу, укладених фінансовими компаніями протягом 2013–2018 років, зріс у 2,4 рази. У 2018 році порівняно з 2017 роком спостерігається зростання на 53,38%, або 16 741,6 млн. грн. При цьому кількість договорів за цей період зменшилась на 44 од., що вказує на тенденцію укладання меншої кількості договорів, проте на більшу суму.

Динаміка кількості та вартості укладених фінансовими компаніями договорів факторингу за 2013–2018 роки наведена на рис. 1.

Станом на 31 грудня 2018 року 589 фінансових компаній мають діючі ліцензії, які дають право їм надавати послуги з факторингу. Це на 97 компаній більше, ніж у попередньому році. Протягом 2018 року фінансові компанії уклали 29 024 договори факторингу на загальну

суму 48 105,0 млн. грн., виконали 29 551 договір. Діючими на кінець 2018 року залишалися 25 822 договори факторингу. Аналізуючи рис. 1, зазначаємо, що найбільша кількість договорів, надана фінансовими компаніями, спостерігається у IV кварталі 2016 року й складає 18 990 од. (їх вартість становила 5 569,4 млн. грн.). Найбільша вартість договорів спостерігається у IV кварталі 2018 року, а саме 20 015,7 млн. грн. (кількість договорів за цією вартістю є середньою за розглянутий період, а саме 7 365 од.).

Важливим показником, який характеризує факторингові послуги, є джерело їх фінансування (табл. 1, рис. 2).

Структура джерел фінансування факторингових операцій в Україні протягом аналізованого періоду є досить нестійкою та істотно коливається, насамперед, за рахунок зміни частки позичкових коштів юридичних осіб, власних коштів та інших джерел. За підсумком 2017 року частка власних коштів відповідала 70,4% та була найбільшою в структурі джерел фінансування.

Станом на 1 січня 2018 року частка фінансування за рахунок банківських кредитів становила 3,3%, що на 1,3 в. п. більше, ніж станом на аналогічну дату минулого року (2,0%).

Частка позичкових коштів юридичних осіб (крім банківських кредитів) порівняно з показником 2016 року збільшилась на 9,6 в. п., склавши 15,7% від загальної суми джерел фінансування. Загалом збільшення відбулося за всіма показниками майже вдвічі.

Також важливо простежити динаміку розподілу за галузями обсягів наданих фінансових послуг за укладеними договорами факторингу, яку наведено в табл. 2.

Таблиця 1

Джерела фінансування укладених факторингових операцій у 2013–2017 роках, млн. грн.

Джерела фінансування	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Темп приросту 2017 року від 2016 року	
						млн. грн.	%
Власні кошти	6 183,9	15 168,8	13 780,2	14 060,6	22 077,0	8 016,4	57,0
Позичкові кошти юридичних осіб (крім банківських кредитів)	367,7	1 279,7	1 251,9	1 021,0	4 908,6	3 887,6	380,8
Банківські кредити	3 338,9	4 926,3	793,6	345,4	1 044,6	699,2	202,4
Інші джерела	149,0	2 146,1	730,2	1 444,4	3 333,5	1 889,1	1,3
Всього	10 039,5	23 525,7	16 555,9	16 887,5	31 363,2	14 475,7	85,7

Джерело: розроблено авторами на основі даних джерела [3]

Таблиця 2

Розподіл договорів факторингу за галузями у 2013–2017 роках, млн. грн.

Галузь	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Темп приросту 2017 року від 2016 року	
						млн. грн.	%
Будівництво	55,1	69,6	91,3	382,4	221,6	-160,8	-42,1
Добувна промисловість	0,0	0,1	0,0	7,6	12,0	4,4	57,9
Легка промисловість	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	-1,5	0
Машинобудування	0,3	0,0	0,0	0,0	26,7	26,7	0
Металургія	0,0	0,0	0,0	7,0	87,0	80,0	1 142,9
Сільське господарство	17,5	1,3	29,7	68,2	302,2	234,0	343,1
Сфера послуг	152,6	1 501,8	738,3	1 121,2	5 504,9	4 383,7	391,0
Транспорт	1,7	3,0	50,0	0,7	245,0	244,3	34900
Харчова промисловість	115,1	133,2	105,0	92,2	154,6	62,4	67,7
Хімічна промисловість	2,1	0,0	0,0	54,9	0,0	-54,9	0
Інші	9 695,1	21 817,0	15 541,5	15 151,8	24 809,2	9 657,4	63,7
Всього	10 039,5	23 525,7	16 555,9	16 887,6	31 363,2	14 475,6	85,7

Джерело: розроблено авторами на основі даних джерела [3]

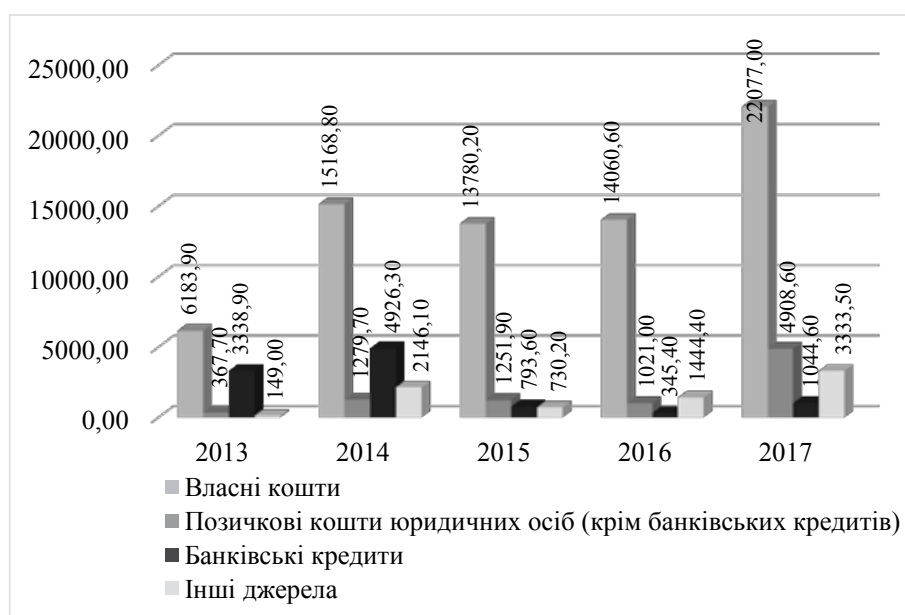


Рис. 2. Джерела фінансування факторингових операцій у 2013–2017 роках, млн. грн.

Джерело: побудовано авторами на основі даних джерела [3]

Найбільше зростання протягом 2017 року продемонстрував обсяг договорів факторингу, укладених у таких галузях, як транспорт (у 34,9 рази, +245,0 млн. грн.), металургія (у 11,4 рази, +80,0 млн. грн.), сфера послуг (на 391,0%, +4 383,7 млн. грн.).

Аналізуючи показники за останні п'ять років, зазначаємо, що використання факторингу в Україні має також такі негативні фактори, як протиріччя в нормативних актах щодо податкових зборів з факторингових операцій в Україні та обмеження фінансування на кожного дебітора.

Разом з традиційними формами фінансування оборотного капіталу підприємства існують альтернативні форми фінансування, спрямовані на нарощення основного й оборотного капіталу, які можуть використовуватися у сфері малого підприємництва.

До альтернативних форм фінансування оборотного капіталу належать [1; 6]:

- peer-to-peer-позики, тобто прямі залучення позикових коштів від фізичних та юридичних осіб через онлайн-платформи та без участі традиційного фінансового посередника;

- балансові позики для бізнесу, здійснені шляхом кредитування через онлайн-платформи, за якого сума позики безпосередньо списується з балансу установи, яка здійснює управління платформою;

- акціонерний краудфандинг, заснований на отриманні коштів від онлайн-інвесторів в обмін на прості акції підприємства, дивіденди або право участі в управлінні;

- краудфандинг з нефінансовою винагородою, коли відбувається залучення коштів під інвестиційний або інший проєкт на умовах відсутності реального грошового потоку як оплати використання фінансових ресурсів учасників із забезпеченням натомість надавачам коштів нефінансової винагороди чи опосередкованої вигоди в різноманітній формі (право першочергового отримання нового, інноваційного продукту, отримання товару зі знижкою у ціні чи з іншими вигодами);

- краудфандинг на умовах участі у прибутку, який передбачає отримання коштів від інвесторів на умовах виплати їм частини прибутку від реалізації проєкту у вигляді дивідендів, роялті тощо зі збереженням з боку отримувача коштів (ініціатора проєкту) повного контролю над своїм проєктом (власним бізнесом);

- краудфандинг з відсутністю винагороди, який базується на залученні коштів на безоплатній і безповоротній основі, коли отримувачі (розпорядники) фінансових ресурсів не мають жодних зобов'язань перед фінансовими донорами;

- фінансування дебіторської заборгованості («онлайн-факторинг»), тобто продаж підприємством наявних рахунків-фактур через онлайн-платформи фізичним та юридичним особам;

- кредитування під кріптовалюти, коли активи компанії використовуються як забезпечення для отримання кредиту.

Моделі альтернативного онлайн-фінансування мають низку переваг щодо залучення інвестицій та фінансових ресурсів для фінансування робочого капіталу суб'єктами малого підприємництва порівняно з традиційними каналами отримання зовнішніх фінансових ресурсів.

На відміну від банківського кредитування, моделі альтернативного фінансування дають змогу залучити кошти без реального забезпечення на етапі появи бізнес-ідеї або для новоствореного підприємства в необхідному обсязі (до 100% від потреби, а часто й в декілька разів більше) та на вигідних умовах. Дострокове погашення суми позики за ree-to-peer-кредитування не передбачає штрафних санкцій, які є можливими під час банківського кредитування [6].

Як для надавачів, так і для отримувачів фінансових ресурсів альтернативне онлайн-фінансування бізнесу характеризується швидкістю, простотою та зрозумілістю операцій. Для інвесторів (надавачів фінансових ресурсів) моделі альтернативного фінансування – це новий додатковий напрям вкладення коштів і отримання прибутку, а також можливість підтримати суспільно важливі та особисто значимі для них бізнес-ідеї чи інноваційні проєкти.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, зазначаємо, що розглянуті форми фінансування оборотного капіталу підприємств усіх форм власності можуть бути застосовані в умовах нестачі власних оборотних коштів та є альтернативою відомих способів формування оборотного капіталу підприємства. Подальшою дією фінансового менеджменту є самостійний вибір форми фінансування (традиційні або альтернативні), які варто застосовувати на цьому підприємстві. Багато в чому цей вибір буде залежати від фінансової політики суб'єкта господарювання, яка визначається кредитною політикою компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Zhang B., Wardrop R., Ziegler T., Lui A. Sustaining momentum: the 2nd European alternative finance industry report. *Cambridge Centre for Alternative Finance*. 2016. Vol. 2. P. 84. URL: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-european-alternative-finance-report-sustaining-momentum.pdf (дата звернення: 19.12.2019).
2. Казакова М.О. Факторингові послуги на ринку короткострокового кредитування України. *Магістеріум. Економічні студії*. 2014. Вип. 56. С. 55–59. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Magisterium_ek_2014_56_17 (дата звернення: 19.12.2019).
3. Основні показники діяльності фінансових компаній та лізингодавців за 2013–2018 роки / Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-finansovykh-kompanii-lizynhodavtsiv-ta-lombardiv-Ukrainy.html> (дата звернення: 26.12.2019).
4. Пальчук О.І. Факторинг на ринку фінансових послуг: монографія. Київ: КНУТД, 2011. 164 с.

5. Поліщук О.В., Егорова В.І. Удосконалення механізму регулювання факторингових послуг в Україні. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право)*. 2015. № 2. С. 80–88. URL: <http://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/19076/1/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%89%D1%83%D0%BA%20%D0%9E.doc> (дата звернення: 19.12.2019).
6. Рубанов П.М. Альтернативне онлайн-фінансування для малого підприємництва: крос-країновий аналіз. *Інтелект XXI*. 2017. № 5. С. 89–95. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2017_5_19 (дата звернення: 19.12.2019).
3. National Commission on State Regulation in Financial Services Markets, *Osnovni pokaznyky dijalnosti finansovykh kompanij ta lizyngodavciv za 2013–2018 roki* [Key performance indicators of financial companies and lessors for 2013–2018]. Available at: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsia-pro-stan-i-rozvytok-finansovykh-kompanii-lizyngodavtsiv-ta-lombardiv-Ukrainy.html> (accessed: 26 December 2019). (in Ukrainian)
4. Palchuk O.I. (2011) *Faktyrnyng na rynku finansovykh poslugh* [Factoring in the Financial Services Market]: Monograph. Kijiv: Press KNUTD, 164 p.

REFERENCES:

1. Zhang B., Wardrop R., Ziegler T., Lui A. (September 2016) Sustaining momentum: the 2nd European alternative finance industry report, Cambridge Centre for Alternative Finance, vol. 2, p. 84. URL: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-europeanalternativefinance-report-sustaining-momentum.pdf (accessed: 19 December 2019).
2. Kazakova M.O. (2014) *Faktyrnyngovi poslughy na rynku korotkostrokovogho kredytuvannja Ukrainy* [Factoring Services in the Market of Short-Term Lending in Ukraine]. Master's degree. Economic studios, vol. 56, pp. 55–59. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Magisterium_ek_2014_56_17 (accessed: 26 December 2019).
5. Polishchuk O.V. and Egorova V.I. (2015) *Udoskonalennja mekhanizmu rehuljuvannja faktyrnyngovykh poslugh v Ukraini* [Improvement of the mechanism of regulation of factoring services in Ukraine]. *Strategy of development of Ukraine (economy, sociology, law)*, vol. 2, pp. 80–88. Available at: <http://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/19076/1/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%89%D1%83%D0%BA%20%D0%9E.doc> (accessed: 19 December 2019). (in Ukrainian)
6. Rubanov P.M. (2017) *Aljternatyvne onlajn-finansuvannja dlja malogho pidpryjemnyctva: kros-krajynovyj analiz* [Alternative online financing for small business: a cross-country analysis]. *Intellect XXI*, vol. 5, pp. 89–95. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2017_5_19 (accessed: 19 December 2019).

УДК 336.71(477)

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-61>**Ткачук Н.М.**

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, фінансів,
банківської справи та страхування
Хмельницького університету управління та права
імені Леоніда Юзькова*

Тkachuk Natalia

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of Management, Finance,
Banking and Insurance Department
Khmelnytsky University of Management and Law
named after Leonid Yuzkov*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОЦЕСУ КОНСОЛІДАЦІЇ БАНКІВ

THEORETICAL ASPECTS OF THE ESSENCE AND PECULIARITIES OF THE BANK CONSOLIDATION PROCESS

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто теоретичні аспекти консолідації банків на основі використання S-подібної кривої. Акцентовано увагу на логіці процесу консолідації банківського сектору з виокремленням його основних етапів. Досліджено особливості стадій банківської консолідації, а саме початкової стадії, стадій зростання, спеціалізації та рівноваги. Проаналізовано динаміку розвитку банківського сектору України за 2005–2019 рр. на основі визначеного показника концентрації (CR3) та побудованої кривої консолідації. Виявлено посилення позицій на ринку трьох державних банків. Акцентовано увагу на тому, що банкам доцільно використовувати S-подібну криву як інструмент полегшення консолідації у формі злиття чи поглинання. Підкреслено, що успіх консолідаційних процесів у банківському секторі залежить від стадії консолідації, на якій перебуває банківська галузь.

Ключові слова: банки, банківський сектор, консолідація банків, коефіцієнт концентрації, крива консолідації, стадії консолідації банків.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены теоретические аспекты консолидации банков на основе использования S-образной кривой. Акцентируется внимание на логике процесса консолидации банковского сектора с выделением его основных этапов. Исследованы особенности стадий банковской консолидации, а именно начальной стадии, стадий роста, специализации и равновесия. Проанализирована динамика развития банковского сектора Украины за 2005–2019 гг. на основе определенного показателя концентрации (CR3) и построенной кривой консолидации. Выведено усиление позиций на рынке трех государственных банков. Акцентируется внимание на том, что банкам целесообразно использовать S-подобную кривую как инструмент облегчения консолидации в форме слияния или поглощения. Подчеркнуто, что успех консолидационных процессов в банковском секторе зависит от стадии консолидации, на которой находится банковская отрасль.

Ключевые слова: банки, банковский сектор, консолидация банков, коэффициент концентрации, кривая консолидации, стадии консолидации банков.

ANNOTATION

The article discusses the theoretical aspects of bank consolidation based on the use of the S-curve. Attention is focused on the logic of the process of consolidation of the banking sector with

the identification of its main stages. The features of the stages of banking consolidation are studied: the initial stage, as well as the stages of growth, specialization and equilibrium. Each stage of the consolidation process implies the existence of specific strategic and operational imperatives, the observance of which is considered to be indispensable. The initial stage of industry consolidation is characterized by the absence or weak competition within the industry it is found. In the initial stage of consolidation, it is very difficult to identify the strongest market player and evaluate his or her strategic capacity for effective development. The stage of development of the growth sector is characterized by a concentration ratio of 15–40%, with the growth of this indicator testifies to the growth of intra-industry competition. The third stage of the development of the industry is characterized by the concentration ratio in the range of 40–65%, which indicates the need for additional resources and efforts to maintain the growth rates achieved by the leading banks in the previous periods. The fourth stage of industry consolidation is equilibrium, which is achieved if the concentration coefficient is increased to 80% with its subsequent decrease. The dynamics of the development of the banking sector of Ukraine for 2005–2019 is analyzed based on the constructed consolidation curve. Concentration indicator (CR3) for the assets of bank assets is indicated. The curve of the consolidation of the banking sector of Ukraine was described. An increase in positions in the market of three state-owned banks is revealed. The attention is focused on the fact that it is advisable for banks to use the S-like curve as a tool to facilitate consolidation in the form of mergers or acquisitions. It was emphasized that the success of consolidation processes in the banking sector depends on the stage of consolidation at which the banking industry is located.

Key words: banks, banking sector, bank consolidation, coefficient concentration, consolidation curve, stages of bank consolidation.

Постановка проблеми. Сучасна економіка характеризується якісними структурними трансформаціями, що викликані процесами глобалізації та інтеграції, посиленням конкуренції, що набуває рис глобальної. Жорсткі умови конкуренції на внутрішньому та зовнішніх ринках вимагають від вітчизняних банків формування та розвитку конкурентних переваг на основі використання операцій консолідації у формі злиття й поглинання та створення інтегрованих структур, які спрямовані на поєднання бан-

ківських активів і концентрацію банківського капіталу задля збільшення конкурентних переваг, посилення конкурентоспроможності банків і створення сприятливого середовища функціонування, тому особливої актуальності набуває необхідність теоретичного обґрунтування сутності та особливостей консолідаційних процесів у банківському секторі за їх основними етапами з урахуванням ступеня концентрації банків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти консолідаційних процесів висвітлювались у працях відомих зарубіжних учених, таких як Р. Брейлі, С. Бріггем, Е. Гілл, Дж. Долан, Дж. Кемпбел, С. Маєрс, Е. Рід, Ф. Рагін, П. Роуз, Дж. Сінкі. Зокрема, вивченням галузевої консолідації займалися Г. Дінз, Ф. Крюгер, С. Зайзель, Р. Моррісон, М. Лендсберг, Н. Фут, Д. Хенслі. Дослідженням проблем інтеграції та консолідації банківського сектору займалися також вітчизняні вчені, зокрема Г. Азаренкова, З. Васильченко, О. Васюренко, О. Вовчак, О. Дзюблук, Г. Карчева, А. Кузнецова, С. Козьменко, В. Міщенко, С. Реверчук, Т. Смовженко.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне зробленому внеску вищезгаданих науковців у дослідженні цієї проблематики, відзначимо, що, на нашу думку, глибшого вивчення сьогодні потребують закономірності та особливості консолідаційних процесів у банківському секторі з урахуванням теорії консолідації, що можуть слугувати інструментом прогнозування подальшого розвитку банківської системи України.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розкриття теоретичних аспектів консолідаційних процесів у банківському секторі, виявлення їх закономірностей та особливостей у розрізі основних етапів консолідації банків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головними особливостями ринкового середовища функціонування вітчизняних банків є багатовекторна спрямованість і високий темп проведення економічних перетворень, мінливість і динамізм, високий рівень ризику та невизначеності. За таких умов банкам необхідно вчасно виявляти зміни в зовнішньому середовищі функціонування, ідентифікувати тенденції розвитку, використовувати сприятливі умови, розробляти й реалізовувати систему заходів щодо ліквідації та мінімізації негативних наслідків впливу нестабільності фінансового ринку.

Незважаючи на хаотичність та непередбачуваність процесів консолідації, за ними насправді приховуються певні закономірності, що можуть бути використані учасниками ринку як інструмент прогнозування, а процесам галузевої консолідації, як правило, притаманні зрозумілість та логіка. Отже, досліджуючи особливості функціонування банків, маємо враховувати етапи розвитку самої банківської галузі. Підтвердженням цього є розробки зару-

біжних науковців, а саме Г. Дінза, Ф. Крюгера та С. Зайзеля, які визначають залежність інтенсивності й ступеня концентрації, доцільності та ефективності інтеграційних стратегій від стадії розвитку галузі, в якій функціонують економічні суб'єкти [1].

Провідна консалтингова фірма (А.Т. Kearney) на основі проведеного дослідження близько 1 345 найбільших угод злиття і поглинання дійшла висновку, що розвиток будь-якої галузі можна описати графічно за допомогою S-подібної кривої, яка будується з використанням ринкових часток діючих у ній компаній та часу їхнього функціонування. В результаті таких досліджень з'ясовано, що сумарна частка ринку, яка належить трьом галузевим лідерам, змінюється з плином часу згідно з S-подібною кривою, де віссю абсцис подаються періоди стадій життєвого циклу галузі, а віссю ординат – галузева концентрація (величина CR3 – це сумарна частка трьох найбільш учасників галузі) (рис. 1). При цьому допускається, що динаміка зміни сумарної частки трьох найбільш учасників галузі (CR3) залежить лише від ступеня проникнення нового продукту (послуги) на ринок за умови того, що ключові макроекономічні фактори, які мають вплив на галузь, залишаються постійними. Такий розвиток галузі в межах цієї моделі називається консолідацією. Як бачимо, результатом такого розвитку галузі стає той факт, що ринки та загалом активи галузі з плином часу виявляються власністю малої групи найпотужніших представників галузі. Поєднання моделі А.Т. Kearney з концепціями диверсифікації дає змогу застосовувати її банкам для формування ефективних портфельних стратегій і вибору систем корпоративного управління, які б забезпечували їх успішну реалізацію [2].

Автори моделі А.Т. Kearney вважають за доцільне виокремлювати чотири стадії консолідації галузі:

- початкова (стадія зародження);
- стадія зростання;
- стадія спеціалізації;
- стадія рівноваги, тобто створення об'єднань [1].

Для кожної з цих стадій характерні свої особливості та характеристики. Отже, розглянемо більш детально стадії стосовно розвитку процесів консолідації у банківському секторі.

Початкова стадія консолідації галузі характеризується відсутністю конкуренції всередині галузі чи слабкою конкуренцією порівняно з іншими стадіями, високим рівнем суперництва галузей-субститутів. Відбувається збільшення кількості банків, а на кожного з них приходить незначна відносна частка активів. Отже, знижується коефіцієнт концентрації (CR3), що свідчить про наявний процес деконсолідації. Пунктирна лінія на рис. 1 ілюструє ситуацію, коли в банківську систему входить новий банк з новітніми технологіями надання послуг і одразу стає монополістом (CR3 = 100%), але зго-

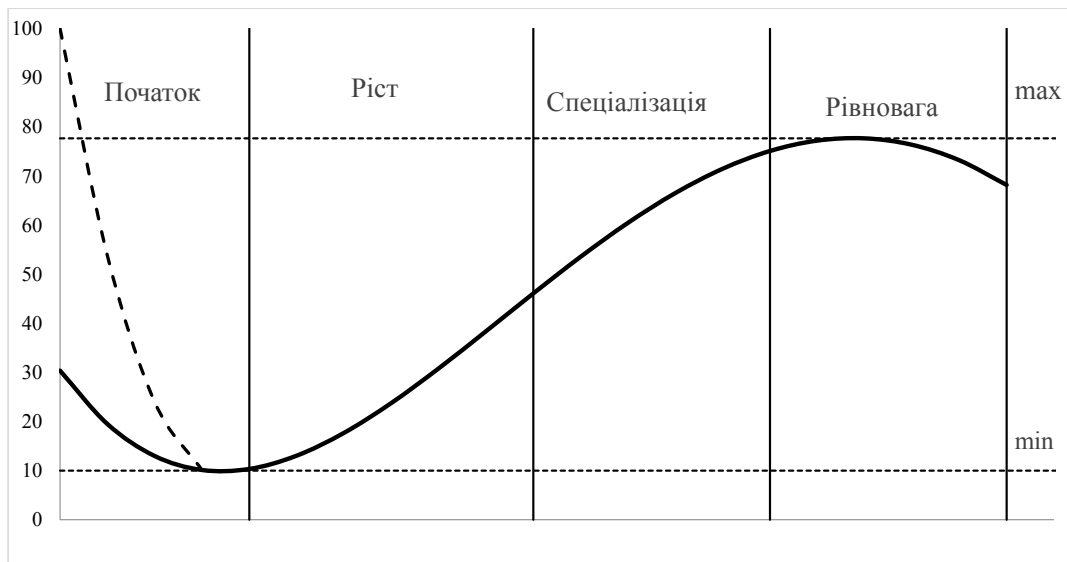


Рис. 1. Крива консолідації [1]

дом його монопольний стан руйнується іншими банками-конкурентами (значення показника концентрації CR3 знижується, пунктирна лінія зливається з S-кривою). Як підтверджують результати досліджень згадуваної нами консалтингової фірми, вплив макроекономічних факторів на наявні «традиційні» послуги галузі не приводить до короткострокової монополії, а галузь розпочинає новий цикл консолідації зі значення показника коефіцієнта концентрації на рівні 30–40%; завершується етап деконсолідації за значення показника CR3 = 10–15%, що вважається станом досконалого ринку, адже пропозиція урівноважується попитом [1]. Слід відзначити, що до моменту настання граничної деконсолідації банки функціонують в неконкурентному середовищі (попит перевищує пропозицію), вони можуть розширювати свою клієнтську базу, не відбираючи клієнтів у своїх конкурентів. Однак, як зазначає Ф. Рагін, в практичній діяльності після проходження мінімального значення коефіцієнтом концентрації на ринку зберігається незначний дефіцит, оскільки залишаються клієнти, які не отримали в достатньому обсязі пропоновані банківські послуги, але банкам більше не вигідно орієнтуватися на таку клієнтську базу, тому що витрати на завоювання таких клієнтів для банку є більшими, ніж вартість маркетингових заходів, спрямованих на залучення нових клієнтів [3].

На початковому етапі консолідації буває дуже важко ідентифікувати найсильнішого учасника ринку й оцінити його стратегічну спроможність ефективного розвитку, тому більш раціональним для входження в галузь вважається варіант створення нового банку, а не придбання вже діючого в цій сфері. Очевидним є те, що співвідношення ризику та доходності під час створення власного банківського бізнесу є більш прийнятним, оскільки немає необхідності вирішувати проблеми правильного

вибору, адекватного оцінювання банку-цілі для його придбання. Отже, придбання наявного лідера чи будь-які інші об'єднання банків вважаються менш бажаними та вдалимими операціями на цій стадії розвитку галузі. Більш доцільною поведінкою для банків видається очікування переходу галузі в конкурентний стан.

Отже, на стадії деконсолідації банківська система гарантує всім банкам-учасникам однакові шанси на лідерство, надаючи достатньо часу для вирішення дилеми «зростання чи відмова від зростання», тому в подальшому можливими є два напрями розвитку банків, такі як локалізація діяльності банку в конкретній клієнтській ніші за умови неконкурентного оточення, що дає можливість уникнути цінового протистояння й мати більшу, ніж у конкурентів, маржу; продовження експансії на ринку банківських послуг і потенційне стрімке зростання.

Друга стадія розвитку галузі (зростання) характеризується діапазоном коефіцієнта концентрації 15–40%, при цьому зростання показника засвідчує зростання внутрішньогалузевої конкуренції, тому збереження банками досягнутої динаміки збільшення клієнтської бази видається можливим лише за рахунок конкурентів. Ймовірним є зменшення кількості банків, які входять у галузь, при цьому розмір і потужність банку набувають вирішального значення. Головними джерелами конкурентних переваг для банків стають набуті ними вміння скористатися економією від масштабу галузі та ефектом накопиченого досвіду [4]. Саме на цій стадії вирішального значення набуває розмір компанії, оскільки великий за часткою ринку бізнес має значно легше й швидше може реалізувати експансію шляхом ліцензування своєї бізнес-моделі чи технології. При цьому темп концентрації галузевих активів у таких компаніях вищий, а вартість такої експансії нижча, ніж у конкурентів.

На стадії розвитку банки можна досить чітко розділити на три стратегічні групи. До перших двох груп належать ті банки, що зробили свій вибір на користь зростання, яке відрізняється перспективами поставлених цілей, адже одні банки успішно застосовують передові методи управління, а інші перебувають на стадії «недорформованості» й відстають від лідерів як за динамікою приросту клієнтської бази, так і за рентабельністю. Третю групу формують дрібні, нові банки, що претендують на подальше зростання, а також реформовані банківські установи, які спеціалізуються на вузькому спектрі банківських послуг чи обмеженому колі клієнтів.

Варто також зазначити, що на стадії розвитку значно легше визначити лідера, але його придбання може виявитися не найкращою стратегією входження в галузь для нового банку. Особливість цієї стадії полягає в тому, що банки-лідери самостійно консолідують ринок з більшою швидкістю та рентабельністю, ніж у складі зв'язано-диверсифікованих корпорацій. При цьому проблеми з фінансуванням зростання примушують банки першої лідерської групи скоріше за всіх трансформуватися у відкриті акціонерні товариства, що спрощує процедуру їхнього придбання тими банками, які функціонують в аналогічних чи суміжних сферах або на іншій території (за кордоном). Однак варто пам'ятати, що придбання такого банку-лідера на другому етапі галузевої консолідації може ліквідувати її лідерський потенціал, отже, така стратегія проникнення у галузь буде вкрай невдалою. При цьому зберігається можливість входження у галузь шляхом створення в ній нової банківської структури.

Третій етап розвитку галузі в моделі А.Т. Кеарнеу має назву «Спеціалізація» й характеризується величиною коефіцієнта концентрації в діапазоні 40–65%, що свідчить про необхідність додаткових ресурсів і зусиль задля збереження темпів росту, які були досягнуті провідними банками в попередні періоди. Маркетингові війни та управлінські інновації не забезпечують вирішальної переваги, а призводять до зниження рентабельності та зменшення довгострокової дохідності галузі загалом. За таких умов логічною стратегією вважається усунення конкурентів з одночасним отриманням їхніх клієнтів [5].

Додатковим виграшом може бути включення поглинутого суперника в корпоративну систему управління, що зумовить високу централізацію й гарантує синергію. На цьому етапі внутрішньогалузеві конструкції об'єднання стають нераціональними, тому лідери галузі розпочинають поглинання тих банків, які зростають, при цьому необхідні ресурси вони отримують, позбавляючись від своїх активів в неперіоритетних галузях. Відбуваються спеціалізація банків і зниження рівня їх диверсифікованості на користь галузі, яка перебуває на третій стадії консолідації і в якій вони мають намір зберегти лідируючі позиції.

Позиції малих і нішевих банків виявляються більш стабільними з огляду на їхній розмір, невисоку рентабельність і лояльність клієнтської аудиторії. Входження до галузі нового банку є можливим, але максимальним результатом цього є стійкий позиціонований нішевий бізнес. При цьому банки-лідери приєднують до своєї корпоративної структури банки нижчого рівня не тільки методом прямого поглинання, але й шляхом продажу їм прав на використання своїх бізнес-моделей та технологій. Таким чином, успіх з найбільшою ймовірністю забезпечує стратегія входження в галузь, що передбачає придбання галузевого лідера. Крім того, з найвищою ймовірністю забезпечується максимальна перешкода, а саме ресурсні витрати та протидія влади чи регулюючих органів. Об'єднання з одним із лідерів (замість повного поглинання) виявиться на цій стадії більш раціональним, але стратегічна ініціатива консолідації буде належати банку-лідеру, а не тому банку, який прагне увійти на ринок.

Четверта стадія консолідації галузі – це *рівновага*, яка досягається за умови збільшення коефіцієнта концентрації до 80% з його подальшим зниженням. Це час відносно стабільного становища галузі; окрім банків-лідерів, на ринку залишаються дрібні та нішеві банки. При цьому 3–4 найбільші банки-лідери ділять між собою 80% ринку банківських послуг, а сукупна частка численних дрібних банків становить 20% [1]. Отже, збільшення клієнтської бази банків-лідерів фактично припиняється, а шанси на значне збільшення числа споживачів за рахунок основних банків-конкурентів зникають. Будь-які спроби проникнути в частку ринку банків-лідерів виявляються неефективними або призупиняються антимонопольними органами. Все це в комплексі означає для переможців втрату стратегічної перспективи в галузі [5]. Задля утримання інвесторів великі банки змушені переходити в інші зони росту, надавати інші послуги тощо, а в самій галузі розпочинаються процеси деконсолідації, які підтримують не нові банки, а нішеві внутрішньогалузеві банківські установи.

Варто також відзначити, що якщо базові технології надання банківських послуг не будуть радикально змінюватись, то новий цикл консолідації банківського сектору буде відбуватися з меншою амплітудою: CR3 на першій стадії знизиться не до 10%, а до 40–50%, тобто буде мати місце своєрідний відкат галузі до третього етапу консолідації з відтворенням усіх притаманних йому характеристик [5]. Якщо галузева технологія надання банківських послуг зміниться на більш нову та сучасну, що може статися на будь-якому етапі розвитку банківської системи, то розпочнеться повномасштабний цикл консолідації. Втручання держави в галузь на четвертій стадії консолідації (наприклад, шляхом придбання частки в стратегічно важливих банках) може відмінити зниження та падіння коефіцієнта концентрації, тобто нівелювати сам процес деконсолідації. В такому

разі галузь виводиться з ринкової економіки, а модель А.Т. Кеарнеу перестає бути релевантною.

Проникнення в банківську систему на стадії рівноваги адекватне через створення в ній нового малого банку (без претензій на зростання та лідерство) або шляхом добре спланованого в часі придбання нішевого банку, який позиціонує себе в нижчих сегментах ринку. Клієнтська база такого банку може стати точкою зростання в разі початку деконсолідації та виходу з галузі її попередніх лідерів.

Як засвідчують дані досліджень консалтингового агентства А.Т. Кеарнеу, банки-лідери будуть зацікавлені в злитті, але така стратегія буде мати негативну синергію (ціна акцій поглинутого банку в більш ніж 60% випадках виявляється нижчою за суму цін акцій двох банків до злиття) [1]. Цілком зрозумілим є інтерес найбільших банків до об'єднання, оскільки це не лише дасть їм змогу продемонструвати своїм акціонерам зростання прибутку та рентабельності, але й забезпечить шлях на нові території. Отже, стратегія входження в рівноважну галузь через таке об'єднання з лідируючим банком вважається неперспективною.

Задля виявлення динаміки розвитку банківського сектору, виходячи з теорії А.Т. Кеарнеу, визначимо один з найважливіших показників консолідаційного процесу, а саме коефіцієнт концентрації CR3, й побудуємо криву консолідації. Розрахунки ми здійснили, використовуючи офіційні дані НБУ щодо розмірів активів банків України за 2005–2019 рр. Розвиток бан-

ків України у досліджуваний період з великою впевненістю можна вважати консолідацією, адже побудована нами крива на рис. 2 ідентична S-подібній кривій на рис. 1.

Як видно з рис. 2, у функціонуванні банків України з 2005 р. простежується ситуація, коли активи банківської системи з плином часу стають власністю малої групи галузевих гравців, а саме трьох найбільших банків. Варто відзначити, що найвище значення коефіцієнт концентрації мав у 2018 р., а саме 54,1%, а найнижче – у 2008 р., а саме 22%. Сформований рейтинг банків за розміром частки активів у сукупних активах банківської системи засвідчив, що перші три позиції з 2009 р. утримують державні банки, такі як АТ КБ «ПриватБанк», АТ «Ощадбанк», АТ «Укресімбанк», тоді як з 2005 р. у трійку лідерів входили АТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «Промінвестбанк» і АТ «Укрсиббанк».

Отже, беручи до уваги тенденції до злиття й поглинання, а також опрацьовані нами дані, можемо зазначити, що побудована S-подібна крива підтверджує стан консолідації банківського сектору з відповідними стадіями розвитку цього процесу. Як видно з рис. 2, деконсолідація банківського сектору України тривала до 2009 р. зі зниженням коефіцієнта концентрації у 2008 р. до 22%. Стадія зростання почалася з 2009 р. і тривала до 2015 р. з відповідним збільшенням коефіцієнта концентрації з 22% до 45,1%, а з 2015 р. триває стадія спеціалізації, коли відбувається зниження рівня диверсифікованості діяльності банків на користь тих

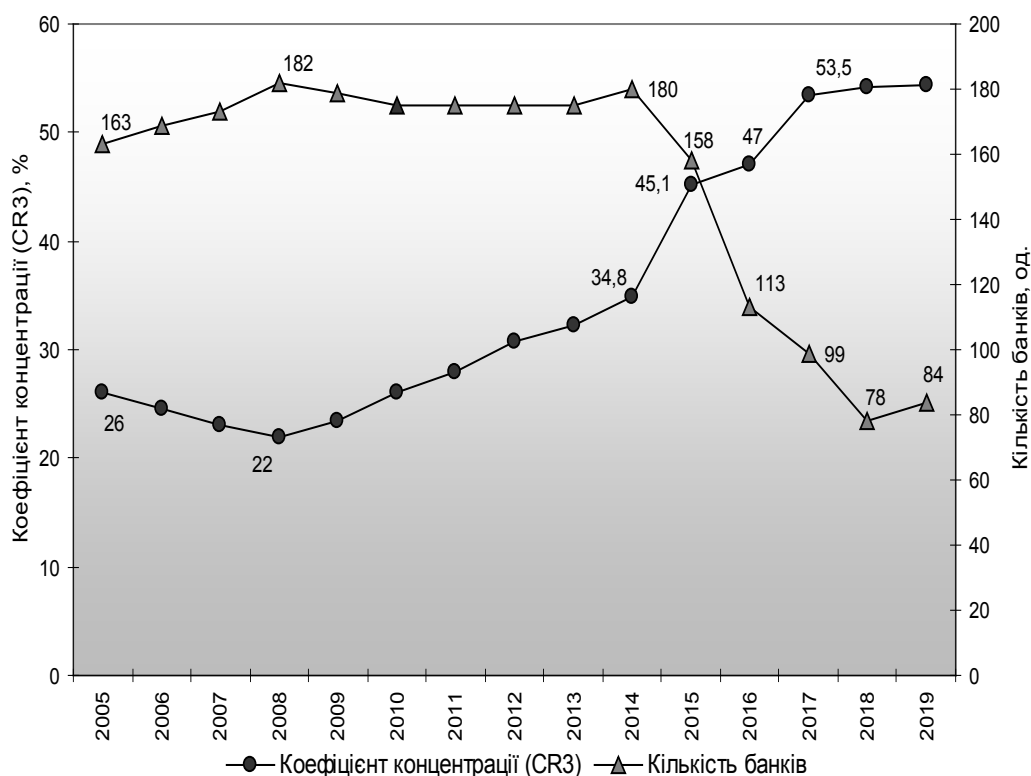


Рис. 2. Крива консолідації банківського сектору України у 2005–2019 рр.* [6]

* дані 2019 р. за 10 місяців

послуг і продуктів, на ринку яких банки мають намір зберегти лідируючі позиції.

Також наявні консолідаційні процеси підтверджуються тенденцією до зменшення кількості банків на фінансовому ринку зі 182 банків у 2008 р. до 78 діючих банків у 2018 р. (рис. 2). Упродовж 2017–2019 рр. відбулося суттєве посилення позицій на ринку державних банків за рахунок фінансової підтримки з боку держави (капіталізації), що збільшило обсяги їх активних операцій та посилило довіру з боку населення. Отже, зауважимо, що рівень концентрації банківського сектору України залишається ще низьким, незважаючи на позитивні тенденції до його зростання впродовж 2017–2019 рр., що засвідчує необхідність та доцільність консолідації банків у формі злиття й поглинання з огляду на відсутність бар'єрів її здійснення.

Незаперечна важливість процесів банківської консолідації полягає в зростанні конкурентоздатності об'єднаного банку та підвищенні акціонерної вартості його капіталу з одночасним переміщенням вгору по кривій консолідації. При цьому цінність консолідації банків не повинна вимірюватися розміром інвестиційних винагород, що виплачуються менеджменту банків. Крім того, позиціонування банків на кривій консолідації може слугувати для них орієнтиром оптимізації своїх портфелів. Банки повинні прагнути до оптимізації своїх агрегованих портфелів філій та підрозділів, що перебувають на різних стадіях процесу консолідації, тому менеджмент банку повинен постійно оцінювати свій портфель задля позиціонування для майбутнього руху вздовж кривої консолідації. Не варто забувати про те, що довгостроковий успіх функціонування банків буде залежати від швидкості їхнього руху вгору по кривій консолідації. Крім того, крива консолідації може полегшувати ідентифікацію надійних і сумнівних інвестиційних рішень менеджменту банку в кожному конкретному випадку.

Висновки. Консолідація банків є одним із зовнішніх непередбачуваних і хаотичних процесів трансформації банківського сектору, що зумовлює якісні перетворення структури власності банків, посилення конкуренції, підвищення конкурентоспроможності, зниження ступеня кредитних ризиків, підвищення рівня інвестиційної привабливості та стійкості банківського бізнесу. Сьогодні головним елементом для лідерів банківського ринку стає розуміння того, як успішно інтегрувати поглинутий банк чи ефективно злитися з банком-партнером. Отже, успіх процесів консолідації у формі злиття чи поглинання банків визначається переважно стадією консолідації банківського сектору як окремої специфічної галузі економіки країни.

Задля полегшення інтеграції банки в процесі злиття чи поглинання повністю можуть використовувати криву консолідації як інструмент посилення своєї стратегії на ринку з урахуванням того, що кожна стадія процесу консолідації

передбачає існування конкретних стратегічних та оперативних імперативів, дотримання та виконання яких вважається необхідним. Вміння аналізувати положення банківського сектору на S-подібній кривій допоможе банкам виробити правильний стратегічний погляд на вибір вектору майбутнього свого розвитку та розуміння ключових аспектів в управлінні процесом консолідації.

Подальші наукові дослідження будуть спрямовані на оцінювання стану концентрації та виявлення перспектив консолідації в банківському секторі України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Динз Г. К победе через слияние. Как обратить отраслевую консолидацию себе на пользу / пер. с англ. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2004. 252 с.
2. Фут Н., Хенсли Д., Лэндсберг М., Моррисон Р. Роль корпоративного центра *Вестник McKinsey*. 2003. № 1(3). С. 48–78. URL: <https://www.mckinsey.com/ruussianquarterly> (дата звернення: 15.12.2019).
3. Рагин Ф. Консолидация отрасли и портфельная стратегия компании. URL: https://www.perfekta.lv/rus/abouthim/strateg/Ragin_article (дата звернення: 18.12.2019).
4. Радыгин А., Энтов Р. Проблемы слияний и поглощений в корпоративном секторе. Москва : ИЭПП, 2002. 153 с.
5. Скопенко Н., Сагайдак Ю. Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку компанії з урахуванням стадії консолідації галузі та інтеграційних процесів. *Вісник THEU*. 2011. № 5–2. С. 451–463.
6. Наглядова статистика. Балансові звіти банків. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision> (дата звернення: 24.12.2019).

REFERENCES:

1. Diniz G. (2004) *K pobede cherez sliyaniye. Kak obratit' otraslevuyu konsolidatsiyu sebe na pol'zu* [To victory through a merger. How to turn industry consolidation to your advantage]. Moscow : Al'pina Biznes Buks. (in Russian)
2. Fut N., Hensli D., Lendsberg M., Morrison R. (2003) Rol korporativnogo centra [Corporate Center Role]. *Vestnik McKinsey*. [Herald McKinsey], no 1(3), pp. 48–78. Available at: <https://www.mckinsey.com/ruussianquarterly> (accessed: 15 December 2019). (in Russian)
3. Ragin F. Konsolidaciya otrasli i portfel'naya strategiya kompanii [Industry consolidation and portfolio strategy]. Available at: https://www.perfekta.lv/rus/abouthim/strateg/Ragin_article (accessed: 18 December 2019).
4. Radygin A., Entov R. (2002) Problemy sliyanij i pogloshchenij v korporativnom sektore [Problems of mergers and acquisitions in the corporate sector]. Moscow : IEPP. (in Russian)
5. Skopenko N., Sagajdak Ju. (2011) Konceptualnij pidkhody do formuvannja strateghiji rozvytku kompanij z urakhuvannjam stadij konsolidacii ghaluzi ta integracijnykh procesiv [Conceptual approach to formulating a strategic development company company with a consolidation process and integrated processes and integration processes]. *Visnk TNEU*, no. 5–2, pp. 451–463.
6. Nahljadova statystyka. Balansovi zvity bankiv [Observational statistics. Bank balance sheets] Available at: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision> (accessed: 24 December 2019).

UDC 336.71

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-62>**Torianyk Zhanna***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Management,
Social Studies and Humanities,
Kharkiv Educational and Scientific Institute of SHEI «Banking University»***Shevchenko Viktoriia***Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Associate Professor at
the Department of Management, Social Studies and Humanities,
Kharkiv Educational and Scientific Institute of SHEI «Banking University»***Nedviga Liliia***applicant for higher education
Kharkiv Educational and Scientific Institute of SHEI «Banking University»***Торяник Ж.І.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін
Харківський навчально-науковий інститут
Університету банківської справи***Шевченко В.І.***кандидат філологічних наук,
доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін
Харківський навчально-науковий інститут
Університету банківської справи***Недвиг Л.С.***здобувач вищої освіти
Харківський навчально-науковий інститут
Університету банківської справи*

PERSPECTIVES FOR DEVELOPMENT OF BANKING SECTOR IN UKRAINE

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

ANNOTATION

One of the priorities of the financial sector reform within the Ukraine-European Union Association Agreement is the extension of financial inclusion, which is inextricably connected with financial literacy and protection of consumers of financial services in the provision of digital financial and quasi-financial services, the use of blockchain, machine learning, new cybersecurity standards and more. The results of the research of financial literacy of the population of different countries are presented. Five key priorities for financial literacy strategy proposed by NBU have been considered in the article. The conception of the National Bank on protecting consumers of financial services is presented, namely: creation of a new unit in the NBU (call center); enhanced disclosure requirements; new procedure for consideration of customer's complaints; overseeing market behavior.

Key words: bank, strategy, financial inclusion, financial literacy, innovation.

АНОТАЦІЯ

Одним із пріоритетних завдань реформування фінансового сектору в межах Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом є розширення фінансової інклюзії, яка нерозривно пов'язана з фінансовою грамотністю та захистом прав споживачів фінансових послуг при наданні цифрових фінансових та квазіфінансових послуг, застосування блокчейну, машинного навчання, нових стандартів кібербезпеки тощо. Передумовою стабільного розвитку фінансового сектору та зростання економіки в цілому є підвищення рівня довіри фізичних та юридичних осіб до фінансових установ та ринкової практики. Комплексною програмою розвитку фінансового сектору України до 2020 року розпочато всеосяжне реформу-

вання фінансової системи України. У межах реалізації програми реформ пройдено стадії очищення та перезавантаження банківського ринку, проведено заходи із запровадження міжнародних стандартів діяльності на ринках небанківських фінансових послуг та цінних паперів, завершуючи роботу над реалізацією Комплексної програми та з метою подальшого розвитку фінансового сектору України у проекті Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року було визначено пріоритетні напрями розвитку фінансового сектору: зміцнення фінансової стабільності; сприяння макроекономічному розвитку та зростанню економіки; розвиток фінансових ринків; розширення фінансової інклюзії; впровадження інновацій у фінансовому секторі. В роботі наведено результати дослідження рівня фінансової грамотності населення різних країн. Розглянуто п'ять ключових ршень-пріоритетів стратегії фінансової грамотності від НБУ шляхом зміни фінансової культури українця (податкова, кредитна, пенсійна тощо), які відповідально ставитимуться до власних фінансових рішень, займатимуться довгостроковим фінансовим плануванням, заощаджуватимуть, контролюватимуть свої фінансові рахунки, розсудливо використовуватимуть кредити та управлятимуть боргами; фокусування на молодь; побудови єдиної комунікаційної платформи та створення освітньо-інформаційного центру (ОІЦ), який планується відкрити у 2022 р. Наведено концепцію Національного банку щодо захисту прав споживачів фінансових послуг, а саме: створення нового підрозділу в НБУ (call-центру); посилення вимог до розкриття інформації; новий порядок розгляду звернень громадян; нагляд за ринковою поведінкою.

Ключові слова: банк, стратегія, фінансова інклюзія, фінансова грамотність, інновації.

АННОТАЦІЯ

Одной из приоритетных задач реформирования финансового сектора в рамках Соглашения об ассоциации между Украиной и Европейским Союзом является расширение финансовой инклюзии, которая неразрывно связана с финансовой грамотностью и защитой прав потребителей финансовых услуг при предоставлении цифровых финансовых и квазифинансовых услуг, применение блокчейну, машинного обучения, новых стандартов кибербезопасности и тому подобное. Приведены результаты исследования уровня финансовой грамотности населения разных стран. Рассмотрены пять ключевых решений-приоритетов стратегии финансовой грамотности от НБУ. Приведена концепция Национального банка по защите прав потребителей финансовых услуг, а именно: создание нового подразделения в НБУ (call-центра); ужесточение требований к раскрытию информации; новый порядок рассмотрения обращений граждан; надзор за рыночным поведением.

Ключевые слова: банк, стратегия, финансовая инклюзия, финансовая грамотность, инновации.

Formulation of the problem. One of the strategic goals of the National Bank of Ukraine, as well as one of the priorities of the financial sector reform within the Ukraine-European Union Association Agreement, is the expansion of financial inclusion, which is inextricably linked with financial literacy and protection of consumers of financial services in the provision of digital financial services and quasi-financial services, crowdfunding, blockchain, machine learning, new cybersecurity standards, and more.

Analysis of publications. Some aspects of the theory and practice of financial inclusion, financial innovation, financial literacy have been considered in the works of Ukrainian scientists, namely in the works of O.I. Baranovskii, T.A. Vasilieva, S.M. Kozmenko, L.V. Kuznetsova, V.V. Kovalenko, V.I. Mishchenko, T.S. Smovzhenko and others.

The purpose of the article (formulation of the task). The purpose of the article is to substantiate the key directions of development of the domestic banking sector in order to grow the economy as a whole and increase the level of trust of individuals and legal entities in financial institutions.

Presentation of the main research material. The prerequisite for the stable development of the financial sector and the economy growth as a whole is to increase the level of trust of individuals and legal entities in financial institutions and market practices. A comprehensive program to develop Ukraine's financial sector by 2020 has begun a complete reform of Ukraine's financial system. Within the reform program, the stages of clearance and restarting the banking market have been completed, and the efforts to introduce international activity standards in the markets of non-banking financial services and securities have been taken. Completing the implementation of the Comprehensive Program and for further development of the financial sector in Ukraine, a joint working group composed of representatives of the National Bank, Secretariat of the Cabinet of Ministers, the Ministry of Finance, the Deposit Guarantee Fund, the National Securities and Stock Market Commission, the National Commission for State Regulation of Financial Services

Markets, in Strategy of financial sector development in Ukraine until 2025, identified the following priority directions of the financial sector growth: strengthening the financial stability; promotion of macroeconomic development and economic growth; increase of the financial markets; expansion of financial inclusion; implementation of innovations in the financial sector [1].

According to the latest data from the World Bank, 37% of Ukrainians are outside the financial system, i.e. they do not have a bank account. The number of people actively using Internet and mobile banking in Ukraine is 7-8 times lower than in Poland and the USA. In these countries more than 95% of retail payments and transfers are made remotely, i.e. without the need to visit a bank, but the bank branches in Ukraine are overloaded with cash transactions [2].

Financial inclusion means that citizens and businesses have access to financial products and services, regardless of income, age, place of residence or activity. In the modern world, financial inclusion is regarded as one of the most important drivers of the economic development.

The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) defines financial inclusion as the process of promoting accessible, timely and complete access to a wide range of financial products and services, extending their use to all sections of society through the implementation of existing and innovative approaches, including financial awareness and education in order to advance both financial prosperity and economic and social inclusion [3].

According to the World Bank, more than 100 countries in the world have either already developed a national strategy for financial inclusion, or have the components of financial inclusion added to broader national strategies.

It is important to increase financial inclusion for different stakeholders: for regulators and the state as a whole, as it attracts all segments of the population into the economic system, which as a result promotes economic growth through mobilization of population savings, investing in the development of the state economy, diversification of the financial system; for financial service providers as it increases the number of consumers of financial services; for consumers, as they can use modern financial services more efficiently and conveniently, thus enhancing personal prosperity. Financial inclusion contributes to raising and stabilizing incomes, more efficient asset management, and reducing vulnerability to economic crises.

Achieving financial inclusion requires a thoughtful and coherent approach to identifying problems and opportunities, using financial and non-financial relationships, and agreeing on the actions of a wide range of stakeholders. Financial «inclusion» is possibly provided when all the public authorities have an appropriate approach to regulating the financial sector, which would give financial institutions more freedom to inno-

vate and focus on segments of citizens with poor financial services.

The informed consumer is another important prerequisite for the development of financial inclusion in Ukraine. Such citizens make more prudent financial decisions and also support the efficiency of the financial system, creating a demand for high quality financial services.

Today, the world's leading countries, including the United States, the United Kingdom, Canada, the Netherlands, Australia and New Zealand, are making much efforts to increase their financial literacy. Best practices come together under the auspices of powerful international organizations: the World Bank, the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), the United States Agency for International Development (USAID), etc.

The OECD regularly surveys the financial literacy levels of adults and young people, and has set up a dedicated online platform, the International Network for Financial Education (INFE), to communicate with representatives of various countries patronizing the development and implementation of national financial literacy strategies.

Thus, according to the OECD study, Ukraine's overall financial literacy index is 11.6 (out of 21). This index is based on grades for financial knowledge, attitude and behavior. The Ukraine's index is on the lowest level among the 30 countries in the 2016 OECD survey, namely like Poland's index (11.6). Ukraine's result is also slightly lower than the average (12.1) for the six low- and middle-income neighboring countries surveyed by the OECD (Belarus, Georgia, Hungary, Poland, the Russian Federation, Turkey). The difference in results between Ukraine and other countries is explained by low attitudes and knowledge scores [4]. Financial literacy grades are the lowest in the 18-24 age groups (10.6). Grades for financial knowledge and behavior increase significantly with increasing income, but the ratio is the same regardless of income level. The level of use of financial products in Ukraine is low. Only 60% of respondents said they had used a certain type of financial product over the past two years.

61% of respondents have savings made in a certain way. However, for many respondents, the savings are short-term. 52% said they saved money by keeping it in their wallet or cash at home. Only 12% of Ukrainians said they had saved money by transferring money to a bank deposit account. More than half of those who have savings in a deposit account also kept savings at home. It demonstrates a very strong culture of preferring cash and avoiding relationships with banks.

The level of financial welfare of Ukrainians is low; in addition to that many Ukrainian families barely making ends meet. For Ukraine, as a low-income country according to the European standards, income is crucial to the overall financial prosperity of the population. But the research shows that, regardless of the income level, well-being is also influenced by people's behavior towards

money (avoiding loans to finance everyday needs), their attitudes (whether they focus on the short-term and costs, or the long-term and savings) and their extensive financial knowledge. Programs to increase financial literacy should include «soft» issues that relate to culture in society, such as worrying about tomorrow and a willingness to discuss financial issues. The level of financial literacy is the lowest in the 18-24 age groups.

In foreign countries, various institutions are the leaders in raising financial literacy, but often this function belongs to the central bank or the Ministry of Finance. The direct mandate for implementing arrangements on financial literacy belongs to financial regulators of the world leader countries in terms of economic development, human capital and level of financial literacy: Canada, Japan, the United Kingdom, Australia.

In addition, in a number of countries, financial literacy is taken care of by top officials of the state, for example, in the Netherlands, financial literacy is within the competence of Queen Maxima. Her Majesty Queen Maxima takes care of issues of financial inclusion and financial literacy at the global level. She is the UN Secretary-General's Special Advocate for Inclusive Finance for Development (UNSGSA), the honorary patron of the Global Twenty-First Global Partnership for Financial Inclusion (GPFII), a Trustee of the Global Initiative for the Future World Economic Partnership for economic inclusion [5].

Recently, the powers of the National Bank in the area of financial literacy have been regulated at the legislative level. 309 MPs voted in favor of amendments to the Law on the National Bank, which allow the NBU to take measures to increase the level of financial literacy of the population. Giving the National Bank the authority to implement financial literacy measures will help to increase the sustainability and consistency of public policies in this area [6].

The National Bank considers financial literacy primarily as building financial culture, changing behavior. This requires sustained efforts in a clearly defined approach, as well as transparency, accountability of resources and measurability of results. It also enhances the involvement of a wider range of partners, including coordination programs and international assistance.

The National Bank, as the leader of financial sector reform, developed and presented the vision of the Financial Literacy Strategy in June, 2019, which aims to unify, coordinate and consolidate efforts by government, business and civil society to improve financial literacy at the national level. The NBU identifies five key priorities for financial literacy strategy:

- 1) changing the financial culture. It is the knowledge, skills and attitudes needed to ensure responsible financial behavior and enhance the financial inclusion of the Ukrainians. Its components have a whole range of cultures: tax, credit, retirement, etc.

2) making the Ukrainians financially aware as the Europeans are. It is expected that citizens will share the European values and be prepared to live up to the European standards, be able to make their own budget, be responsible for their own financial decisions, be engaged in long-term financial planning, save, control their financial accounts, and use credit judiciously.

3) focusing on youth. Young people between the ages of 10 and 24 (Generation Z and Generation Alpha) are the main target audience. The focus on youth dictates new approaches to learning, and, therefore, the whole strategy. It is young people who can act as change agents who will teach their friends, parents, grandparents the financial knowledge and skills that citizens need to make informed decisions and are responsible for their financial behavior.

4) developing a single communication platform. A unified, single-brand communication platform brings together all stakeholders and activities, becomes recognizable and helps to build trust.

5) creating an Educational Information Center (EIS). It is the center of financial education and communication regarding the mandate and functions of the National Bank, which will combine: visitor center, money museum, youth education center, teacher competence center. The EIS is scheduled to open in 2022 [7].

In order to build confidence in the financial sector and increase the level of financial inclusion, special attention is paid to an effective system for protecting the rights of consumers of the financial services. For the past eight years, none of the government agencies has been concerned with protecting the rights of consumers of financial services in Ukraine.

Thus, in 2018, the National Bank received more than 13 thousand complaints from consumers angered by the quality of financial services. In the first half of 2019, 8 320 citizens appealed to the National Bank of Ukraine, which is 1 522 (22.39%) more than in the same period of 2018. Most of the citizens' requests were related to the CNPF NBU members. At the same time, traditionally topical issues raised by citizens in appeals to the National Bank of Ukraine remain the issues regulating credit agreements between borrowers and banks – 1 522 appeals (18.29%), payment systems and innovative development – 831 (9.99%), banking supervision – 774 (9.30%), money circulation – 613 (7.37%), relations under deposit agreements – 441 (5.30%) of the total number of appeals received in the current year [8].

The National Bank will now stand for the consumer protection in financial services. For the relevant Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Protection of Consumers of Financial Services" (before that: Bill No. 1085-1), 309 MPs voted in the first reading. The document imposes obligations on the National Bank to protect consumers of financial services and provides it with tools to regulate the

behavior of financial market participants towards clients. Thus, Ukraine will become the 120th country where the state will protect consumers of financial services. And the National Bank will become the 98th central bank in the world to implement this function [9]. In countries such as the Gambia, Guatemala, Guyana, Honduras, Jamaica, Kyrgyzstan, Madagascar, Mongolia, Poland, Romania, the Russian Federation, Tajikistan, the consumer protection function is not vested in the financial market regulator.

The National Bank has proposed new approaches to protecting consumers of the financial services. The concept provides:

- creation of a new unit in the National Bank, which will take care of consumers of the financial institutions. It will set requirements for consumer protection, provide the financial institutions with clarifications of legislation, proposals and recommendations on consumer protection. It is also expected that its work will improve the system of processing appeals to the National Bank, in particular through the creation of a call center. Consumers of financial services will also be able to conveniently submit complaints on the National Bank's website and in the client's personal office;

- strengthening disclosure requirements. The financial institutions will be required to disclose reliable information about their products on their websites and advertisements, and to warn the client of the potential risks. They will also need to provide convenient tools for comparing the cost of their services (calculator, examples);

- developing a new procedure for consideration of citizens' appeals. The National Bank will provide the financial institutions with recommendations on the procedure for considering citizens' applications, in particular: the recommended order of application submission; the procedure for personal reception of citizens; disclosure of information about the right and procedure for submitting complaints;

- supervision of market behavior. The National Bank plans to monitor implementation of legal requirements of protection of consumers of financial services on the basis of analysis of citizens' complaints for detection of violations of the legislation. The regulator will also monitor the disclosure of information on websites and advertisements, and take action in the event of a breach of law [10].

The implementation of requirements of the draft Concepts for Consumer Protection, which will be approved by the NBU Board after being finalized, will be mandatory for financial institutions and will contribute not only to improving the quality of financial services in Ukraine, but also to increasing confidence in the financial sector, and its further strengthening. Therefore, not only the recipients of financial services and the National Bank, which protects their interests, but also the financial institutions themselves, should

be interested in introducing new approaches to consumer protection.

Conclusions. New technologies and innovations such as mobile financial solutions have already proven efficiency as a catalyst for financial inclusion in the world, but it is impossible to create a universal solution. The balance is needed to be found between solving local problems, promoting innovation, managing risks and protecting consumers. And this requires deeper cooperation of a wide range of stakeholders: government, business, banks and fintech companies.

REFERENCES:

1. Finansovi rehuljatory zaprosujutj doluchytysja do publicnogo obghovorennja Strateghiji rozvytku finansovogo sektoru Ukrainy do 2025 roku [Financial Regulators Invite Public Discussion on Ukraine's Financial Sector Development Strategy by 2025]. Available at: <https://bank.gov.ua/news/all/finansovi-regulyatori-zaprosuyut-doluchitysya-do-publicnogo-obgovorennja-strategiyi-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini-do-2025-roku> (accessed 27 September 2019).
2. Forum z Finansovoi inkluziji. Nikogho za bortom [Financial Inclusion Forum. No one overboard]. Available at: <https://finclusion.bank.gov.ua> (accessed 27 October 2019).
3. Vazhlyvistj finansovoi inkluziji [The importance of financial inclusion]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=3961976 (accessed 27 September 2019).
4. Proekt USAID «Transformacija finansovogo sektoru» Finansova ghratnostij, finansova inkluzija ta finansovyj dobrobut v Ukraini [USAID Financial Sector Transformation Project Financial Literacy, Financial Inclusion and Financial Well-Being in Ukraine]. Available at: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/06/Financial-Literacy-Survey-Report_June2019_ua.pdf (accessed 27 October 2019).
5. Vazhlyvistj finansovoi ghratnosti ta mizhnarodnyj dosvid [The importance of financial literacy and international experience]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=83136318&cat_id=83136317 (accessed 27 September 2019).
6. Nacionalnyj bank otrymav mandat na pidvyshhennja finansovoi ghratnosti ukrajinciv [The National Bank has been mandated to improve financial literacy of Ukrainians]. Available at: <https://bank.gov.ua/news/all/natsionalny-bank-otrimav-mandat-na-pidvischennja-finansovoyi-gratnosti-ukrayintsiv> (accessed 27 September 2019).
7. Ctrateghija finansovoi ghratnosti: versija 1.0 [Financial Literacy Strategy: Version 1.0]. Available at: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=96715983> (accessed 27 September 2019).
8. Dani pro nadkhodzhennja, kharakter i stan vykonannja zvernenj gromadjan za pershe pivrichchja 2019 roku [Data on the income, nature and status of citizens' requests for the first half of 2019]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=68478669&cat_id=103156 (accessed 27 September 2019).

9. Ukraina stala 120-ju derzhavou u sviti, de prava spozhyvachiv finansovykh poslugh zakhyshheni zakonom [Ukraine has become the 120th country in the world where the rights of consumers of financial services are protected by law]. Available at: https://bank.gov.ua/news/all/ukrayina-stala-120-yu-derjavou-u-sviti-de-prava-spojivachiv-finansovih-poslug-zahischni-zakonom?fbclid=IwAR2WDu8wj8Exp-RQxk1hc-fynjjBTeUXEakCGICvzyNoPbkr52khP-ku_8 (accessed 27 September 2019).
10. Zakhyst prav spozhyvachiv finansovykh poslugh [Protection of the rights of consumers of financial services] Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Круглий%20стіл_Захист%20прав%20споживачів.pdf?v=4 (accessed 27 October 2019).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фінансові регулятори запрошують долучитися до публічного обговорення Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року. Офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/finansovi-regulyatori-zaprosuyut-doluchitysya-do-publicnogo-obgovorennja-strategiyi-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini-do-2025-roku> (дата звернення: 27.09.2019).
2. Форум з Фінансової інклюзії. Нікого за бортом. Офіційний сайт. URL: <https://finclusion.bank.gov.ua> (дата звернення: 27.10.2019).
3. Важливість фінансової інклюзії. Офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=3961976 (дата звернення: 27.09.2019).
4. Проект USAID «Трансформація фінансового сектору» Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні. URL: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/06/Financial-Literacy-Survey-Report_June2019_ua.pdf (дата звернення: 27.10.2019).
5. Важливість фінансової грамотності та міжнародний досвід. Офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=83136318&cat_id=83136317 (дата звернення: 27.09.2019).
6. Національний банк отримав мандат на підвищення фінансової грамотності українців. Офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/natsionalny-bank-otrimav-mandat-na-pidvischennja-finansovoyi-gratnosti-ukrayintsiv> (дата звернення: 27.09.2019).
7. Стратегія фінансової грамотності: версія 1.0. Офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=96715983> (дата звернення: 27.09.2019).
8. Дані про надходження, характер і стан виконання звернень громадян за перше півріччя 2019 року. Офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=68478669&cat_id=103156 (дата звернення: 27.09.2019).
9. Україна стала 120-ю державою у світі, де права споживачів фінансових послуг захищені законом. Офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/news/all/ukrayina-stala-120-yu-derjavou-u-sviti-de-prava-spojivachiv-finansovih-poslug-zahischni-zakonom?fbclid=IwAR2WDu8wj8Exp-RQxk1hc-fynjjBTeUXEakCGICvzyNoPbkr52khP-ku_8 (дата звернення: 27.09.2019).
10. Захист прав споживачів фінансових послуг. Офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Круглий%20стіл_Захист%20прав%20споживачів.pdf?v=4 (дата звернення: 27.10.2019).

УДК 336.71

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-63>**Фурсова В.А.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів**Національного аерокосмічного університету
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»***Савостянова А.О.***магістрант**Національного аерокосмічного університету
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»***Fursova Viktoriya***Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance,
National Aerospace University**“Kharkiv Aviation Institute” named after M.Ye. Zhukovskiy***Savostianova Hanna***Master’s Degree at Department of Finance,
National Aerospace University**“Kharkiv Aviation Institute” named after M.Ye. Zhukovskiy*

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ФОНДУ ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE DEPOSIT GUARANTEE FUND

АНОТАЦІЯ

В умовах кризи суттєво зростає роль захисту вкладів населення країни як ключового фактору підтримки довіри до банківської системи та забезпечення її безперебійної роботи. У статті розглянуто роль та особливості функціонування Фонду гарантування вкладів фізичних осіб в Україні. Завдяки критичному аналізу нормативної бази та сучасних досліджень виявлено низку переваг та недоліків роботи Фонду гарантування вкладів фізичних осіб в Україні, які запропоновано класифікувати з інституційно-правової та функціонально-організаційної позицій. Узагальнення й систематизація теоретичних основ з цієї проблематики має високу наукову й практичну цінність, є базисом удосконалення законодавства, яке регулює діяльність Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, та оптимізації стратегії його розвитку.

Ключові слова: банк, Фонд гарантування вкладів, ефективність, депозит, функції, фізична особа.

АННОТАЦИЯ

В условиях кризиса существенно возрастает роль защиты вкладов населения в стране как ключевого фактора поддержания доверия к банковской системе и обеспечения ее бесперебойной работы. В статье рассмотрены роль и особенности функционирования Фонда гарантирования вкладов физических лиц в Украине. Благодаря критическому анализу нормативной базы и современных исследований выявлен ряд преимуществ и недостатков работы Фонда гарантирования вкладов физических лиц в Украине, которые предложено классифицировать по институционно-правовому и функционально-организационному признакам. Обобщение и систематизация теоретических основ по этой проблематике имеет высокую научную и практическую ценность, является базисом усовершенствования законодательства, регулирующего деятельность Фонда гарантирования вкладов физических лиц, и оптимизации стратегии его развития.

Ключевые слова: банк, Фонд гарантирования вкладов, эффективность, депозит, функции, физическое лицо.

ANNOTATION

While providing banking services, banks have many risks, which can lead to loss of their financial stability and even bankruptcy. That is why, especially in periods of crisis, the role of protecting

household deposits in the country, as a key factor in maintaining confidence in the banking system and ensuring its stable operation, is significantly increasing. In the article the role and special features of the functioning of the Deposit Guarantee Fund for individuals in Ukraine were considered. It was found that different authors consider the effectiveness of the work from different perspectives. Some researchers evaluate the effectiveness of the Deposit Guarantee Fund in such areas as: legal status, participants, types of deposits, amount of deposits, etc. Other authors discuss the effectiveness of the fund by analyzing the advantages and disadvantages of its functions and authorities. Due to the critical analysis of the regulatory framework and modern researches, the authors identified a number of advantages and disadvantages in the work of the Deposit Guarantee Fund for individuals. The highlighted advantages and disadvantages, the authors proposed to classify on the basis of regulatory-institutional and functional-organizational criteria. Among the major drawbacks were noted: incomplete number of participants who insure deposits; imperfect ownership structure of the fund; limitation of types and size of contributions which is going to be covered; duplication of NBU functions; the possibility of “moral hazard”. Among the main advantages of the Deposit Guarantee Fund in Ukraine the authors emphasized: independence of the Fund from the State Budget and public authorities and the National Bank of Ukraine; independence of the Fund independently to adopt regulatory and legal; transparency of deposit guarantee system, etc. The generalization and systematization of theoretical bases on these issues have a scientific and practical value and will become the basis for improving the legislation that regulates the activities of the Deposit Guarantee Fund and optimizing its development strategy.

Key words: bank, Deposit Guarantee Fund, efficiency, deposit, functions, individual.

Постановка проблеми. Як засвідчують наслідки останньої банківської кризи, підтримка довіри до банківського сектору з боку населення є ключовим фактором його існування та подальшого розвитку. У зв'язку з цим суттєво зростає роль системи гарантування вкладів у країні, метою функціонування якої, відповідно

до Закону «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб», є захист прав вкладників банків, зміцнення довіри до банківської системи України та стимулювання залучення коштів у банківську систему України [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд літератури свідчить про те, що питанням визначення ролі Фонду гарантування вкладів фізичних осіб для банківської системи, дослідженню міжнародного досвіду функціонування системи гарантування вкладів приділено багато уваги як з боку зарубіжних, так і з боку вітчизняних учених, таких як І. Деміргук-Кунт, Х. Хуїзінга, К.М. Д'яконов, Ю.С. Серпенінова.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте все ще фрагментарними залишаються дослідження щодо визначення ефективності роботи Фонду гарантування вкладів фізичних осіб в Україні, що актуалізувало тему статті.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є визначення переваг та недоліків функціонування Фонду гарантування вкладів фізичних осіб.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз сучасних досліджень [2–5] свідчить про те, що сьогодні автори розглядають ефективність функціонування ФГВФО з різних боків. Так, Н.В. Галапуп, А.М. Бобанич [2] пропонують оцінювати ефективність ФГВФО за такими напрямками, як правовий статус Фонду; учасники Фонду; джерела наповнення; види вкладів, що підпадають під захист; розмір гарантованого відшкодування; строки на визнання учасника неплатоспроможним та на здійснення виплат з Фонду; наглядові функції та функції регулятора. Загальним недоліком зазначеного

підходу є те, що автори не розмежовують правові та функціональні аспекти роботи Фонду, що ускладнює розроблення ефективної стратегії його розвитку.

Цікавим є підхід до оцінювання ефективності роботи ФГВФО через функції та повноваження Фонду [5], в якому автор окреслив їх переваги та недоліки, але цей підхід є вузьким, тому що охоплює тільки один аспект роботи Фонду.

З урахуванням сучасних напрацювань та законодавчої бази доцільною вважаємо класифікацію переваг та недоліків за інституційно-правовим та функціонально-організаційним підходами, яку наведено в табл. 1.

Розглянемо переваги, які свідчать про ефективність функціонування ФГВФО.

ФГВФО в Україні було створено у 1998 році, а його діяльність регулюється спеціальним Законом «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» [1], в якому офіційно регламентовано процедуру гарантування вкладів. Безперечно, правове забезпечення діяльності Фонду є значною перевагою та сприяє зміцненню довіри до банківської системи.

До того ж ФГВФО є економічно самостійною установою, а органи державної влади та НБУ, згідно із законодавством [1], не мають права втручатися в його діяльність, що дає змогу уникнути впливу на прийняття рішень Фондом в ході виконання своїх функцій. Ще однією перевагою Фонду є те, що його кошти не включаються до Державного бюджету України, отже, не підлягають вилученню.

Більш того, Фонд може самостійно приймати нормативно-правові акти з питань, які стосуються його повноважень та є обов'язковими до виконання банками, юридичними та фізичними особами.

Таблиця 1

Переваги та недоліки ефективності функціонування ФГВФО

Переваги	Недоліки
<i>Інституційно-правовий підхід</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – Наявність спеціального закону, який регулює, а також визначає повноваження та функції ФГВФО; – незалежність ФГВФО від Державного бюджету та органів державної влади й НБУ; – можливість самостійно приймати нормативно-правові акти з питань, які стосуються його повноважень та є обов'язковими до виконання банками, юридичними та фізичними особами; – прозорість системи ФГВФО. 	<ul style="list-style-type: none"> – Неповне охоплення суб'єктів, які надають депозитні послуги; – недосконала структура власності Фонду; – непрозорість механізму щодо надання фінансової допомоги приймаючому або перехідному банку.
<i>Функціонально-організаційний підхід</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – Скорочення терміну відшкодування депозитів; – наявність механізму комбінованих внесків; – цільове використання коштів Фонду. 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність захисту вкладів у банківських металах; – відшкодування вкладів в іноземній валюті в національній валюті за курсом НБУ; – обмеження щодо виплати відшкодувань за строковими депозитами; – обмеження щодо граничного розміру виплати депозиту (не більше 200 тис. грн.); – додатковий контроль банківських установ; – обмеження щодо інвестиційної діяльності Фонду; – дублювання функцій НБУ у зв'язку з набуттям функцій щодо здійснення тимчасової адміністрації та ліквідації банків; – можливість появи «морального ризику».

Джерело: складено авторами за даними джерел [1–5; 7]

Діяльність Фонду є прозорою, оскільки в Законі чітко наведені сума та строки відшкодування вкладів, а також він повинен щорічно звітувати про свою діяльність Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України і Національному банку України та оприлюднювати фінансову звітність на сайті.

Щодо організації діяльності щодо відшкодування вкладів, то постійно ведеться робота щодо скорочення періоду виплат депозитів. Сьогодні термін початку виплат коштів вкладникам у разі прийняття рішення про відкликання банківської ліцензії та ліквідацію банків скорочено до 7 днів проти 2 місяців до 2012 року [6]. Однак необхідно зазначити, що є певні обмеження щодо виплати строкових депозитів. Так, у період впровадження тимчасової адміністрації, який може тривати до 2 місяців, відшкодування підлягають тільки ті вклади, строк яких закінчився в цей період року [1].

Серед переваг організації діяльності ФГВФО також можна назвати механізм формування ресурсів Фонду. В Законі наведено 15 джерел, які наповнюють Фонд, серед яких основними є початкові збори та регулярні збори з учасників Фонду [1]. ФГВФО має право встановлювати диференційовані збори відповідно до методики, яка законодавчо закріплена підзаконними актами Фонду. За необхідності ФГВФО може стягувати спеціальний збір, який є обов'язковим для усіх його учасників. Також ФГВФО може отримувати кошти від інвестиційної діяльності шляхом вкладання коштів у державні цінні папери або розміщення облігацій, а також у вигляді відсотків за розміщені кошти на рахунках в НБУ.

Кошти, отримані Фондом, мають цільове використання, що не дає змогу витратити їх на потреби, які не передбачені законом. Окрім виплат за депозитами, кошти використовуються для покриття роботи самого Фонду та відсотків за залученими кредитами або розміщеними облігаціями.

Основні недоліки щодо функціонування ФГВФО розглянуто нижче.

Сьогодні участь у Фонді є обов'язковою для всіх банківських установ, які зареєстровані в Державному реєстрі банків та мають ліцензію на здійснення депозитних операцій [1], проте оскільки депозитною діяльністю займаються не тільки банки, але й інші фінансові установи (кредитні спілки, недержавні пенсійні фонди), то такий склад учасників є неповним та потребує розширення його переліку [2].

ФГВФО є державною спеціалізованою установою, що, на думку деяких авторів, є недоліком, оскільки розширення складу його акціонерів дало б змогу збільшити суму власного капіталу Фонду за рахунок продажу частини акцій та передати частину ризиків на банківський сектор [2; 3].

Фонд також має право надавати фінансову підтримку приймаючому або перехідному банку, але механізм такої операції не закріплено

в Законі, що, на нашу думку, є суттєвим недоліком, оскільки у зв'язку з великою кількістю банкрутств банків останніми роками це може бути не завжди обґрунтованим рішенням.

Серед недоліків також можна назвати неповний перелік видів вкладів, які підлягають відшкодуванню. Так, під захист, згідно із Законом, не підпадають вклади в банківських металах, але Постанова НБУ «Про затвердження Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами» закріплює, що вклад – це грошові кошти в готівковій або безготівковій формі у національній або іноземній валюті чи банківські метали [7]. Необхідно зауважити, що кількість таких вкладів щорічно зростає.

В умовах різких коливань курсів валют актуальним є питання відшкодування вкладів в іноземній валюті. Однак Закон передбачає відшкодування таких вкладів у національній валюті за офіційним курсом гривні до іноземної валюти на дату початку ліквідації банківської установи. Безумовно, це є ризиком як для власника, так і для ФГВФО, що потребує змін чинного Закону.

Немає чіткої конкретизації того, яку суму отримає вкладник, якщо сума депозиту перевищує граничний розмір відшкодування (200 тис. грн.), оскільки це залежить від можливості банку покрити залишок суми за рахунок продажу активів.

Щодо такої функції ФГВФО, як здійснення тимчасової адміністрації та ліквідації неплатоспроможних банків, Т.М. Гордіца, з одного боку, вважає її позитивною, оскільки це прискорює процес виведення банків-банкрутів з ринку, а з іншої боку, зазначає, що це дублює функції НБУ та підвищує ризик бюрократизації [5]. Також щодо підвищення контролю над банками шляхом проведення позапланових перевірок Т.М. Гордіца зазначає, що, з одного боку, це є позитивним фактором, а з іншого боку, позапланові перевірки можуть проводитися безпідставно, що буде гальмувати процес роботи в банку. На нашу думку, регулювання діяльності банків та нагляд за ними має проводити один орган, а саме НБУ, що прописано в Законі «Про Національний банк України» [8].

Метою функціонування Фонду не є отримання прибутку, тому існують певні обмеження щодо його інвестиційної діяльності. Фонд має право інвестувати кошти тільки у державні цінні папери, які зазвичай у світовій практиці є найменш ризикованими, але у зв'язку з неефективністю роботи державного апарату в Україні деякі автори схиляються до думки про те, що доцільніше було б надати можливість Фонду вкладати кошти в корпоративні цінні папери найбільш надійних емітентів, що дало б змогу стимулювати вітчизняну економіку, а не витратити кошти на оплату відсотків за кредитами МВФ [2; 4].

Можливість появи «морального ризику» [9] полягає в тому, що, з одного боку, вкладники стають менш пильними у виборі банку та можуть вибрати менш надійний банк, але з більш високою відсотковою ставкою за депозитом, а з іншого боку, власники й менеджмент банку, будучи впевненими в тому, що відтік депозитів є малоімовірним, можуть інвестувати кошти в більш ризиковані активи, знижувати рівень ліквідних резервів, чого вони не зробили б, якщо їх дії контролювались би вкладниками.

Висновки. Таким чином, подальший розвиток ринку депозитів в Україні залежить від ступеня захисту вкладників від фінансових втрат у разі банкрутства банків, але в роботі ФГВФО все ще залишається низка недоліків, які знижують його ефективність та можуть негативно вплинути на рівень довіри населення до банківського сектору. Запропонована класифікація переваг та недоліків за інституційно-правовим та організаційно-функціональним підходами є базисом подальших досліджень щодо усунення прогалин у законодавчому та функціональному аспектах функціонування ФГВФО та оптимізації його діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про систему гарантування вкладів фізичних осіб : Закон України від 23 грудня 2012 року № 4452-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/4452-17> (дата звернення: 27.11.2019).
2. Галапуп Н.В., Бобанич А.М. Фонд гарантування вкладів фізичних осіб: особливості функціонування та шляхи вдосконалення. *Світ фінансів*. 2011. № 3. С. 58–68.
3. Серпенінова Ю.С. Науково-методичні підходи до класифікації систем гарантування вкладів. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2014. Вип. 2. С. 266–273.
4. Д'яконов К.М. Оцінка ефективності системи гарантування вкладів. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. № 13. Ч. 1. С. 145–148.
5. Гордіца Т.М. Вплив механізму функціонування сучасної системи гарантування вкладів фізичних осіб на розвиток ринку банківських депозитів. 2012. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald_en/content/download/archive/2012/v2/NV-2012-v2_45.pdf (дата звернення: 27.11.2019).
6. Інформація про фонд гарантування вкладів фізичних осіб. Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. URL: <http://www.fg.gov.ua/dlia-vkladnykiv> (дата звернення: 28.11.2019).
7. Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами : Постанова від 3 грудня 2003 року № 516 / Правління НБУ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1256-03> (дата звернення: 29.11.2019).
8. Про Національний банк : Закон України від 20 травня 1999 року № 679-XIV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14> (дата звернення: 27.11.2019).
9. Demircuc-Kunt A., Huizinga H. Marketdiscipline and deposit insurance. *Journal of Monetary Econ.* Vol. 51. 2004. 23 p.

REFERENCES:

1. Pro systemu harantuvannia vkladiv fizychnykh osob: Zakon Ukrainy vid 23 hrudnia 2012 roku № 4452-VI [On the Deposit Guarantee Scheme for Individuals: Law of Ukraine of December 23, 2012 No. 4452-VI]. Verkhovna Rada Ukrainy [The Verkhovna Rada of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/4452-17> (accessed: 27.11.2019).
2. Halapup N.V., Bobanych A.M. (2011). Fond harantuvannia vkladiv fizychnykh osob: osoblyvosti funktsionuvannia ta shliakhy vdoskonalennia [Fund for guaranteeing deposits of individuals: features of functioning and ways of improvement]. *Svit finansiv* [The world of finance]. 2011. № 3. P. 58–68.
3. Serpeninova Yu.S. (2014). Naukovo-metodychni pidkhody do klasyfikatsii system harantuvannia vkladiv [Scientific and methodological approaches to the classification of deposit guarantee systems]. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky* [Financial and credit activities: problems of theory and practice]. Vyp. 2. P. 266–273.
4. Diakonov K.M. (2015). Otsinka efektyvnosti systemy harantuvannia vkladiv [Estimation of efficiency of deposit insurance system]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Kherson State University]. № 13. Ch. 1. P. 145–148.
5. Horditsa T.M. (2012). Vplyv mekhanizmu funktsionuvannia suchasnoi systemy harantuvannia vkladiv fizychnykh osob na rozvytok rynku bankivskykh depozytiv [Influence of the mechanism of functioning of the modern system of guaranteeing deposits of individuals on the development of the bank deposit market]. Available at: http://chtei-knteu.cv.ua/herald_en/content/download/archive/2012/v2/NV-2012-v2_45.pdf (accessed: 27.11.2019).
6. Informatsiia pro fond harantuvannia vkladiv fizychnykh osob [Information on the Deposit Guarantee Fund of individuals] // Ofitsiyni sait Fonda harantuvannia vkladiv fizychnykh osob. Available at: <http://www.fg.gov.ua/dlia-vkladnykiv> (accessed: 27.11.2019).
7. Polozhennia pro poriadok zdiisnennia bankamy Ukrainy vkladnykh (depozytnykh) operatsii z yurydychnymy i fizychnymy osobamy : Postanova pravlinnia Natsionalnogo banku Ukrainy vid 3 hrudnia 2003 roku № 516 [Regulation on the procedure for the implementation by banks of Ukraine of deposit (deposit) transactions with legal entities and individuals: Resolution of the Board of the National Bank of Ukraine of December 3, 2003 No. 516] / Natsionalnyi bank Ukrainy [National Bank of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1256-03> (accessed: 27.11.2019).
8. Pro Natsionalnyi bank : Zakon Ukrainy vid 20 travnia 1999 roku № 679-XIV [On the National Bank: Law of Ukraine of May 20, 1999 No. 679-XIV]. Verkhovna Rada Ukrainy [The Verkhovna Rada of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14> (accessed: 27.11.2019).
9. Demircuc-Kunt A., Huizinga H. (2004). Marketdiscipline and deposit insurance. *Journal of Monetary Econ.* Vol. 51. 23 p.

УДК 336.744

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-64>

Хмілевська А.О.

студентка

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Khmilevska Anastasiia

FMM student, international economy specialty,

National Technical University of Ukraine

"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗКОНТАКТНИХ ПЛАТЕЖІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

EFFICIENCY OF REALIZATION OF CONTACTLESS TECHNOLOGY PAYMENTS IN UKRAINE AND WORLD

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено процес упровадження та рівень розвитку безконтактних платежів в Україні та світі. Наведено тлумачення сутності та особливостей технології Near Field Communication (NFC), яка лежить в основі безконтактних платежів. Проаналізовано результати функціонування технології у Великобританії, де цей вид розрахунку набув високої популярності, та у США, де технологія перебуває лише на стадії впровадження. Наведено фактори, які мали вплив на тенденції розвитку у зазначених країнах. Зазначено тренди, що існують у країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Здійснено аналіз динаміки випуску банківських карток та застосування систем безконтактних платежів, які активно використовуються у державі, а саме "Google Pay", "Apple Pay" та "Garmin Pay", що вказує на реальну ситуацію застосування безконтактних платежів в Україні. Охарактеризовано перспективи розвитку фінансового сектору під впливом безконтактних розрахунків та зміни попиту на фінансові послуги. Запропоновано заходи для стимулювання розвитку безконтактних платежів в Україні.

Ключові слова: безконтактні платежі, грошові розрахунки, безконтактна банківська картка, токен, технологія NFC, інновація.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы процесс внедрения и уровень развития бесконтактных платежей в Украине и мире. Приведены толкования сущности и особенностей технологии Near Field Communication (NFC), которая лежит в основе бесконтактных платежей. Проанализированы результаты функционирования технологии в Великобритании, где этот вид расчета приобрел высокую популярность, и в США, где технология находится только на стадии внедрения. Приведены факторы, которые повлияли на тенденции развития в указанных странах. Указаны тренды, существующие в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Осуществлен анализ динамики выпуска банковских карт и применения систем бесконтактных платежей, которые активно используются в государстве, а именно "Google Pay", "Apple Pay" и "Garmin Pay", что указывает на реальную ситуацию применения бесконтактных платежей в Украине. Охарактеризованы перспективы развития финансового сектора под влиянием бесконтактных расчетов и изменения спроса на финансовые услуги. Предложены меры для стимулирования развития бесконтактных платежей в Украине.

Ключевые слова: бесконтактные платежи, денежные расчеты, бесконтактная банковская карта, токен, технология NFC, инновация.

ANNOTATION

The article is devoted to the process of implementation and level of development of contactless payments in Ukraine and in

the world. According to the rapid development of the world and its finance sector particularly, it is essential to understand the drivers of movement forward. As long as the innovative technology of contactless payments is comparatively new one, so the analysis of its trends and perspectives of use is highly valuable. In the paper are explained the essence and features of Near Field Communication (NFC) technology, which ensures high safety and speed of contactless payments. Main merits and demerits of the technology were provided. There are analyzed the results of the operation of technology in the UK, where this type of payments has become very popular, and in the US, where the technology is only underway. The factors that influenced the popularization trends in UK like high level of debit and credit cards usage, society's aspiration for personal time optimization and government encouragement for cashless economy are underlined. Referring to the US, the following factors of low level of market penetration by the technology like the size and difficulty of the market itself and big number of bank institutions were defined. The tendencies that exist in the countries of Asia-Pacific region are also described. The real situation of contactless payments in Ukraine has been revealed by analyzing the dynamics of bank cards issuing and the use of contactless payment systems, which are actively used in the country, namely Google Pay, Apple Pay and Garmin Pay. Statistics of contactless systems usage in Ukraine was offered. Main clauses of functioning of the systems in the world were pointed out and special attention was drawn to their work in Ukrainian market. The prospects of development of the financial sector under the influence of contactless payments were revealed. The roots of changes in the demand for financial services are given and characterized and their future possibilities are provided. Measures have been proposed to encourage the development of contactless payments in Ukraine.

Key words: contactless payments, cash payments, contactless bank card, token, NFC technology, innovation.

Постановка проблеми. Безготівкові розрахунки є одним з рушіїв розвитку фінансового сектору національних економік. Все більшої значимості під впливом стрімкого розвитку інновацій набувають безконтактні платежі у світі загалом та в Україні зокрема. Саме тому оцінювання ефективності їх реалізації в Україні на основі зарубіжного досвіду набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Використання безконтактних платежів з різних позицій розглядали багато вітчизняних та зарубіжних науковців. Зокрема, варто виділити праці Є.О. Бублика [1], М.О. Євдокімової [2],

В.В. Ільчука, Г.С. Морозової [3], С. Рошмонта [4], Н. Фабріса [5] та А. Чоудари [6]. У їх працях має місце дослідження питання функціонування безготівкових та, зокрема, безконтактних платежів, механізму їх реалізації, забезпечення діяльності та розвитку. Науковці аналізували безконтактні платежі як один з чинників глобалізації та рушіїв переходу до безготівкової економіки.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є проведення аналізу ефективності реалізації безконтактних платежів в Україні порівняно із зарубіжним досвідом, пропозиція стратегічних напрямів розвитку технології безконтактних розрахунків в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останніми роками в Україні саме фінансовий сектор відзначається значною активністю щодо розроблення та впровадження інноваційних технологій. Насамперед це стосується грошових розрахунків, які стали безсумнівним лідером ринку за рівнем модифікаційних змін. Запровадження карток, електронних гаманців та інших засобів платежу передбачає покращення розрахунків, щоби зробити їх більш простими, доступними, швидкими, а також більш безпечними у використанні. За останні роки все більшого поширення набуває використання технології NFC, що дає змогу платежу бути безконтактним зі значними перевагами як для клієнтів, так і для фінансових установ.

NFC, або Near Field Communication, в перекладі з англійської означає «комунікація близького поля». Саме ця технологія дає можливість двом пристроям, оснащеним NFC-чіпами, безпроводно обмінюватися даними на відстані до 10 см. Більш високий рівень безпечності використання цієї технології у розрахунках полягає в тому, що ці карти нікуди не надсилаються, а застосовується унікальний номер операції, а саме токен, що забезпечує максимальний рівень безпеки платежу. Розрахунки на основі токенизації проводяться на основі технології MDES, тобто сервісу MasterCard Digital Enablement Service (MDES), який забезпечує максимальну безпеку для розрахункових операцій.

Чіпована картка зовні виглядає так само, як і звичайна, проте існує відмінність саме щодо

методу проведення розрахунку. Якщо під час оплати звичайною банківською картою нею необхідно проводити через зчитувальний пристрій, то за використання картки з чіпом вона або вставляється у зчитувальний пристрій, або просто прикладається до нього. Використання такої картки має низку переваг. По-перше, оплата саме через NFC-чіп гарантує набагато вищий рівень безпеки, ніж під час оплати звичайною банківською картою. По-друге, операції через чіп є швидшими й проводяться протягом лічених секунд. Також варто відзначити, що якщо POS-термінал не оснащений чіпом NFC, то можна проводити операції за допомогою магнітної стрічки картки [6].

У 2018 році 2,2 млрд. безконтактних карток було випущено по всьому світі. Понад 2,5 млрд. безконтактних карток уже виготовлено у 2019 році [7].

Детальніше розглянемо досвід впровадження безконтактних платежів у деяких країнах задля оцінювання ефективності їх використання.

У Великобританії за підсумками 2018 року 19% усіх платежів були безконтактними, а лише 28% були здійснені за допомогою готівки. Порівняно з 2017 роком кількість безконтактних платежів зросла на 31% до 7,4 мільярдів транзакцій. За прогнозами [4] зростання безконтактних платежів буде тільки продовжуватися, а до 2028 року збільшиться вдвічі. В найрозвиненіших регіонах Великобританії, таких як Англія та Шотландія, 7 з 10 осіб використовують безконтактні платежі.

Головними факторами опанування технології у Великобританії стали:

- популяризація дебетових карток (британці звикли до користування картками, про що свідчить той факт, що у 2017 році було здійснено більше безготівкових транзакцій як за кількістю, так і за обсягами, ніж готівкових; безконтактні платежі стали наступним кроком у їх використанні);

- дворівнева банківська система (існує можливість швидкого переоснащення платіжної інфраструктури та заохочення переходу до “cashless economy” з боку британського уряду);

- бажання суспільства освоїти технологію для оптимізації власного часу.

Більшість країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону також швидко застосували безконтактні методи оплати картками. У Китаї 90% карт безконтактні, аналогічна ситуація спостерігається у Тайвані, Сінгапурі та Південній Кореї, чого не прослідковується у Японії, де готівка залишається головним методом розрахунків, обіг якої становить більше 20% від ВВП.

У США станом на квітень 2019 року близько 3% карток в обігу безконтактні. Таке повільне порівняно зі світовим опанування безконтактної технології платежів пов'язано з великою кількістю різ-

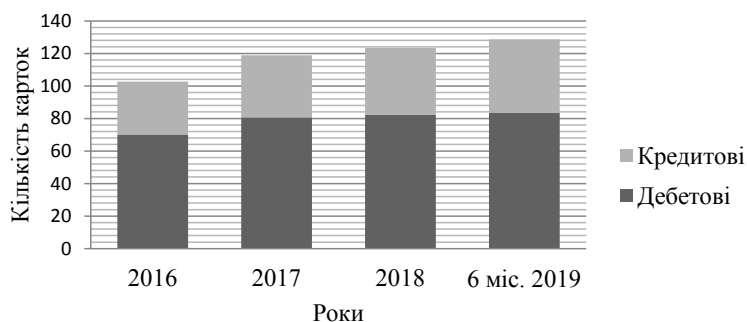


Рис. 1. Динаміка безконтактних банківських карток у Великобританії за 2016–2019 роки

Джерело: на основі даних статистичного порталу Statista [8]

них американських банків, складністю та розміром ринку. Крім того, не набули поширення електронні гаманці, “Apple Pay” та “Google Pay”.

Лише у 2019 році у Нью-Йоркському метро з’явилась можливість розплатитися безконтактно. Однак американська економіка є найбільшою у світі, а тому експерти [9] очікують розширення ринку безконтактних платежів до 56% у 2022 році.

Найпопулярнішим додатком для мобільних платежів за кількістю користувачів у США станом на кінець 2018 року є додаток онлайн-замовлень “Starbucks” (рис. 2).

Досліджуючи використання NFC-технології в Україні за останні 5 років, можемо спостерігати зростання засобів платежу, які базуються на цій технології. За даними Національного банку України станом на кінець 2018 року в Україні банками емітовано майже 59,4 млн. банківських карток. З них активно функціонують 36,9 млн. карток (62,2%), серед яких 4 млн. є безконтактними (зростання на 44,3% порівняно з початком 2018 року) [10]. Варто зазначити, що кількість банківських карток, як звичайних, так і безконтактних, постійно зростає. Зростаючу динаміку безконтактних банківських карток за 2015–2018 роки наведено на рис. 3.

Як бачимо, порівняно з 2015 роком кількість безконтактних банківських карток зросла більш ніж у 4 рази, що свідчить про збільшення попиту серед населення на цей вид карток. Проте на ринку банківських послуг їх все ще функціонує набагато менше, ніж звичайних карток.

Наявність такої ситуації обумовлюється тим, що виготовлення платіжної картки з NFC-чипом є дорожчим, ніж виготовлення звичайної картки. Іншим фактором також є те, що значна частина карток, які емітують банки, призначена для виплати населенню заробітних плат, стипендій, пенсій та інших щомісячних виплат, а тому оснащення їх додатково вважається недоцільним. Проте населення, яке має у своїй власності лише банківські картки звичайного типу, все ж таки може оплачувати свої покупки безконтактно, але вже з використанням інших засобів платежу.

Сьогодні в Україні функціонують три системи безконтактних розрахунків, а саме “Google Pay”, “Apple Pay” та “Garmin Pay”, до яких наша країна не так давно приєдналась. Окрім цього, на основі технології NFC впроваджені гаманці для безконтактних розрахунків від деяких українських банків. Використання усіх цих систем стає можливим за допомогою смартфона, розумного годинника чи іншого пристрою, який підтримує технологію NFC.

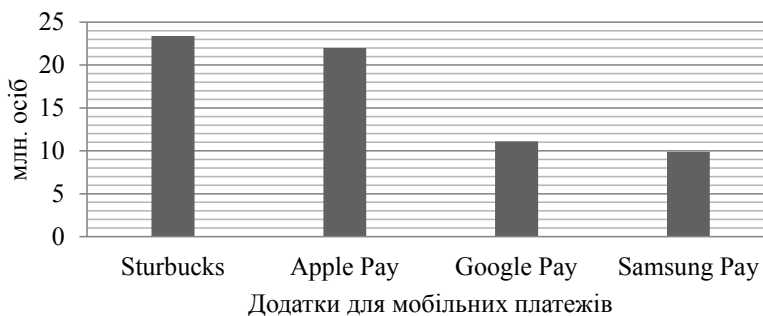


Рис. 2. Співвідношення найпопулярніших додатків для мобільних платежів у США станом на 2018 рік, млн. ос.
Джерело: на основі даних статистичного порталу Statista [8]

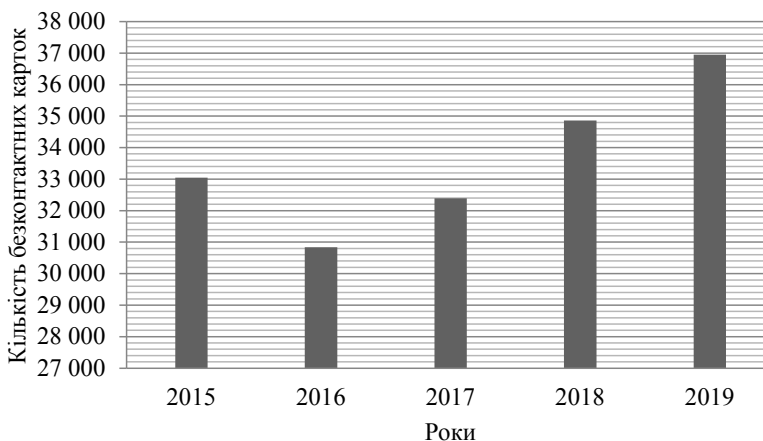


Рис. 3. Динаміка безконтактних банківських карток в Україні за 2015–2018 роки
Джерело: на основі даних Національного банку України [10]

“Google Pay” (раніше “Android Pay”) прийшов в Україну в листопаді 2017 року. Україна стала 15 країною у світі, яка підключила цю платіжну систему, випередивши багато європейських країн. Сьогодні система доступна у 30 країнах.

“Apple Pay” розпочала своє функціонування в Україні трохи пізніше, а саме в травні 2018 року, і в підключенні платіжної системи Україна так само випередила більшість країн – членів ЄС. Система доступна вже у 57 країнах, а найближчим часом планується приєднання до “Apple Pay” Білорусі та Азербайджана.

“Garmin Pay” став доступним в Україні в липні 2018 року і передбачає безконтактну оплату за допомогою годинників “Garmin”.

За останній рік кількість NFC-оплат в Україні зросла у 35 разів. Завдяки таким сталим та динамічним темпам росту Україна увійшла до четвірки країн із найвищим рівнем зростання темпів проникнення послуги безконтактних оплат в національну платіжну інфраструктуру [8].

Варто наголосити на тому, що фінансовий ринок відкривається для нових споживачів, а саме мілленіалів, які будуть орієнтовані на онлайн-світ і дистанційне обслуговування. Відповідно, під впливом якісно нового попиту фінансова система змушена буде переглянути свою діяльність задля задоволення нових потреб.

Через зміни, які несуть у собі фінтех-стартапи, найближчим часом рентабельність у деяких сферах банківських послуг може значно знизитися. У цих умовах банкам доведеться реструктурувати свою діяльність. Українські банки намагаються впроваджувати новітні технології, спрямовані на цифрову трансформацію, однак про комплексну програму перебудови всіх банківських процесів йдеться не завжди.

Оптимальний розвиток фінансового сектору – це об'єднання зусиль регулятора з учасниками ринку, щоби спільно сприяти розвитку фінансового ринку. Таке порозуміння важливо конвертувати не в суперництво, а в розроблення спільних кроків, спрямованих на розвиток інфраструктури для безконтактних платежів. Це дасть змогу залучити на ринок іноземних інвесторів, які бачать перспективи в українському фінансовому секторі, але ще не готові активно інвестувати з огляду на недостатню розвиненість інфраструктури та неврегульованість окремих законодавчих питань у галузі.

Заходами, яких варто вжити для подальшого ефективного розвитку технології безконтактних платежів в Україні, є:

– підвищення фінансової обізнаності населення шляхом популяризації у соціальних мережах переваг безконтактних платежів;

– забезпечення розвитку платіжної інфраструктури (через пільги та преференції) безконтактних платежів;

– стимулювання безконтактних платежів шляхом введення обмежень на розрахунки готівкою, запровадження нових функціональних можливостей для здійснення безконтактних розрахунків;

Висновки. Використання безконтактних платежів є більш безпечним та зручним способом оплати. Окрім того, оскільки готівка є головним інструментом обслуговування тіньового обігу в економіці, кожні наступні зменшення лімітів розрахунків готівковими коштами сприятимуть очищенню та повній легітимізації економічного життя України. Обмеження обсягу готівкових розрахунків зменшує затрати праці й коштів, пов'язані з використанням готівки (карбування, друкування, інкасація, перевезення, зберігання, сортування). Крім того, застосування безконтактних платежів максимально пришвидшує оплату придбаних товарів чи послуг і погашення боргів, що поліпшує ділові стосунки між усіма суб'єктами господарювання.

Системи безконтактних розрахунків зараз активно розвиваються, а їх використання має значні перспективи як в усьому світі загалом, так і в Україні зокрема. Тенденції збільшення кількості банківських карток зі вбудованим NFC-чіпом, як і зростання інтересу учасників ринку до безконтактної технології, надали Україні переваги перед країнами Східної Європи, що дало можливість досить швидко впровадити системи “Google Pay” та “Apple Pay”, а також використати їх для ефективного розвитку українського фінансового сектору.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бублик Є.О. Ринок платіжних карток в Україні: перспективи та обмеження розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2016. № 3. С. 51–65.
2. Євдокімова М.О. Ринок платіжних карток в Україні, його розвиток. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 15(1). С. 106–110.
3. Морозова Г.С. Ринок платіжних карток в Україні: сучасний стан, проблеми і перспективи використання. *Наукові праці Південного філіалу Національного університету біоресурсів і природокористування України «Кримський агротехнологічний університет»*. *Економічні науки*. 2013. Вип. 158. С. 187–195.
4. Rochemont S. A Cashless Society in 2018. 2019. URL: <https://www.actuaries.org.uk/system/files/field/document/A%20Cashless%20Society%20in%202018%20v7%20-%20disc.pdf> (дата звернення: 17.12.2019).
5. Fabris N. Cashless Society – The Future of Money or a Utopia? *Journal of Central Banking Theory and Practice*. 2019. P. 53–66.
6. Choudhary A. On Way Towards a Cashless Economy, Challenges and Opportunities. *Trans Stellar*. 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/323341330_On_Way_Towards_a_Cashless_Economy_Challenges_and_Opportunities (дата звернення: 17.12.2019).
7. 2018 secure element shipments: Eurosmart confirms its forecasts and a continued strength for worldwide secure element market. *Eurosmart*. 2019. URL: <https://www.eurosmart.com/2018-secure-element-shipments-eurosmart-confirms-its-forecasts-and-a-continued-strength-for-worldwide-secure-element-market> (дата звернення: 17.12.2019).
8. Платформа бізнес-даних Statista : статистичний портал. URL: www.statista.com (дата звернення: 17.12.2019).
9. Will 2019 Be the Year for Contactless Payments? *Bluefin*. 2019. URL: <https://www.eurosmart.com/2018-secure-element-shipments-eurosmart-confirms-its-forecasts-and-a-continued-strength-for-worldwide-secure-element-market> (дата звернення: 17.12.2019).
10. Статистика Національного банку України щодо ринку платіжних карток. 2019. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=79219 (дата звернення: 17.12.2019).

REFERENCES:

1. Bublik Je.O. Rynok platizhnykh kartok v Ukraini: perspektyvy ta obmezhenja rozvytku [Payment Card Market in Ukraine: Prospects and Limitations on Development]. *Ekonomika i prohnozuvannja* [Economics and forecasting]. 2016, no. 3, pp. 51–65.
2. Jevdokimova M.O. Rynok platizhnykh kartok v Ukraini, jogho rozvytok [Payment card market in Ukraine, its development]. *Naukovyj visnyk Uzhghorodskjogho nacionaljnogho univertsytetu* [Scientific Bulletin of Uzhgorod National University]. Serija: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove goshpodarstvo [Series: International Economic Relations and the World Economy]. 2017, no. 15(1), pp. 106–110.
3. Morozova Gh.S. Rynok platizhnykh kartok v Ukraini: suchasnyj stan, problemy i perspektyvy vykorystannja [Payment Card Market in Ukraine: Current Status, Problems and Prospects for Use]. *Naukovi praci Pivdennogho filialu Nacionaljnogho univertsytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannja Ukra-*

- jiny "Krymskyj aghrotekhnologhichnyj universytet" [Scientific works of the Southern branch of the National University of Bioresources and Nature Management of Ukraine "Crimean Agrotechnological University"]. *Ekonomichni nauky [Economic sciences]*. 2013, no. 158, pp. 187–195.
4. Rochemont S. A Cashless Society in 2018. 2019. URL: <https://www.actuaries.org.uk/system/files/field/document/A%20Cashless%20Society%20in%202018%20v7%20-%20disc.pdf> (assessed: 17.12.2019).
 5. Fabris N. Cashless Society – The Future of Money or a Utopia? *Journal of Central Banking Theory and Practice*. 2019. S. 53–66.
 6. Choudhary A. On Way Towards a Cashless Economy, Challenges and Opportunities. *Trans Stellar*. 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/323341330_On_Way_Towards_a_Cashless_Economy_Challenges_and_Opportunities (assessed: 17.12.2019).
 7. 2018 secure element shipments: Eurosmart confirms its forecasts and a continued strength for worldwide secure element market. Eurosmart. 2019. URL: <https://www.eurosmart.com/2018-secure-element-shipments-eurosmart-confirms-its-forecasts-and-a-continued-strength-for-worldwide-secure-element-market> (assessed: 17.12.2019).
 8. Statistical portal "Business Data Platform Statista". URL: www.statista.com (assessed: 17.12.2019).
 9. Will 2019 Be the Year for Contactless Payments? Bluefin. 2019. URL: <https://www.eurosmart.com/2018-secure-element-shipments-eurosmart-confirms-its-forecasts-and-a-continued-strength-for-worldwide-secure-element-market> (assessed: 17.12.2019).
 10. Statystyka Nacionalnogo banku Ukrainy shhodo rynku platizhnykh kartok [Statistics of the National Bank of Ukraine on the market of payment cards]. 2019. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=79219 (assessed: 17.12.2019).

СЕКЦІЯ 8 БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.221

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-65>**Агамас П.Й.**

*кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародних фінансів, обліку та оподаткування
Університету імені Альфреда Нобеля*

Таус К.С.

*магістрант
Університету імені Альфреда Нобеля*

Atamas Petro

*PhD in Economics, professor
professor Department of International Finance, Accounting and Taxation
Alfred Nobel University*

Taus Karina

*Master student Department
of International Finance, Accounting and Taxation
Alfred Nobel University*

УДОСКОНАЛЮЄМО ОБЛІК ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

IMPROVING COMPANY LABOR ACCOUNTING

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена висвітленню проблем обліку праці та її оплати на підприємствах у сучасних умовах. Досліджено сутність оплати праці, основні нормативні документи, що регулюють питання ведення обліку оплати праці. Зазначено основні форми оплати праці та розкрито їхні особливості. Розкрито порядок ведення обліку оплати праці на підприємствах. Удосконалено методичні підходи щодо ведення обліку оплати праці – запропоновано деталізацію розрахунків з оплати праці залежно від економічного змісту нарахунків. З метою отримання управлінської інформації про витрати підприємства на оплату праці запропоновано впровадити форму «Управлінський звіт про прибутки та збитки», в якій виділити з рядків «Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)», «Адміністративні витрати», «Витрати на збут» окремі рядки «У тому числі на оплату праці». Це дасть змогу деталізувати у процесі аналізу питому вагу і динаміку витрат на заробітну плату у розрізі видів діяльності.

Ключові слова: оплата праці, заробітна плата, облік, аналіз, тарифна система.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена рассмотрению проблем учета труда и его оплаты на предприятиях в современных условиях. Исследована сущность оплаты труда, основные нормативные документы, регулирующие вопросы ведения учета оплаты труда. Указаны основные формы оплаты труда и раскрыты их особенности. Рассмотрен порядок ведения учета оплаты труда на предприятиях. Усовершенствованы методические подходы к ведению учета оплаты труда – предложена детализация расчетов по оплате труда в зависимости от экономического содержания начислений. С целью получения управленческой информации о затратах предприятия на оплату труда предложено внедрить форму «Управленческий отчет о прибылях и убытках», в которой выделить из строк «Себестоимость реализованной продукции (товаров, работ, услуг)», «Административные расходы» и «Расходы на сбыт» отдельные строки «В

том числе на оплату труда». Это позволит детализировать в процессе анализа удельный вес и динамику затрат на заработную плату в разрезе видов деятельности.

Ключевые слова: оплата труда, заработная плата, учет, анализ, тарифная система.

ANNOTATION

The question of organization of labor, its payment and the level of remuneration in the total enterprise expenses is quite relevant for all enterprises. In order to solve problems related to salary, it is important to have a proper organization of accounting, analysis and audit of labor costs, its remuneration and the status of payments to employees. The article covers the essence of remuneration and the main normative documents that regulate the issues of wage accounting. The forms of remuneration are indicated and the features of their application are shown. The procedure of keeping payroll accounting at enterprises is revealed, methodological approaches to keeping payroll costs and payments with employees are improved, and details of payroll calculations depending on the economic content of accruals are proposed. Particular attention is paid to the creation and adoption of internal normative documents (orders, regulations, rules, working and job descriptions of accounting employees, etc.), which regulate the issues of organization of remuneration and keeping records of labor costs and payments with employees at the enterprise. The question arises about the need for a clear division of the functional responsibilities of accounting between separate structural units of the enterprise (production shops, labor and pay department, administrative services, etc.). Proposed additions to the accounting policies of the company, it is recommended to specify in detail what types of charges are related to production costs and which types must be paid for the profits of the company or other sources of income. In order to improve the payroll accounting system, it is proposed to introduce into the synthetic account 66 «Payments to employees» a second-order subaccount system, which would reflect the payments with employees for certain types of payments: basic pay, dismissal payments, deposits, deposits in kind (where permitted),

etc. In order to obtain prompt managerial information on the costs of the enterprise on the wage, it is proposed to introduce a special form of internal economic reporting, in which separate indicators with information on the wage costs are distinguished.

Key words: pay, wages, accounting, analysis, tariff system.

Постановка проблеми. У зв'язку з переходом до ринкових відносин в економіці з'являються нові процеси, які викликають об'єктивну необхідність реформи оплати праці. Ця реформа повинна бути спрямована на формування ефективної системи матеріального стимулювання працівників, основними принципами якої має бути винагорода за розміром еквівалента особистого трудового внеску працівників і надання підприємствам різних форм власності максимальної самостійності у питаннях оплати праці.

Формування політики оплати праці, соціальна підтримка та захист робітників належать безпосередньо до функцій підприємства, яке самостійно визначає форми, системи та розмір оплати праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методичні і прикладні питання багатопланової проблеми обліку праці та її оплати завжди були предметом наукових досліджень, зокрема, таких відомих українських учених-економістів, як: Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, Г.М. Давидов, М.Ф. Огійчук, В.Я. Плаксієнко, В.П. Суйц, Б.В. Усач, В.А. Хмельницький та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте низка теоретичних, методичних, організаційних, практичних, нормативно-правових та інших аспектів обліку і контролю праці та її оплати в сучасних умовах розвитку національної економіки, формування соціально орієнтованого ринку праці в контексті стандартизації і гармонізації їх із міжнародними вимогами названими авторами висвітлені не досить.

Актуальність, теоретична і практична значущість дослідження вказаних проблем, а також необхідність пошуку шляхів удосконалення обліку й аудиту оплати праці в умовах формування соціально орієнтованої ринкової економіки визначили вибір теми цього дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз організації і порядку ведення обліку оплати праці на підприємстві та визначення основних напрямів його удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема оплати праці є ключовою у вітчизняній економіці, успішне вирішення якої зможе вплинути на підвищення ефективності виробництва та підвищення добробуту громадян. Згідно із Законом України «Про оплату праці» заробітна плата – «це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійних і ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства» [3].

Відповідно до пп. 14.1.48 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України, «заробітна плата – це основна та додаткова заробітна плата, інші заохочувальні та компенсаційні виплати, які виплачуються (надаються) платнику податку у зв'язку з відносинами трудового найму згідно із законом» [6].

Основними нормативними документами, які регулюють облік оплати праці на підприємствах, є: Кодекс України про працю; Податковий кодекс України; Закон «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»; Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку та інші нормативно-правові акти.

З метою бухгалтерського обліку на підприємствах розробляються внутрішні нормативні документи (накази керівництва, положення, правила, робочі та посадові інструкції окремим працівникам), які регулюють питання організації оплати праці на підприємстві та ведення обліку витрат праці і розрахунків із працівниками.

Важливим аспектом облікової політики в частині оплати праці є застосування систем та форм оплати праці на підприємстві, адже правильна їх організація дає змогу достовірно оцінити затрати праці та підвищити її продуктивність. Зауважимо, що в досліджених документах знаходять відображення питання щодо операцій, пов'язаних із оплатою праці: термін виплати заробітної плати; встановлення норм добових на відрядження та термінів подачі звіту про використання коштів, наданих на відрядження або під звіт; відповідальність за ведення, ввзберігання та видачу трудової книжки і виконавчого листа; нарахування заробітної плати відповідно до умов колективного договору; нарахування доплати до основної заробітної плати; процес документування розрахунків за заробітною платою тощо.

Основними формами оплати праці на підприємствах є відрядна і погодинна та відповідні їм облікові показники. Залежно від способу розрахунку заробітної плати розрізняють види відрядної форми оплати праці (табл. 1).

Під час використання погодинної форми заробітної плати встановлюється взаємозв'язок між розміром заробітної плати та кількістю відпрацьованого часу. Як справедливо зазначає М.Я. Костенко, вона може бути використана під час нарахування заробітної плати адміністративному та обслуговуючому персоналу [5]. Залежно від терміну, за який нараховується заробіток, погодинна оплата поділяється на власне погодинну, позмінну (поденну) і помісячну. Погодинна оплата праці включає просту погодинну і погодинно-преміальну системи нарахування заробітної плати. Помісячна оплата визначається у вигляді стабільних місячних окладів (ставок оплати).

На підприємствах часто застосовують оплату праці за трудовими угодами, що укладаються між підприємством і працівником для виконання конкретної роботи на договірних засадах. У нових умовах господарювання широко використовується також оплата праці за контрактом.

Таблиця 1

Види відрядної форми оплати праці

Назва	Зміст
Пряма відрядна	Розмір заробітної плати залежить від кількості та якості виконаної роботи чи виробленої продукції. Застосовується в галузях, де можна визначити обсяг виконаної роботи чи виробленої продукції окремим працівником.
Непряма відрядна	Величина заробітної плати допоміжного персоналу визначається за результатами праці основних робітників з урахуванням виконання норм виробітку (норм часу) основними робітниками та їх чисельності.
Відрядно-преміальна	Загальний зарібок робітника складається із заробітної плати, нарахованої за фактично виконану роботу чи вироблену продукцію за прямими (необмеженими) відрядними розцінками, і премій за виконання та перевиконання установлених планових (нормативних) кількісних і якісних показників.
Відрядно-прогресивна	Заробітна плата робітникам нараховується за обсяг виконаної роботи чи виробленої продукції в межах планової норми (базис) виробітку за основними незмінними відрядними розцінками, а за обсяг роботи чи продукції, виконаної (виробленої) понад вихідну планову норму (базис) виробітку, – за підвищеними чи прогресивно зростаючими прямими відрядними розцінками.

Виходячи з наведених нормативних вимог, основними завданнями, які має виконувати облік операцій з оплати праці, є:

1) точне і своєчасне відображення даних про обсяг отриманої продукції і наданих послуг, а також нарахування заробітної плати відповідно до кількості та якості затраченої праці;

2) правильне нарахування оплати праці кожному працівнику;

3) достовірний розподіл оплати праці по об'єктах обліку;

4) точне і своєчасне проведення розрахунків з оплати праці з працівниками підприємства;

5) своєчасне й об'єктивне інформування керівництва підприємства про стан розрахунків з оплати праці;

6) своєчасне складання та подання бухгалтерської та статистичної звітності з питань організації та оплати праці.

Облік розрахунків з оплати праці здійснюється на основі типових форм, які затверджені наказом Міністерства статистики України «Про затвердження типових форм первинного обліку по розрахунках з робітниками і службовцями по заробітній платі» № 144 від 22.05.1996 та наказом Державного комітету статистики України «Про затвердження типових форм первинної облікової документації зі статистики праці» № 489 від 05.12.2008 р., прийнятих на виконання заходів щодо реалізації державної програми переходу України на міжнародну систему обліку і статистики.

Синтетичний облік розрахунків з оплати праці підприємства здійснюють на пасивному рахунку 66 «Розрахунки з оплати праці» за відповідним відповідним субрахунками. Так, за кредиторським субрахунком 661 «Розрахунки за заробітною платою» відображаються суми нарахованої основної і додаткової заробітної плати, відпускних, премій тощо, а за дебетом – утримання із заробітної плати (податок із доходів фізичних осіб, військовий збір, утримання за виконавчими листами та інші), суми виплаченої або депонованої заробітної плати.

Аналітичний облік розрахунків із робітниками і службовцями з оплати праці ведеться за

кожним працівником із застосуванням особових рахунків (карток), які містять інформацію про нараховані суми, утримання, виплати. Ця інформація використовується для наступних розрахунків середньої заробітної плати (під час оплати відпусток, нарахувань допомоги з тимчасової непрацездатності тощо), видачі довідок.

Аналітичний облік депонованої заробітної плати ведеться за кожною незатребуваною сумою безпосередньо в реєстрі обліку депонованої заробітної плати. Виплата такої заробітної плати оформляється видатковим касовим ордером.

Вважаємо, що процес організації бухгалтерського обліку операцій з оплати праці повинен бути спрямований на мотивацію до зростання продуктивності праці, використання встановленого робочого часу та повне висвітлення загальної чисельності працівників з метою підвищення ефективності оподаткування. Для цього кожне підприємство повинно чітко розподілити функціональні обов'язки облікового забезпечення між структурними підрозділами (виробничими цехами, майстернями, відділом праці та її оплати, адміністративними службами тощо). Удосконалення організації бухгалтерського обліку операцій з оплати праці на підприємстві повинно також виходити з оптимізації тарифного регулювання оплати праці.

Оскільки витрати на оплату праці розглядаються в системі всіх витрат підприємства, то для ПП «НВФ «ДИСПЕКС» є важливими питання розкриття інформації про витрати на оплату праці в обліковій політиці та управлінській звітності. На наш погляд, в обліковій політиці підприємства слід детально передбачити, які види нарахувань відносяться на витрати підприємства, а також види виплат, премій, які будуть сплачені за рахунок прибутку підприємства або інших джерел надходження коштів (грантів, бюджетного фінансування тощо).

З метою удосконалення бухгалтерського обліку оплати праці в ПП «НВФ «ДИСПЕКС» пропонуємо до синтетичного рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» ввести систему субрахунків другого порядку, які б відображали

Таблиця 2

Рекомендована аналітична структурарухунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам»

Субрахунок	Назва
661	Розрахунки за заробітною платою
6611	Розрахунки за основною заробітною платою
6612	Розрахунки за виплатами при звільненні
6613	Розрахунки за виплатами після закінчення трудової діяльності
6614	Розрахунки за виплатами відпускних
662	Розрахунки з депонентами
663	Розрахунки за іншими виплатами
664	Розрахунки за виплатами заробітної плати в натуральній формі

розрахунки з усіма категоріями працівників підприємства за окремими видами виплат. Доцільно виокремити такі субрахунки (табл. 2).

Вважаємо, що впровадження нових субрахунків є доречним, адже це дасть змогу підприємству деталізувати аналітичний облік, надасть більш конкретну інформацію про розрахунки за виплатами працівникам для прийняття управлінських рішень, дасть змогу посилити контроль за використанням фонду оплати праці.

Одним із недоліків організації обліку у практичній діяльності підприємств є відсутність оперативної управлінської звітності щодо фактичних витрат з оплати праці. Наявна статистична звітність, яку подають у відповідні державні органи, не розкриває всієї необхідної інформації для керівництва підприємства. З метою отримання оперативної управлінської інформації про витрати підприємства на оплату праці пропонуємо розробити і впровадити форму оперативної внутрішньогосподарської звітності «Управлінський звіт про прибутки та збитки», у якій виділити з рядків «Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)», «Адміністративні витрати» і «Витрати на збут» окремі рядки «У тому числі на оплату праці». Це дасть змогу аналізувати питому вагу і динаміку витрат заробітної плати у розрізі видів діяльності.

Окрім того, у ПП «НВФ «ДИСПЕКС» необхідно розробити і впровадити систему системного внутрішнього контролю витрат праці та її оплати. Основним напрямом удосконалення обліку і контролю операцій з оплати праці повинно стати посилення контролю за правильним використанням фонду заробітної плати на основі впровадження принципів нормативного обліку витрат на оплату праці. Впровадження нормативного обліку дає змогу фіксувати всі випадки виплат за порушення умов праці і формувати зведену інформацію про розміри, причини і винуватців негативних відхилень від норм для аналізу і своєчасного вжиття заходів з їх мінімізації та повної ліквідації.

Висновки. У сучасних умовах облік заробітної плати займає одне із центральних місць у всій системі обліку на підприємстві. З метою удосконалення аналітичного обліку операцій з оплати праці запропоновано деталізацію розрахунків з оплати праці залежно від економічного змісту окремих виплат. З метою отримання опе-

ративної управлінської інформації про витрати підприємства на оплату праці пропонуємо впровадити форму «Управлінський звіт про прибутки та збитки». У цій формі виділити з рядків «Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)», «Адміністративні витрати», «Витрати на збут» окремі рядки «У тому числі на оплату праці», що дасть змогу аналізувати питому вагу і динаміку витрат на заробітну плату в розрізі видів діяльності.

Вважаємо, що впровадження наведених вище пропозицій сприятиме підвищенню продуктивності праці і вдосконаленню обліку та контролю стану розрахунків з персоналом з оплати праці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник Ф.Ф. Бутинець та ін.; за ред. Ф.Ф. Бутиця. Житомир : ПП «Рута», 2000. 608 с.
2. Волошко М.А. Сутність оплати праці як економічної категорії. *Бізнес навігатор*. 2010. № 1. С. 3–4.
3. Каткова Н.В., Маслова К.В. Особливості обліку оплати праці в сучасних умовах та шляхи його удосконалення. *Економіка та суспільство*. 2017. № 8. С. 762–767
4. Костенко М.Я. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства : Навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 400 с.
5. Плахтій Т., Калашник В. Удосконалення моделі аналітичного обліку розрахунків за виплатами працівникам. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 1(2). С. 239–247.
6. Податковий Кодекс України від 02 грудня 2010 р. №2756-VI. URL: http://nibu.factor.ua/ukr/info/NKU_rozd/NKU_rozd4 (дата звернення: 14.10.2019).
7. Покатаєва О., Кошулинська Г. Шляхи удосконалення системи оплати праці на підприємстві. *Держава та регіони. Науково-виробничий журнал. Серія : Економіка та підприємництво*. 2010. № 3. С. 139–141.
8. Про оплату праці : Закон України від 24 березня 1995 р. № 108/95-ВР / Верховна Рада України. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z950108.html (дата звернення: 14.10.2019).

REFERENCES:

1. Butinets F.F. (ed.) (2000) *Bukhhalters'kyu finansovyy oblik* [Accounting financial accounting]. Zhytomyr: PP "Ruta". (in Ukrainian)

2. Voloshko M.A. (2010) Sutnist oplati praci yak ekonomichnoi kategorii [The essence of remuneration as an economic category]. *Business navigamor*, no. 1, pp. 3–4.
3. Katkova N.V., Maslova K.V. (2017) Osoblyvosti obliku oplaty pratsi v suchasnykh umovakh ta shlyayiy yoho udoskonalennya [Special features of the area of payment of rights in the current minds of that country]. *Economy and suspension*, no. 8, pp. 762–767.
4. Kostenko M.Ya. (2005) *Ekonomichnyy analiz i diahnozyka stanu suchasnoho pidpryyemstva* [Economic analysis and diagnostics]. Kiev: Center for Basic Literature.
5. Plakhtiy T., Kalashnik V. (2013) Udokonalennya modeli analitychnoho obliku rozrakhunkiv za vyplatamy pratsivnykam [Improving the model of analytical accounting of payments for employees]. *Zbirnik naukovykh prats Tavriyskogo sov-ereign agrotechnological university (economical science)*, no. 1(2), pp. 239–247.
6. Tax Code of Ukraine (2010) № 2756-VI (2010, December 02). *Verhovna Rada Ukraini*. Available at: http://nibu.factor.ua/ukr/info/NKU_rozd/NKU_rozd4 (accessed 14 October 2019).
7. Pokataeva O., Koshulinszka G. (2010) Shlyakhy vdoskonalennya systemy oplaty pratsi na pidpryyemstvi [Ways to improve the system of remuneration at the enterprise]. *Derzhava ta rehiony. Naukovo-vyrobnychyy zhurnal*, no. 3, pp. 139–141.
8. Law of Ukraine on the payment of rights (1995) № 108/95-BP (1995, March 24). *Verhovna Rada Ukraini*. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z950108.html (accessed 14 October 2019).

УДК 657:330.131.7

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-66>**Безверхня Ю.В.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного***Bezverkhnia Yuliia***Candidate of Economic Sciences,
Associate professor of Accounting and Taxation Department,
Dmytro Motornyi Tauria state agrotechnological University*

АКТУАЛЬНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

RELEVANCE OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN MODERN ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуті ключові поняття та тенденції розвитку управлінського обліку у сучасних умовах господарювання. Проаналізовані проблеми побудови єдиного облікового інформаційного простору підприємства. Досліджено забезпечення інформаційної підтримки користувачів у процесі ухвалення управлінських рішень. Визначена ефективність використання комунікаційної системи управлінського обліку під час створення інтегрованої автоматизованої системи стратегічного планування та бухгалтерського обліку. Обґрунтована побудова системи управлінського обліку, яка забезпечує високий рівень ефективності виробництва та його конкурентоспроможності. Встановлено, що для розвитку економічного потенціалу підприємства необхідний управлінський облік за центрами відповідальності та стратегічне управління витратами.

Ключові слова: управлінський облік, інформація, підприємство, управління, витрати, центри відповідальності.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены ключевые понятия и тенденции развития управленческого учета в современных условиях хозяйствования. Проанализированы проблемы построения единого учетного информационного пространства предприятия. Исследовано обеспечение информационной поддержки пользователей в процессе принятия управленческих решений. Определена эффективность использования коммуникационной системы управленческого учета при создании интегрированной автоматизированной системы планирования и бухгалтерского учета. Обосновано построение системы управленческого учета, которая обеспечивает высокий уровень эффективности производства и его конкурентоспособности. Установлено, что для развития экономического потенциала предприятия необходим управленческий учет по центрам ответственности и стратегическое управление затратами.

Ключевые слова: управленческий учет, информация, предприятие, управление, затраты, центры ответственности.

ANNOTATION

This study is devoted to the problem of relevance of the management accounting system in modern Ukrainian enterprises. In the modern economy, the principles of the relationship between management accounting and strategic goals of the enterprise require clarification and theoretical understanding. Practice shows that competent and scientifically based construction of the management accounting system provides a high level of production efficiency and competitiveness. The article deals with the key concepts and trends in the development of management accounting in modern economic conditions. Management accounting, as a rela-

tively self-existing set of elements and links between them, should function and be regulated on the basis of internal and General regulatory framework. The problems of building a single accounting information space of the enterprise are analyzed. Any enterprise should decide for itself the question of the degree of openness of information; risks associated with openness; take measures to improve the reliability of reporting data; think about how users will perceive the information provided; ensure effective exchange of information between its units. The provision of information support to users in the process of managerial decision-making is investigated. The concept of accounting information space assumes creation of conditions for providing with accounting data of all users in constantly changing economic situation. Efficiency of use of communication system of management accounting at creation of the integrated automated system of planning and accounting is defined. The author substantiates the construction of a management accounting system that provides a high level of production efficiency and competitiveness. Enterprise management functions can be divided into two main blocks: which provide efficiency and which provide reliability. It is established that for the development of the economic potential of the enterprise, management accounting for responsibility centers and strategic cost management is necessary. It is concluded that the objectives of the strategy of formation and development of the economic mechanism of management fully coincide with the priority goals of modern enterprise development and are designed to ensure their implementation by building an adequate system of management accounting, including management of responsibility centers and strategic cost management.

Key words: management accounting, information, enterprise, management, expenses, responsibility centers.

Постановка проблеми. У сучасній економіці принципи взаємозв'язку управлінського обліку та стратегічних цілей підприємства вимагають свого уточнення та теоретичного осмислення. Ринок зумовлює необхідність економічного відновлення механізму господарювання, а підприємство, реалізуючи свою мету, змінює навколишнє ринкове середовище, що визначає необхідність їхнього дослідження у взаємозв'язку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню забезпечення управлінського апарату підприємства обліковою інформацією приділяли увагу багато провідних вітчизняних науковців. Сучасну методологічну базу вітчизняного управлінського обліку створили такі вчені,

як П.Й. Атамас, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, Г.Г. Кірейцев, В.Б. Моссаковський, М.Ф. Огійчук, В.Я. Плаксієнко, В.П. Ярмоленко тощо. Серед іноземних учених, які досліджували стратегічне управління витратами та управління за центрами відповідальності, слід відмітити праці Ш. Андерсона, Г. Деккера, Дж. Шенка.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питання забезпечення управлінського апарату підприємства обліковою інформацією є дуже актуальними, але єдиної думки про роль управлінського обліку у системі управління сучасним підприємством досі немає.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування необхідності управлінського обліку та основних принципів побудови його системи на сучасному підприємстві для забезпечення функціонування економічного механізму господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розподіл взаємодії внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства визначає необхідність вивчення адаптаційного механізму, оцінки сили їхньої взаємодії. Оскільки реалізація цілей підприємства веде до змін економічного механізму господарювання в ринкових умовах, на наш погляд, оцінка результатів діяльності підприємств повинна передбачати визначення тенденцій і перспектив розвитку як господарюючого суб'єкта загалом, так і окремих підрозділів, насамперед у формуванні витрат і фінансових результатів. Практика свідчить, що грамотна та науково обґрунтована побудова системи управлінського обліку забезпечує високий рівень ефективності виробництва та його конкурентоспроможності.

Проблема побудови єдиного облікового інформаційного простору стосується кожного підприємства та його керівництва, змушує серйозніше підходити до організації системи інформації підприємства, вимагає розроблення концепції інформації, що відповідає стратегії підприємства. Будь-яке підприємство повинне вирішити для себе питання про ступінь відкритості інформації; про ризики, що пов'язані з відкритістю; вжити заходів для підвищення вірогідності даних звітності; задуматися, як буде сприйматися користувачами надана інформація; забезпечити ефективний обмін інформацією між своїми підрозділами.

На нашу думку, керівництво вітчизняних підприємств повинне переглянути свій погляд на значення обліку та побачити в ньому інструмент, за допомогою якого можна підвищити добробут підприємства. Дуже важливо не залишити своє підприємство за межами єдиного інформаційного простору.

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку суспільства інформаційне забезпечення прийняття правильних рішень і поліпшення результатів діяльності підприємств не досягло належного рівня, не відповідає у повному об-

сязі вимогам сучасної ринкової економіки, що проявляється у відсутності відповідного рівня відкритості, доступності та вірогідності інформації; своєчасності її надходження; задоволення потреб користувачів тощо.

У цей час глобалізація економіки, науково-технічний прогрес у засобах зв'язку, бурхливий розвиток міжнародних відносин створили необхідні передумови для побудови єдиного інформаційного простору на рівні окремих країн у світовому масштабі [1, с. 469].

Обліковий інформаційний простір покликаний забезпечити інформаційну підтримку користувачам у процесі ухвалення рішення; підвищити ефективність управління підприємством, державного управління соціально-економічним розвитком суспільства; створити умови для ефективного функціонування ринкових механізмів.

Концепція облікового інформаційного простору припускає створення умов для забезпечення обліковими даними всіх користувачів у постійно мінливій економічній ситуації. Користувачами облікової інформації виступають будь-які суб'єкти, що звертаються до неї [2, с. 343].

Згідно із законодавством внутрішньогосподарський (управлінський) облік – це система збору, обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством [3].

К.В. Король визначає управлінський облік як систему підготовки й обробки інформації для забезпечення системи управління у процесі планування, управління, контролю й оцінки діяльності підприємства [4, с. 164].

З іншого боку, управлінський облік – це система управління прибутком підприємства через управління витратами. Для підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах впровадження управлінського обліку є об'єктивною необхідністю.

Система управлінського обліку, яку можна адаптувати до умов конкретного підприємства, повинна бути вибрана або розроблена, виходячи із цілей і можливостей управління. З одного боку, вона повинна фіксувати виконання завдань, поставлених на всіх етапах планування, а з іншого – акумулювати дані для прийняття рішень, створення прогнозів і моделей розвитку.

Сутність управлінського обліку полягає в інтегруванні системи обліку доходів і витрат, нормування, планування, контролю й аналізу інформації для оперативних управлінських рішень і моделювання обліку витрат і доходів на підприємствах із різною організаційною структурою, з урахуванням впливу зовнішніх факторів, які постійно змінюються [5, с. 50].

Необхідно зазначити, що управлінський облік як відносно самостійно існуюча сукупність елементів і зв'язків між ними повинен функціонувати і регулюватися на підставі певної нормативної бази. Як правило, на вищому рівні підприємства затверджується Положення про систему управлінського обліку. У його склад вхо-

дять такі складові елементи, як: положення про фінансову структуру підприємства, положення про систему планування і контролю, принципи облікової політики і регламент взаємодії підрозділів у системі управлінського обліку.

Для оцінки економічної ефективності впровадження інформаційної системи застосовуються якісні та кількісні критерії [6, с. 225].

Якісні критерії фіксують «зовнішній» ефект упровадження – збільшення загальної інвестиційної привабливості підприємства за рахунок того, що система забезпечує прозорість «наскрізного» обліку на підприємстві для оцінки ризиків власників, інвесторів і зовнішніх користувачів звітності, а також можливість здійснення оперативного комп'ютерного аудиту та моніторингу.

Ефективність використання комунікаційної системи управлінського обліку значно збільшиться у разі створення інтегрованої автоматизованої системи планування і бухгалтерського обліку, що використає фактичні дані для контролю виконання планових показників. Така система дає змогу погодити процеси планування і бухгалтерського обліку, прискорити процедуру формування планів, підвищити оперативність прийняття управлінських рішень, формувати єдину нормативно-довідкову базу для складання планів, проводити їх оперативне коригування [7].

Отже, управлінський облік є складовою частиною процесу управління і забезпечує інформацію, важливу для стратегічного планування майбутніх операцій організації, контролювання її поточної діяльності, оптимізації використання ресурсів, оцінки ефективності діяльності та зниження суб'єктивності у процесі прийняття рішень.

Система управління сучасним підприємством припускає організацію управлінського обліку за структурними підрозділами та функціональними підсистемами підприємства. Водночас основним завданням є розроблення методичних рекомендацій зі створення і реалізації концепції системи управління, яка б забезпечувала ефективність і надійність діяльності сучасного підприємства на кожному етапі його життєвого циклу.

Функції управління підприємством можна розділити на два основних блоки: які забезпечують ефективність і які забезпечують надійність.

У міру ускладнення зовнішнього середовища підприємства зростають і вимоги до розроблення адекватних способів рішення проблем. Диференційована оцінка взаємодії внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства визначає необхідність побудови системи управління змінами. Тобто передбачається побудова нового економічного простору на основі системи управлінського обліку витрат і результатів [8, с. 62].

Оцінка результатів передбачає визначення тенденцій і перспектив кожного підрозділу підприємства у формуванні витрат і фінансових результатів. Обмін інформацією та звітністю різних структурних підрозділів конкретизує

завдання кожного підрозділу на майбутній бюджетний період, визначає умови, в яких буде діяти керівник підрозділу, вимоги до нього су-міжних виробничих підрозділів.

Наявність системи контролю стратегічного планування і прогнозування передбачає необхідність організації служби контролінгу, що, безумовно, уточнює функції управління. Основним завданням служби контролінгу прийнято вважати управління витратами та результатами [9, с. 18].

Відзначимо в цьому зв'язку, що принципове значення має питання про вибір організаційної форми цієї служби. Необхідно визначити переваги і недоліки створення служби контролінгу як самостійного підрозділу або у вигляді групи планово-економічного відділу.

Стратегічний аналіз витрат за центрами відповідальності передбачає можливість застосування до різних підрозділів підприємства принципів системи економічного цілепокладання, що найбільш ефективно і надійно сприяє здійсненню фінансово-господарської діяльності. Реалізація економічного потенціалу підприємства стає можливою у разі організації управлінського обліку за центрами відповідальності, що дає змогу кількісно зіставляти й оцінювати внесок різних підрозділів в управління витратами і результатами [10, с. 205].

У реалізації оперативних завдань управління витратами підприємства повноваження керівників окремих центрів відповідальності розрізняються. Для ефективної роботи підприємства доцільно організувати такі структури, як центр витрат, відповідальний за вироблення ефективних управлінських рішень; центр нормативних витрат, покликаний забезпечити досягнення планового рівня витрат, у тому числі під час організації постачання. Окремо варто сказати про центр доходів, до сфери компетенції якого належить і служба збуту. Хоча центр доходів і не має повноважень щодо зміни рівня своїх витрат понад установлений ліміт, його сприятливий ефект на добробут підприємства складається із двох складників: перевищення обсягу продажів і зниження кошторису контрольованих витрат. Центр прибутку відрізняється від попередніх тим, що має право управляти витратами й результатами реалізації з метою максимізації прибутку від операцій. У роботі центру інвестицій важливим показником є віддача на інвестований капітал. Повної самостійності у сфері інвестицій в окремих структур підприємства не буває практично ніколи, тому можна говорити про те, що центри інвестицій у досить широких повноваженнях мають право визначати політику у сфері капітальних і довгострокових фінансових вкладень.

У реальній практиці підприємств є підрозділи, які сполучають у собі ознаки двох або декількох класичних центрів відповідальності. Тому дуже важливо створювати центри стратегічного управління витратами.

Висновки з цього дослідження. Таким чином, можна стверджувати, що мета стратегії формування та розвитку економічного механізму господарювання повністю збігається з пріоритетними цілями розвитку сучасного підприємства та покликана забезпечити їхню реалізацію шляхом побудови адекватної системи управлінського обліку, що включатиме управління за центрами відповідальності та стратегічне управління витратами. Отже, нині це питання дуже актуальне та потребує подальшого глибокого дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Клімушин П.С. Інтеграція інформаційного простору України у світові інформаційну спільноту. *Теорія та практика державного управління*. 2010. 2(29). С. 468–477.
2. Ілляшенко К.В. Інформаційна активність підприємства та відображення її у звітності. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 12(186). С. 341–348.
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 05.12.2019).
4. Король К.В. Визначення сутності управлінського і виробничого обліку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2015. 1(45). Т. 2. С. 161–166.
5. Костякова А.А. Управлінський облік як джерело інформаційного забезпечення системи управління. *Молодий вчений*. 2017. 1(43). С. 49–54.
6. Мельниченко С.В. Оцінка ефективності застосування інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств. *Економічні науки: Науковий Вісник*. 2009. II(34). С. 223–232.
7. Юрєва Л.В. Анализ категорий расходы, затраты и себестоимость в системе стоимостного измерения. *Региональная экономика и управление*. 2007. № 1(09). URL: <http://region.mcnip.ru/modules.php> (дата звернення: 05.12.2019).
8. Голуб Н.О. Облік і контроль у системі стратегічного планування. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)* 2013. № 2(22). С. 59–65.

9. Прокопець Л.В. Контролінг як інструмент управління підприємством. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 39–2. С. 17–20.
10. Shannon W. Anderson and Henri C. Dekker. Strategic Cost Management in Supply Chains, Part 1: Structural Cost Management. *Accounting Horizons*: June 2009, Vol. 23, No. 2, pp. 201–220.

REFERENCES:

1. Klimushyn P.S. (2010) Intehratsiia informatsiinoho prostoru Ukrainy u svitovi informatsiinu spilnotu. *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia*, 2(29), pp. 468–477.
2. Illiashenko K.V. (2016) Informatsiina aktyvnist pidpriemstva ta vidobrazhennia yii u zvitnosti. *Aktualni problemy ekonomiky*, № 12(186), pp. 341–348.
3. Zakon Ukrainy «Pro bukhgalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini» vid 16.07.1999 r. № 996-XIV. Available at: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (accessed 5 December 2019).
4. Korol K.V. (2015) Vyznachennia sutnosti upravlinskoho i vyrobnychoho obliku. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriiia «Ekonomika»*, no. 1(45). T. 2, pp. 161–166.
5. Kostyakova A.A. (2017) Upravliynskiy oblik yak dzherelo informatsiinoho zabezpechennia systemy upravlinnia. *Molodyi vchenyi*, no. 1(43), pp. 49–54.
6. Melnychenko S.V. (2009) Otsinka efektyvnosti zastosuvannia informatsiinykh tekhnolohii u diialnosti turystychnykh pidpriemstv. *Ekonomichni nauky: Naukovyi Visnyk*, no. II(34), pp. 223–232.
7. Yuryeva L.V. (2007) Analiz kategoriy rashkody. zatraty i sebestoimost v sisteme stoimostnogo izmereniya. *Regionalnaya ekonomika i upravleniye*, no. 1(09). Available at: <http://region.mcnip.ru/modules.php> (accessed 5 December 2019).
8. Holub N.O. (2013) Oblik i kontrol u systemi stratehichnoho planuvannia. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, no. 2(22), pp. 59–65.
9. Prokopets L.V. (2019) Kontrolinh yak instrument upravlinnia pidpriemstvom. *Prychornomorski ekonomichni studii*, no. 39–2, pp. 17–20.
10. Shannon W. Anderson and Henri C. Dekker (2009) Strategic Cost Management in Supply Chains, Part 1: Structural Cost Management. *Accounting Horizons*. Vol. 23, No. 2, pp. 201–220.

УДК 658.5

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-67>**Беренда Н.І.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту
Національного університету харчових технологій***Авеліна К.О.***студентка
Національного університету харчових технологій***Berenda Nadiya***Candidate of Sciences (Economics),
Associate Professor of Faculty of Accounting and Taxation
National University of Food Technologies***Avielina Karyna***Student,
National University of Food Technologies,
Faculty of Accounting and Taxation*

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

INFORMATION PROVIDING INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

У статті вивчені суб'єкти забезпечення інноваційної діяльності, які утворюють і використовують інформаційну основу для формування рішень, здійснення аналізу, наступного обліку інновацій; описано інформаційний фундамент аналізу інноваційної діяльності та охарактеризовано головні питання інформаційного забезпечення підприємств. Сучасні науковці оцінюють теперішній стан інноваційної діяльності в Україні як кризовий і як такий, що не відповідає сучасному рівню розвитку інноваційних процесів у країнах, для яких інноваційний розвиток є ключовим вектором економічної стратегії. Проблема відставання національної економіки від економік розвинутих держав світу за рівнем технологічного розвитку та інноваційною активністю була визнана урядом [3]. Створення привабливого інвестиційно-інноваційного клімату та розвиток інфраструктури інноваційної діяльності вимагає розроблення відповідних сучасним умовам методологічних та організаційно-методичних інструментів збору та обробки інформації, якісно нових методів її аналізу та оцінки інноваційних процесів. Виконання цих умов може забезпечити система аналізу інноваційної діяльності підприємства. Впровадження інновацій на підприємстві дає змогу оперативно реагувати на запити ринку і підтримувати цим самим рентабельність, фінансову стійкість і конкурентоспроможність.

Ключові слова: інновація, підприємство, інноваційна діяльність підприємства, дослідження інноваційної діяльності підприємства, інформаційне забезпечення інноваційної діяльності, статистика інновацій.

АННОТАЦІЯ

В статье изучены субъекты обеспечения инновационной деятельности предприятия, которые образуют и используют информационную основу для формулировки соответствующих решений, осуществления анализа, следующего учета инноваций; описан информационный фундамент анализа инновационной деятельности и охарактеризованы главные вопросы информационного обеспечения на предприятиях. Современные ученые оценивают нынешнее состояние инновационной деятельности в Украине как кризисное и несоответствующее уровню развития инновационных процессов в странах, для которых инновационное развитие является ключевым вектором экономической стратегии. Проблема отставания национальной экономики от экономик развитых государств мира по уровню технологического развития и инновационной активности была признана правительством [3]. Создание привлекательного инвестиционно-инно-

вационного климата и развитие инфраструктуры инновационной деятельности требует разработки соответствующих современным условиям методологических и организационно-методических инструментов сбора и обработки информации, качественно новых методов ее анализа и оценки инновационных процессов. Выполнение этих условий может обеспечить система анализа инновационной деятельности предприятия. Внедрение инноваций на предприятии позволяет оперативно реагировать на запросы рынка и поддерживать тем самым рентабельность, финансовую устойчивость и конкурентоспособность.

Ключевые слова: инновация, предприятие, инновационная деятельность предприятия, исследование инновационной деятельности предприятия, информационное обеспечение инновационной деятельности, статистика инноваций.

ANNOTATION

The newest technologies will be able to create favourable conditions for cooperation between different elements of the value chain of food production – from the manufacturer to the ultimate consumer, with the aim of introducing such a system for the creation, distribution and consumption of food products on the world market that on the one hand could minimize unused waste on this market, thus reducing the negative impact on the environment, and on the other hand, would create opportunities for solving global problems of hunger and promote sustainable development. In this article, the subjects of providing innovation activities, which form and use the information basis for the formulation of decisions, the analysis, the subsequent accounting of innovations, are studied. The information basis of the analysis of innovation activity is described. The main issues of information support of enterprises are described. The article considers the existing fiscal instruments stimulating innovative activity in Ukraine, evaluated their efficiency and effectiveness in the context of development of innovative model of development of economy of Ukraine, the directions of legislative changes regarding improvements. The main issues of information support of enterprises are described. Information support is information provided to the consumer in the process of satisfying his information needs; information that is appropriately selected, systematized and decorated. In addition, when storing data, it is necessary to maintain such capabilities as the orientation and historicity of the data, the invariability over time, and multiple storage. In order to analyze the state, problems and prospects of the enterprise's innovation activity, it is necessary to consider comprehensive information contained in the financial statements, state statistics, internal documents of the

enterprise, the Internet and others. In the management of the enterprise use different software products, which can be divided into three groups: spreadsheets in Microsoft Excel, corporate management systems, special custom development. The presented information support of the enterprise is insufficient for carrying out a comprehensive qualitative analysis of innovative activity of Ukrainian enterprises. It only partially and indirectly creates an opportunity to assess the prerequisites and consequences of enterprise innovation activity.

Key words: innovation, enterprise, innovative activity of the enterprise, research of innovation activity of the enterprise, informational support of innovation activity, statistics of innovations.

Постановка проблеми. Сучасні ринкові перетворення, характерні для актуального етапу розвитку української економіки, приводять до посилення значення і місця інновацій. При цьому їх ефективне втілення значною мірою підпорядковане інформаційній базі інноваційної діяльності підприємств. Крім того, розвиток глобалізації визначає нові вимоги до підприємств, за яких постійні конкурентні переваги можливі завдяки створенню підприємствами інновацій різного типу, саме тому виникає актуальна необхідність розвитку інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань аналізу інноваційної діяльності підприємств, інформаційного забезпечення управління підприємством та інформаційних технологій присвячені праці таких науковців, як О.С. Іванілов, Н.О. Куцай, О.С. Тетелов, Л.І. Федулова та ін.

Аналіз проведених наукових досліджень економістів говорить про те, що певні аспекти інформаційного забезпечення підприємства залишаються у полі дискусій і потребують більш детальних досліджень. Крім того, в опублікованих роботах не визначено однозначного підходу до тлумачення економічного значення інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства, виокремлення його елементів тощо.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття, полягає в узагальненні та критичному аналізі наукових джерел інформації для здійснення аналізу інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства та розроблення шляхів удосконалення їх використання.

Виклад основного матеріалу. Дослідження інноваційної діяльності передбачає логічне аналітичне вивчення наявного стану, проблем та розвитку можливості здійснення інноваційної діяльності підприємством, а також є інструментом для втілення управлінських рішень, необхідних для розвитку ефективності діяльності підприємства, посилення інноваційної активності, стійкого утворення інноваційного потенціалу, застосування можливостей інноваційного стану та інноваційної поведінки підприємства.

Варто зазначити, що суб'єктами цього аналізу можуть виступати менеджери, інвестори, власники та акціонери, працівники підприємства, органи державної влади та громада, які застосовують інформацію згідно з поставленими цілями. Наприклад, керівникам і менеджерам підприєм-

ства потрібна інформація стосовно ефективності інноваційної діяльності, її основних показників, можливостей інноваційного потенціалу підприємства для розроблення управлінських рішень, майбутнього розвитку ефективності інноваційної діяльності та стабільного функціонування підприємства загалом, при цьому інвестори здебільшого цікавляться даними стосовно інноваційного потенціалу підприємства, економічної привабливості конкретних інноваційних проектів, а також можливими ризиками, пов'язаними з ними.

У загальному сприйнятті інформаційне забезпечення можна тлумачити як комплекс структурованих баз даних, наведених у формі нормативної бази, здійснених рішень, інформації, що виступають фундаментом для утворення рішень. Іншими словами, інформаційне забезпечення створює можливість здійснити аналіз цієї інформації і матеріалізувати її у знання через систематизацію та структурування.

Іншими словами, інформаційне забезпечення є відомостями, що надаються споживачеві у процесі задоволення його інформаційних потреб; інформацією, що відповідно відібрана, систематизована й оформлена. Інформаційним забезпеченням вважають також інформацію, що міститься у базах даних інформаційних систем і необхідна для управління економічними процесами.

Крім того, інформаційне забезпечення також розглядається як інформація (ресурс), засоби й методи для організації функціонування інформаційної системи, зокрема, це стосується процесів циркуляції у ній інформаційних потоків щодо забезпечення інформацією структурних компонентів економічного суб'єкта. Інформаційне забезпечення розглядають як одну зі складових частин автоматизованих інформаційних систем поряд із технічним, програмним, лінгвістичним та іншими видами забезпечення. У цьому контексті інформаційне забезпечення є інформацією, яка заноситься у систему, іноді її джерелом постачання або процедурам, котрі пов'язані з передмашинною обробкою і введенням інформації, а частіше – інформаційними запитами, що здійснюються до системи [6].

Інноваційний критерій може визначити напрям побудови економіки, забезпечуючи її структурне перетворення для реалізації можливих переваг у створенні конкурентоспроможності підприємства, проте водночас вимагає формування інноваційного мислення на всіх рівнях економічної діяльності підприємства – від макро- до мікрорівня.

Крім того, для аналізу стану, проблем і перспектив інноваційної діяльності підприємства варто розглядати всебічну інформацію, яка міститься у фінансовій звітності, даних державної статистики, внутрішніх документах підприємства, мережі Інтернет та ін.

Необхідно зазначити, що для здійснення державного контролю службою статистики України кожного року проектується Загальний табель форм державних статистичних спостережень, відповідно до якого підприємство, що знаходиться у Єдиному державному реєстрі, повинно скласти звіт результатів власної діяльності.

При цьому форми державного статичного спостереження можна розділити на загальнотематичні, котрі дають змогу здійснити аналіз напрямів та основних параметрів операційної діяльності, складу і чисельності персоналу, стану основних засобів і нематеріальних активів, проаналізувати результати ефективності фінансово-господарської діяльності, загального фінансового стану тощо, та спеціалізовані форми, безпосередньо призначені для систематизації інформації стосовно безпосередньо інноваційної діяльності підприємства [2].

Спеціалізовані форми, спрямовані на дослідження саме інноваційної діяльності підприємств, мають суттєві особливості та відмінності від інших форм державних спостережень: містять як кількісні, так і якісні показники – відповіді на стандартизовані запитання (що зумовлює особливості процедури їх кількісної обробки та представлення аналітичних результатів); мають різний період звітування (що ускладнює проведення динамічного аналізу), складаються різними суб'єктами звітування (що унеможливує отримання повної інформації) [1].

Проте більшість цих форм звітності становить лише вибірковий перелік підприємств, що визначений органами державної статистики. Це значно ускладнює здійснення дослідження інноваційної діяльності підприємств, котрі не увійшли у цей перелік. Вивчення інноваційної діяльності у цьому разі повинно використовувати лише загальнотематичні форми фінансово-статистичної звітності. Вони не надають прямої інформації, необхідної для вивчення інноваційної діяльності, але дають можливість опосередковано дослідити ресурси та потенціал для її втілення, а також досягнуті результати (на основі прирістних та порівняльних оцінок).

Загальні макроредумови для проведення інноваційної діяльності, стан розвитку державної та регіональної інноваційної інфраструктури, стан державної підтримки реалізації інноваційних проєктів можливо проаналізувати завдяки інформації, що розміщена на теренах мережі Інтернет.

Зокрема, стан інноваційної діяльності України можливо дослідити на основі інформації з офіційного сайту Державної служби статистики у розділі «Наука, технології та інновації», а також у статистичних збірниках Державної служби статистики «Наукова та інноваційна діяльність в Україні» та доповідях щодо цієї тематики. Дослідження стану інноваційної діяльності на міжнародному рівні можливе на основі систематизованої інформації міжнародних статистичних організацій (Міжнародного інституту статистики (ISI), Статистичного відомства Європейського Співтовариства (EUROSTAT), Міжнародної асоціації статистичних розрахунків (IASI) тощо) [5].

Крім того, є міжнародна система оцінюючих показників, до яких належать: Глобальний інноваційний індекс (складений Всесвітньою організацією інтелектуальної власності, Корнелльським університетом та міжнародною бізнес-школою Insead); Глобальний індекс інновацій (GII); Єв-

ропейський інноваційний індекс (EIUS); Індекс глобальної конкурентоспроможності (GCI); Індекс розвитку людського потенціалу (UNDP) тощо. Вторинною ж інформацією можуть слугувати наукові статті та посібники, проте достовірність даних необхідно порівнювати з першоджерелом [4].

На рис. 1 наведені загальні критерії інноваційної діяльності підприємства. Використання цих показників дає можливість здійснювати контроль і стимулювати окремі підрозділи.

Варто зазначити, що зміст, цілі та терміни виконання інноваційних проєктів, стратегії інноваційного розвитку, ефективність упровадження нових або суттєво поліпшених товарів та послуг, зміст інноваційних процесів, активність використання інноваційної інфраструктури, методи управління інноваційною діяльністю, стан інноваційної культури та інша подібна інформація міститься лише у внутрішньоорганізаційних документах підприємства і може бути отримана за допомогою спеціально проведених обстежень власників та фахівців підприємства.

У процесі здійснення інноваційної діяльності та проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт необхідно орієнтуватися на світові досягнення, тобто виникає потреба в організації інформаційного забезпечення і в цьому напрямі. Глобалізація сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт потребує виділення в окремий напрям інформаційного забезпечення організацію доступу до міжнародних інформаційних потоків.

Своєчасність і регулярність отримання інформації проявляється у систематичному надходженні її до споживача у чітко визначені терміни. Підготовленість до застосування, тобто ступінь обробки (структурування), та форма подання інформації може бути різною та пов'язана із самим процесом її надання та отримання, а не зі змістовими якостями, а також може визначатися, наприклад, можливостями та потребами обох сторін інформаційних відносин.

В економічному й організаційному розумінні інноваційний процес може поділятися на окремі етапи, стадії, які відрізняються цільовим призначенням, специфікою управління, фінансуванням та кінцевим результатом діяльності. Запропонований приклад інноваційного процесу наведений на рис. 2.

Дослідне виробництво може мати різні організаційні форми – завод, цех, дослідна станція, дослідно-експериментальне виробництво, майстерня тощо.

Необхідно зазначити, що одним із найважливіших елементів інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства є технічні засоби та програмне забезпечення ефективного управління підприємством.

Під технічними засобами розуміють комп'ютери, пристрої введення та виведення даних (друкувальні пристрої, сканери, плотери, монітори), пристрої довгострокового зберігання даних, мережне устаткування та канали зв'язку. Введення і виведення даних можливі в межах



Рис. 1. Контрольовані критерії оцінки інноваційної діяльності підприємства

таких систем, як глобальні мережі; корпоративні та локальні комп'ютерні мережі; системи передачі паперових документів.

Крім того, під час збереження даних необхідно підтримувати такі їхні можливості, як орієнтація та історичність даних, незмінність у часі, багаторівневе збереження. За складом та функціональними можливостями технічні засоби можна згрупувати в три групи:

Технічні засоби збирання і реєстрації даних, накопичення, обробки, передавання, відображення, виведення та розмноження даних.

Засоби комп'ютерної техніки будь-яких моделей.

Засоби організаційної техніки [5].

Сукупність програм системи обробки даних і програмних документів (інструкцій), необхідних для експлуатації цих програм, як правило, розглядають як програмне забезпечення. До програмного забезпечення входять:

– системні програмні продукти – для забезпечення діяльності комп'ютерних систем (тестові, діагностичні та антивірусні програми, операційні системи);

– спеціальні програмні продукти – сукупність програм, які розроблені під час створення конкретної інформаційної системи;

– прикладні програмні засоби забезпечення управлінською діяльністю;

– системи підготовки текстових документів, системи обробки фінансово-економічних даних, системи управління базами даних, системи підготовки презентацій, експертні системи та системи підтримки прийняття рішень, а також інші системи;

– технічна документація, що містить опис завдань, завдання на алгоритмізацію, економіко-математичну модель завдання, контрольні приклади [4].

В управлінні діяльністю підприємства використовуються різні програмні продукти, які можна поділити на три групи [3]: електронні таблиці в Microsoft Excel, корпоративні системи управління, спеціальні розробки на замовлення.

Електронні таблиці є незамінними для малого бізнесу. Вони також можуть бути необхідними і на середніх підприємствах, які тільки починають створювати свою систему управління. Проте

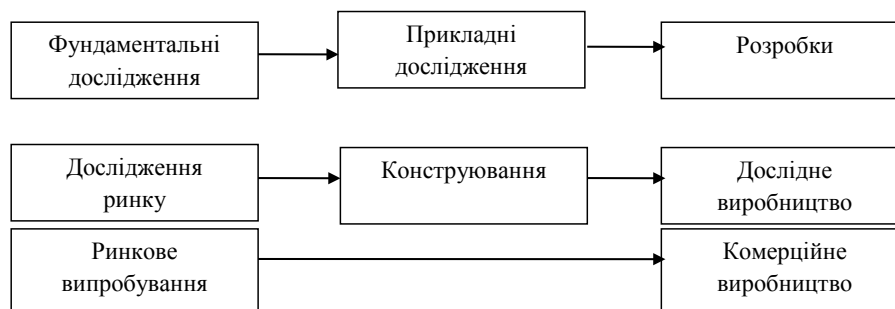


Рис. 2. Інноваційний процес

під час порівняння з іншими спеціальними програмними продуктами мають певні недоліки:

Адміністрування і підтримка програмних засобів (слабка можливість розподілу й управління правами доступу користувачів).

Відсутність вбудованих засобів підтримки часового періоду, мультивалютності.

Якість даних (відсутність вбудованого механізму контролю версій і перехресних посилань).

Можливості аналізу (не передбачається багатомірного представлення даних, недостатня гнучкість під час побудов звітів).

Для підприємств, що вирішують завдання управління запасами і виробництвом, застосовуються системи класу ERP. До таких систем відносять такі відомі продукти, як SAP/R3, Oracle E-Business Suite, Baan IV, Microsoft Business Solutions-Ахapta та інші. Основним недоліком ERP-систем вважається їхня значна вартість, яка не дає змоги ширше їх використовувати [6].

Варто зазначити, що замовлені розробки можуть бути виконані або зовнішніми програмістами, або персоналом підприємства. Замовлена система дає змогу врахувати всі особливості конкретного підприємства, але при цьому підприємство отримує набір проблем, пов'язаних із власною розробкою: значні витрати часу і грошей; великий ризик неефективності, оскільки такі розробки, як правило, поступаються за якістю готовим рішенням; під час розроблення зовнішніми програмістами підтримка буде пов'язана з постійними значними витратами; під час створення фахівцями власної служби автоматизації виникає залежність підприємства від невеликої групи своїх співробітників.

Для підвищення рівня інформаційного забезпечення інноваційної діяльності необхідно:

– чітко визначити характер інформаційних потоків, необхідних для формування інноваційного потенціалу підприємства;

– з'ясувати джерела надходження зовнішньої інформації;

– розробити організаційний механізм взаємодії зовнішніх і внутрішніх інформаційних потоків;

– організувати розподіл зовнішнього вхідного інформаційного потоку відповідно до етапів формування інноваційного потенціалу підприємства.

Через активізацію інноваційного процесу, який потребує значних обсягів інформації і знань у продукції підприємств, зростає частка інформаційного складника, що вимагає високого рівня інформаційного забезпечення.

Висновки. Таким чином, представлене інформаційне забезпечення підприємства є недостатнім для проведення всебічного якісного аналізу інноваційної діяльності українських підприємств. Воно лише частково та опосередковано створює можливість для оцінки передумов і наслідків інноваційної активності підприємств.

Крім того, втілення в практику промислових підприємств запропонованих методичних підходів з питань формування інформаційного забезпечення підприємства буде сприяти поліпшенню ефективності інноваційної діяльності.

Представлені шляхи щодо поліпшення інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства можуть бути фундаментом розвитку досліджень у даному напрямі, так як розуміння наявних джерел і способів здобуття інформації буде сприяти науково-економічному пошуку в аспекті методичного забезпечення обробки існуючої інформації, а також формування відповідних аналітичних висновків.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на вдосконалення оцінки інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єжакова Н.В. Методичні підходи до управлінського обліку та аналізу ефективності інноваційної діяльності й інноваційної активності підприємств, 2011. № 1. С. 135–139.
2. Іванілов О.С. Методичний підхід щодо комплексного аналізу інноваційної діяльності підприємства, 2013. Вип. 1(2). С. 76–82 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2013_1\(2\)_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2013_1(2)_13) (дата звернення: 02.12.2019).
3. Куцай Н. Сутність, предмет і завдання інноваційного аналізу підприємства. *Економіст*, 2013. № 12. С. 70–72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2013_12_24 (дата звернення: 05.12.2019).
4. Ілляшенко С.М. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія. Суми: Університетська книга, 2008. 615 с.
5. Тетелов О.С. Моделювання маркетингових інформаційних систем. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2010. № 2. С. 59–72.
6. Федуллова Л.І. Тенденції розвитку інноваційної політики та її вплив на економічне зростання. *Економіка і прогнозування*, 2011. № 2. С. 63–82.

REFERENCES

1. Ezhakova N.V. (2011) Metodichni pidkhody do upravlinsjkoj obliku ta analizu efektyvnosti innovacijnoji dijalnosti j innovacijnoji aktyvnosti pidpryemstv [Methodical approaches to management accounting and analysis of efficiency of innovative activity and innovative activity of enterprises]. *Economy of industry*, no. 1, pp. 135–139.
2. Ivanilov O.S. (2013) Metodycznyj pidkhid shhodo kompleksnoho analizu innovacijnoji dijalnosti pidpryemstva [Methodical approach to the complex analysis of innovative activity of the enterprise]. *Economic strategy and prospects for developing trade and services*. Vol. 1(2), pp. 76–82. [Electronic resource]. Access mode: [https://nbuv.gov.ua/UJRN/srstr_2013_1\(2\)_13](https://nbuv.gov.ua/UJRN/srstr_2013_1(2)_13) (accessed 02.12.2019).
3. Kutsai N. (2013) Sutnistj, predmet i zavdannja innovacijnoho analizu pidpryemstva [Essence, subject and tasks of innovative analysis of entrepreneurship]. *Economist*, no. 12, pp. 70–72 [Electronic resource]. Access mode: https://nbuv.gov.ua/UJRN/eson_2013_12_24 (accessed 05.12.2019).
4. Ilyashenko S.M. (2008) Marketyngh innovacij i innovaciji v marketynghu [Marketing innovation and innovation in marketing: monography]. Sumy: University Book, 615 p.
5. Tetelov O.S. (2010) Modeljuvannja marketynghovykh informacijnykh system [Modeling of marketing information systems]. *Marketing and innovative management*, no 2, pp. 59–72.
6. Fedulova L.I. (2011) Tendenciji rozvytku innovacijnoji polityky ta jiji vplyv na ekonomichne zrostantnja [Trends of innovative policy development and its impact on economic growth]. *Economy and forecasting*, no 2, pp. 63–82.

УДК 657.123

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-68>**Ілляшенко К.В.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного***Illiashenko Kateryna***Candidate of Economic Sciences,
Associate professor of Accounting and Taxation Department,
Dmytro Motornyi Tavria state agrotechnological University***ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ DATA MINING У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ****THE APPLICATION OF DATA MINING METHODS IN ACCOUNTING****АНОТАЦІЯ**

У статті розглянуті основні форми інтелектуального аналізу даних та вплив сучасних інформаційних технологій на вітчизняну економіку як у загальному контексті, так і у розрізі окремих підприємств. Акцентовано на необхідності впровадження інформаційних технологій аналізу. Досліджено різні приклади пошуку інформації у великих масивах даних в умовах глобальної інформатизації. Розглянуті переваги та недоліки методів інтелектуального аналізу Data Mining. Проаналізовані етапи пошуку даних та методи, що використовуються в інтелектуальному аналізі даних. Наведено приклад застосування Data Mining для аналізу навмисних помилок у фінансовій звітності. Доведено, що технологія Data Mining дає змогу аналізувати великі обсяги складних бухгалтерських даних зі швидкістю, яка необхідна для оперативного реагування на фінансові проблеми.

Ключові слова: Data Mining, аналіз, дані, інформація, бухгалтерський облік, звітність.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные формы интеллектуального анализа данных и влияние современных информационных технологий на отечественную экономику как в общем контексте, так и в разрезе отдельных предприятий. Акцентируется на необходимости внедрения информационных технологий анализа. Исследованы различные примеры поиска информации в больших массивах данных в условиях глобальной информатизации. Рассмотрены преимущества и недостатки методов интеллектуального анализа Data Mining. Проанализированы этапы поиска данных и методы, используемые в интеллектуальном анализе данных. Приведен пример применения Data Mining для анализа преднамеренных ошибок в финансовой отчетности. Доказано, что технология Data Mining позволяет анализировать большие объемы сложных бухгалтерских данных со скоростью, необходимой для оперативного реагирования на финансовые проблемы.

Ключевые слова: Data Mining, анализ, данные, информация, бухгалтерский учет, отчетность.

ANNOTATION

Work of the enterprises is accompanied by registration of all details of current activity, documentation of all economic operations. The accumulated data form large unstructured clusters that have no useful application without special processing. Such data complicate the process of finding really necessary information. Therefore, they require special processing, the tools of which should be easy to use, and the results should be specific and understandable. One of the methods of such processing is promising, but new for most domestic enterprises, data mining. The article discusses the main forms of data mining and the impact of modern information technologies on the domestic economy, both in the general context and in the context of individual enterprises. The study focuses on the need for the introduction of in-

formation technology analysis. To analyze the information accumulated in modern databases, the methods must be effective: easy to use, have a significant level of scalability and automatism. This concept is at the heart of modern information technology data mining analysis and knowledge discovery in databases (KDD). Various examples of information search in large data sets in the conditions of global informatization are investigated. The advantages and disadvantages of data mining methods are considered. The main advantage of data mining methods is the ability to discover new knowledge that cannot be obtained by traditional methods of economic analysis. The use of data mining methods is not limited. The stages of data search and methods used in data mining are analyzed: classification, regression, clustering, association, sequential patterns, variance analysis, etc. The introduction of information technologies requires new approaches to the analysis of enterprises, which requires the expansion of their analytical activities and more effective use of modern information methods of information processing. An example of using data mining to analyze intentional errors in financial statements is given. It is proved that Data Mining technology allows analyzing large volumes of complex accounting data with the speed necessary for rapid response to financial problems.

Key words: Data Mining, analysis, data, information, accounting, reporting.

Постановка проблеми. Удосконалення технологій збору та зберігання даних у сучасному інформатизованому світі привели до того, що накопичуються величезні потоки різноманітної інформації. Робота підприємств супроводжується реєстрацією та документуванням усіх подробиць поточної діяльності. Накопичені дані утворюють неструктуровані нагромадження, які без спеціальної обробки не мають корисного застосування, більше того, ускладнюють процес пошуку дійсно потрібної інформації. Отже, такі дані потребують особливої обробки, інструменти якої мають бути прості у використанні, а результати повинні бути конкретні та зрозумілі. Одним із методів такої обробки є перспективний, але новий для більшості вітчизняних підприємств інтелектуальний аналіз даних. Все це зумовлює доцільність і актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологія Data Mining знаходиться на стику економічної та технічної науки. Засновником технології вважається американський математик, програміст Г. П'ятецький-Шапіро [1, с. 49]. Проблематикою інтелектуального аналізу даних, зо-

крема вивченням Data Mining, займалися багато вчених, серед яких можна виділити А. Барсегяна, В. Дюка, М. Купріянова, Д. Макленнена, А. Самойленка, В. Степаненка, Ч. Танга, І. Холода, І. Чубукову тощо. Серед публікацій, що використовувалися у цьому дослідженні, можна виділити роботи, пов'язані з використанням Data Mining у вітчизняній економіці, які проводили А.О. Беккауер, Р.І. Мачуга, А.А. Пилипенко, О.М. Яцько.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проблематика використання методів Data Mining на вітчизняних підприємствах досі ще мало досліджена, особливо у частині взаємозв'язку з бухгалтерським обліком.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження інформаційних методів інтелектуального аналізу даних, вчасності Data Mining, у розрізі його застосування для потреб бухгалтерського обліку на вітчизняних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформація – це головний складник прийняття управлінських рішень, без неї неможлива діяльність сучасного підприємства. Є два способи одержання інформації: документальний і експертний. У першому разі дані отримуються з безлічі інформаційних джерел, таких як документи, бази даних, інформаційні системи тощо. Експертний спосіб припускає використання та структурування знань експерта, фахівця з якоїсь галузі. Часто їх називають методами, що спрямовані на використання інтуїції та досвіду фахівців [2, с. 32].

Серед методів першої групи в економіці поширені методи математичної статистики. Ці методи вирішують великий спектр завдань, однак не дають змоги знаходити та витягати знання з масивів даних. Крім того, високі вимоги до кваліфікації кінцевих користувачів обмежують їх використання.

Серед другої групи поширені так звані експертні системи, що являють собою спеціальні комп'ютерні програми, які моделюють міркування людини. Наприклад, експертна система прийняття рішень у управлінському обліку під час планування витрат, експертна система оцінки ефективності інвестицій тощо [3, с. 194]. Висока вартість створення та впровадження експертних систем, нездатність людей виявляти складні нетривіальні залежності, часта відсутність фахівців, що здатні кваліфіковано структурувати свої знання, також заважають поширенню такого підходу [4, с. 73].

Сучасний світ наскрізь пронизаний інформаційними потоками. Особливістю сучасних вимог до обробки інформації є величезний обсяг даних і їх розмаїття, що робить неспроможними як статистичні, так і експертні підходи в багатьох практичних аспектах, у тому числі й економічних. Тому для аналізу інформації, накопиченої у сучасних базах даних, методи повинні бути ефективними: простими у використанні, мати значний рівень масштабованості й автоматизму. Ця концепція полягає в основі двох сучасних інформаційних технологій

аналізу: Data Mining і Knowledge Discovery in Databases (KDD) [5, с. 184].

Технологія Data Mining – «видобуток» даних. Це метод виявлення в «сирих» даних раніше невідомих, нетривіальних, практично корисних і доступних для інтерпретації знань, необхідних для прийняття рішень у різних сферах людської діяльності [6, с. 161]. Тобто інформація, знайдена у процесі застосування методів Data Mining, повинна бути нетривіальною та раніше не відомою. Знання повинні описувати нові зв'язки між властивостями, прогнозувати значення одних ознак на основі інших.

Зауважимо, що сфера застосування Data Mining нічим не обмежена. Найбільше цей метод підходить комерційним підприємствам, що розпочинають проекти на основі інформаційних сховищ даних (Data Warehousing). Досвід таких підприємств показує, що віддача від використання методу може досягати десятків разів. Підприємства за допомогою подібних інформаційних методів аналізу можуть одержати відчутні переваги перед конкурентами та у стратегічному плануванні тощо [7, с. 100].

Основною перевагою методів інтелектуального аналізу Data Mining є здатність виявлення нових знань, які неможливо одержати звичайними методами економічного аналізу. На наш погляд, саме Data Mining буде найбільш затребуваним на підприємствах найближчим часом.

Виявлення знань у базах даних KDD – це послідовність дій, яку необхідно виконати для побудови моделі пошуку знання. Ця послідовність не описує конкретний алгоритм або математичний апарат, не залежить від предметної галузі. Це набір атомарних операцій, комбінуючи які, можна одержати потрібний розв'язок [8, с. 132].

KDD складається з таких етапів: підготовки вхідних даних, вибору інформативних ознак, очищення даних, застосування методів Data Mining, підсумкової обробки даних, інтерпретації отриманих результатів.

Центром усього цього процесу є методи Data Mining, які дають змогу виявляти закономірності та знання [9]:

- класифікація – це віднесення об'єктів (спостережень, подій) до одного із заздалегідь відомих класів;

- регресія, у тому числі завдання прогнозування. Установлення залежності безперервних вихідних від вхідних змінних;

- кластеризація – це угруповання об'єктів (спостережень, подій) на основі даних (властивостей), що описують сутність цих об'єктів. Об'єкти усередині кластера повинні бути «схожими» один на одного і відрізнятися від об'єктів, що ввійшли в інші кластери. Чим більше схожі об'єкти усередині кластера і чим більше відмінностей між кластерами, тем точніша кластеризація;

- асоціація – виявлення закономірностей між зв'язаними подіями. Прикладом такої закономірності є правило, що вказує, що з події X випливає подія Y. Такі правила називаються асоціативними.

ми. Уперше це завдання було запропоновано для знаходження типових шаблонів покупок у супермаркетах, тому іноді її ще називають аналізом ринкового кошика (market basket analysis);

– послідовні шаблони – установлення закономірностей між зв'язаними в часі подіями, тобто виявлення залежності, що якщо відбудеться подія X, то через заданий час відбудеться подія Y;

– аналіз відхилень – виявлення найбільш нехарактерних шаблонів.

Так, технологія Data Mining дає змогу аналізувати великі обсяги складних бухгалтерських даних із необхідною для оперативного реагування на фінансові проблеми швидкістю.

Одним із прикладів використання методів Data Mining у бухгалтерському обліку є виявлення навмисного викривлення даних фінансової звітності. Спочатку створюється історичний профіль підприємства та його управлінського складу, який розраховує обсяг операцій з даними бухгалтерського обліку і звітності, їхню частоту та періодичність. Згодом ці дані структуруються з метою зручності аналізу та застосування.

Наступним етапом є кластеризація даних, яку можна проводити у період, відповідний до терміну подання звітності (місячна, квартальна), це достатній часовий проміжок для збору відомостей для аналізу.

За вибраними критеріями встановлюються випадки шахрайства, які виходять за межі погрішності більш ніж на стандартне відхилення і відбуваються на не типові суми, з більшою або меншою частотою.

Це не єдиний приклад використання Data Mining в обліку. Наприклад, цей метод використовується для потреб структуризації інформації відповідно до наявних видів обліку, що можливо шляхом визначення і правильного встановлення суб'єкта, предмета й об'єктів організації обліково-аналітичного забезпечення [10, с. 199].

Сучасні технології аналізу стають все більш зручними та точними у розрахунках і прогнозуванні. Тому ми вважаємо, що вже найближчим часом інформаційні системи та інтелектуальні методи аналізу даних будуть використовуватися на більшості вітчизняних підприємств, у тому числі під час ведення бухгалтерії.

Висновки з цього дослідження. Проблеми сучасної економіки вимагають від вітчизняних підприємств використання лише простих дешевих методів аналізу, яким вважається традиційний економічний аналіз. Але глобальне впровадження інформаційних технологій потребує нових підходів до аналізу діяльності підприємств, яким необхідно розширювати свою аналітичну діяльність та ефективніше застосовувати сучасні інформаційні методи обробки інформації. Застосування таких методів, як Data Mining, у бухгалтерському обліку може дати підприємствам змогу створити нову парадигму діяльності відповідно до сучасних вимог. Водночас науковий складник цього питання потребує подальших глибоких досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Левкович-Маслюк Л. Великие раскопки и великие вызовы. *Компьютера*. 2007. 11(679). С. 48–51.
2. Knowledge Discovery Through Data Mining: What Is Knowledge Discovery? Tandem Computers Inc. 1996. 54 p.
3. Безверхня Ю. В. Проблеми та перспективи автоматизації управлінського обліку. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2015. 1(29). С. 192–198.
4. Яцько О. М. Застосування OLAP-технологій в економічній галузі України. *Науковий вісник Чернівецького університету. Комп'ютерні системи та компоненти*. 2017. Т. 8. Вип. 2. С. 22–30.
5. Hipp J., Guntzer U., Nakaeizadeh G. Algorithms for Association Rule Mining – A General Survey and Comparison. In Proc. *ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 2000. P. 184.
6. Беккауер А. О. Використання технологій Data Mining для автоматизації бізнес-процесів на виробництві. *Системи обробки інформації*. 2016. 1(138). С. 161–164.
7. Ілляшенко К. В. Сучасні інформаційні методи аналізу даних. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2015. 12(45). Ч. 2. С. 97–102.
8. Мачуга Р.І. Методи інтелектуального аналізу наслідків прийняття управлінських рішень як основа перебудови алгоритмів обробки облікової інформації. *Галицький економічний вісник*. 2009. № 2. С. 132–139.
9. Data Mining – добыча данных. URL: <https://basegroup.ru/community/articles/data-mining> (дата звернення: 05.12.2019).
10. Пилипенко А.А., Пилипенко Д.Р. Розвиток облікової парадигми в контексті сучасних теорій менеджменту та процесів поширення інноваційних знань. *Вісник ЖДТУ*. 2010. № 3(53). С. 196–200.

REFERENCES:

1. Levkovich-Maslyuk L. (2007) Velikie raskopki i velikie vyzovy. *Kompyuterra*. no.11(679). pp. 48–51.
2. Knowledge Discovery Through Data Mining: What Is Knowledge Discovery? (1996) Tandem Computers Inc. 54 p.
3. Bezverkhnia Yu.V. (2015) Problemy ta perspektivy avtomatyzatsii upravlynskoho obliku. *Zbiryk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu*, no. 1(29), pp. 192–198.
4. Iatsko O.M. (2017) Zastosuvannia OLAP-tekhnologii v ekonomichnii haluzi Ukrainy. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. Kompiuterni systemy ta komponenty*, vol. 8, no. 2, pp. 22–30.
5. Hipp J., Guntzer U., Nakaeizadeh G. (2000) Algorithms for Association Rule Mining – A General Survey and Comparison. In Proc. *ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, p.184 .
6. Bekkauer A.O. (2016) Vykorystannia tekhnolohii Data Mining dlia avtomatyzatsii biznes-protsevis na vyrobnytstvi. *Systemy obrobky informatsii*, no. 1(138), pp. 161–164.
7. Illiashenko K.V. (2015) Suchasni informatsiini metody analizu danykh. *Ekonomichni nauky. Seriya «Oblik i finansy»*. 2015. Vol. 2, no. 12(45), pp. 97–102.
8. Machuha R.I. (2009) Metody intelektualnoho analizu naslidkiv pryiniattia upravlynskykh rishen yak osnova perebudovy alhorytmiv obrobky oblikovoi informatsii. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*, no. 2, pp. 132–139.
9. Data Mining – добыча данных. Available at: <https://basegroup.ru/community/articles/data-mining> (accessed 5 December 2019).
10. Pylypenko A.A., Pylypenko D.R. (2010) Rozvytok oblikovoi paradyhmy v konteksti suchasnykh teorii menedzhmentu ta protsevis poshyrennia innovatsiinykh znan. *Visnyk ZhDTU*, no. 3(53), pp. 196–200.

УДК 657.1.012.1

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-69>**Малахова А.В.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту
Донбаського державного педагогічного університету***Мартиненко О.В.***старший викладач кафедри обліку і аудиту
Донбаського державного педагогічного університету***Malakhova Anzhela***Candidate of Sciences (Economics),
Associate professor of accounting and auditing department
Donbass State Pedagogical University***Martynenko Olena***Senior Lecturer in Accounting and Auditing
Donbass State Pedagogical University*

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІКРОБІЗНЕСУ, ЙОГО ОБЛІКУ Й ОПОДАТКУВАННЯ

THE MAIN PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF MICRO BUSINESS, ITS ACCOUNTING AND TAXATION

АНОТАЦІЯ

Малий бізнес є суттєвою структурною частиною ринкової економіки, елементом конкурентного ринкового середовища. Без бізнесу економіка не може ні функціонувати, ні розвиватись. Завдяки мікробізнесу мобілізуються значні фінансові та виробничі ресурси населення. Саме тому питання розвитку, обліку та оподаткування малого бізнесу є завжди актуальними. У статті розглянуто сучасний стан напрямів державної підтримки малого підприємництва. Підкреслено, що передовий досвід європейських країн і США, вжиття різноманітних державних заходів підтримки приватних підприємців мають комплексний підхід. Визначено місце України у загальному рейтингу країн, окреслено нові критерії віднесення підприємців до спрощеної системи оподаткування, нові норми для ФОП, які почнуть діяти з 2020 та 2021 рр. На підставі проведеного дослідження запропоновано певні заходи, спрямовані на вдосконалення взаємодії державних органів та платників податків, доведено доцільність створення та фінансування регіональних програм підтримки мікробізнесу як з боку держави, так і з боку реалізації фінансування через громадські установи. Такі програми можуть вирішити проблеми розвитку певних галузей економіки.

Ключові слова: мікробізнес, підприємництво, податкове навантаження, оподаткування, критерії, групи платників, спрощена система, вдосконалення.

АННОТАЦИЯ

Малый бизнес является существенной структурной частью рыночной экономики, элементом конкурентной рыночной среды. Без бизнеса экономика не может ни функционировать, ни развиваться. Благодаря микробизнесу мобилизуются значительные финансовые и производственные ресурсы населения. Именно поэтому вопросы развития, учета и налогообложения малого бизнеса являются всегда актуальными. В статье рассмотрено современное состояние направлений государственной поддержки малого предпринимательства. Подчеркнуто, что передовой опыт европейских стран и США, принятие разнообразных государственных мер поддержки частных предпринимателей имеют комплексный подход. Определено место Украины в общем рейтинге стран, намечены новые критерии отнесения предпринимателей к упрощенной системе налогообложения, новые нормы для ФЛП, которые начнут действовать с 2020 и 2021 гг. На основе проведенного исследова-

ния предложены определенные меры, направленные на совершенствование взаимодействия государственных органов и налогоплательщиков, доказана целесообразность создания и финансирования региональных программ поддержки микробизнеса как со стороны государства, так и со стороны реализации финансирования через общественные учреждения. Такие программы могут решить проблемы развития определенных отраслей экономики.

Ключевые слова: микробизнес, предпринимательство, налоговая нагрузка, налогообложение, критерии, группы налогоплательщиков, упрощенная система, совершенствование.

ANNOTATION

Small business is an essential structural part of the market economy, an element of a competitive market environment. Without business, the economy can neither function nor develop. Thanks to microbusiness, significant financial and production resources of the population are mobilized. That is why the issues of development, accounting and taxation of small businesses are always relevant. The article considers the current state of the directions of state support of small business. It was emphasized that the best practices of European countries and the United States, the use of a variety of government measures to support private entrepreneurs have a comprehensive approach. The article identified Ukraine's place in the overall ranking of countries, outlined new criteria for assigning entrepreneurs to the simplified tax system, new rules for FLP, which will be effective from 2020 and 2021. Ukraine has difficulty growing the number of small businesses and increasing their share of the country's total GDP. There are also problems with financial and consulting support for entrepreneurship. We should also note the weak legislative framework. Due to tax pressures and external problems, some small business entities leave the market or go into the shadows. At the same time, the problem of social insecurity of the employees of such enterprises remains urgent, since they are deprived of social guarantees by receiving a "black salary". The state should create and implement programs that will promote entrepreneurship: creating an institutional environment to improve the conditions for lending to entrepreneurs by banking organizations; development of legal framework to reduce administrative restrictions on business activities; implementation of special programs to support competitive, export-oriented small businesses; development of small and medium-sized entrepreneurship

support institutions that help bring the idea from the stage of its development to commercial realization. On the basis of the study, certain measures were proposed to improve the interaction of state bodies and taxpayers; it was proved the feasibility of creating and financing regional programs to support micro business both from the state and from the implementation of financing through public institutions. Such programs can solve the problems of development of certain sectors of the economy.

Key words: micro business, entrepreneurship, tax burden, taxation, criteria, payer groups, simplified system, improvement.

Постановка проблеми. Сучасні проблеми розвитку малого бізнесу є об'єктом інтенсивної економічної та політичної дискусії як у трансформаційних країнах, так і в розвинутих ринкових економіках. Основним питанням є роль цього сектору у вирішенні соціальних проблем та забезпеченні економічного зростання.

Наукові напрацювання у сфері малого бізнесу досить значні, проте залишаються мало дослідженими проблеми оподаткування суб'єктів малого підприємництва за альтернативними системами, доведення доцільності їх існування як основних податкових важелів і стимулів впливу на соціально-економічне становище у країні та рівень розвитку малого підприємництва. Залишаються недостатньо розробленими як у теоретичному, так і в методично-практичному аспектах питання оцінювання ефективності діючих альтернативних систем оподаткування, визначення напрямів щодо їх удосконалення; вжиття заходів, стимулюючих розвиток сектору малого підприємництва; гармонізації суспільних інтересів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню стану та розвитку систем оподаткування малого бізнесу приділялася значна увага науковців, практиків, представників органів державної влади. Серед вітчизняних та зарубіжних науковців, які зробили важливий вклад у дослідження проблем розвитку та оподаткування малого підприємництва, можна відзначити В.Л. Андрущенко, В.В. Кіщак, В.О. Козловського, М.А. Магаса, В.В. Мареніченко, Ю.О. Ольвінську, В.О. Панченко, І.В. Причепу. Завдяки працям цих науковців сформульовано підґрунтя для подальших наукових досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз стану малого бізнесу в Україні, визначення чинників, які негативно впливають на його розвиток, виявлення шляхів подолання негативних факторів у процесі створення та розвитку системи малого та мікробізнесу в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Малий бізнес є найважливішою складовою сучасної ринкової економіки. Завдяки малому підприємству держава отримує значну частину коштів в бюджет. Саме малий бізнес багато в чому визначає темпи економічного зростання, структуру та якість ВВП. Основна роль малого бізнесу полягає у вирішенні класичних завдань. Перш за все йдеться про згладжування коливань економічної кон'юнктури, що є

можливим за застосування особливого механізму збалансування попиту й пропозиції. Крім цього, необхідно розвивати конкуренцію, яка дасть поштовх до більш раціонального застосування знань, що позначиться на поліпшенні використання матеріальних, кадрових та інших ресурсів. Важливо відзначити, що малий бізнес реалізує таке значуще явище, як формування середнього класу, зокрема, завдяки створенню робочих місць, отже, завдання є також пріоритетним для розвинених країн.

В економіці розвинених країн завдяки малим та середнім формам господарювання (більше 90% усіх підприємств) забезпечується близько 30–70% валового внутрішнього продукту (ВВП). Так, наприклад, у Великобританії малий бізнес охоплює 96% підприємств країни й виробляє 30% ВВП, в Японії 80% працездатного населення зайняті у сфері дрібних та середніх підприємств, в Італії ця частка становить 99%. Таким чином, у розвинених країнах малі та середні підприємства давно стали ключовою й невід'ємною частиною системи ринкового господарювання [1, с. 4].

В рейтингу Doing Business за сприятливістю ділового середовища Україна посіла у 2018 р. 81 місце [2], тому в умовах Євроінтеграції в економіці України виникає потреба використання принципово нових підходів до розвитку підприємництва. Подальше реформування бізнесу має ґрунтуватись на глибокому аналізі та врахуванні всіх чинників, які можуть вплинути на його ефективність.

Насиченість малого й середнього підприємництва в Україні дорівнює показникам насиченості (щільності) в зарубіжних країнах, але середній обсяг доданої вартості, випущений одним суб'єктом малого й середнього бізнесу, істотно нижче за рівнем. У малому й середньому бізнесі переважно представлені приватні підприємці та мікропідприємства (62,8% і 32,7% відповідно).

Рівень розвитку малого бізнесу в країнах Європи демонструє ту важливу роль, яку він відіграє для економіки будь-якої країни загалом. Насамперед розвинені європейські країни звертають увагу на те, що підприємство підвищує рівень інноваційного розвитку не тільки в дрібному, але й у великому бізнесі, бо воно стимулює конкуренцію й створює високі бар'єри на ринку.

В Європі давно існує налагоджена система розвитку й підтримки малого підприємництва. Перш за все в цих країнах сильно спрощені процедури відкриття малого бізнесу й сама правова база. Вони створюють спеціальні асоціації, які надають допомогу в прийнятті рішень учасникам малого бізнесу, а також залучають до його підтримки різні державні органи й міністерства.

Останнім часом у країнах Європи широко розвивається онлайн-підтримка підприємців, де будь-який з них може в короткі терміни отримати необхідну інформацію про сучасні техно-

логії, призначені для підвищення ефективності бізнесу, отримати консультацію з поточних питань і навіть знайти інвесторів для своєї справи.

Таким чином, основними тенденціями розвитку малого бізнесу в ЄС є підтримка балансу державних інтересів та інтересів малого бізнесу, впровадження програм лояльності податкової системи для власників малого бізнесу, спрощення законодавчої бази й формування взаємовигідних контактів з іншими країнами.

Малий бізнес у США має низку відмінностей. По-перше, в малому бізнесі задіяні майже 60% усього працездатного населення. По-друге, у США дохід підприємства від початкового капіталу в тисячу доларів до кількох мільйонів може збільшитися лише за кілька років. По-третє, сам по собі малий бізнес у Штатах відрізняється своїми розмірами від малого бізнесу в будь-якій країні, адже підприємства деяких галузей можуть мати до 1 500 співробітників і дохід від 6 до 20 млн. дол.

Основною причиною такого широкого розвитку підприємництва є встановлений в країні принцип підтримки малого й середнього бізнесу. Він полягає в тому, що інтереси малого бізнесу захищаються з боку уряду, а також вже майже 70 років у них існує Адміністрація у справах малого бізнесу, у якій є представництва в кожному штаті. Так, підтримка здійснюється повсюдно, а не тільки в найбільших виробничих регіонах.

Головний закон, що визначає ставлення до малого бізнесу у США, зобов'язує надавати підприємцям безмежний доступ до необхідних ресурсів для бізнесу, а також надавати їм фінансову та консультаційну допомогу. Однак найважливішим є те, що він закріплює необхідність віддавати не менше 23% всіх державних замовлень в руки малого бізнесу.

У країні налічується величезна кількість консультаційних центрів та пунктів допомоги малому бізнесу, які здійснюють його підтримку щодо впровадження інновацій, навчання персоналу, а також забезпечують належний захист власникам малого бізнесу.

Важливо відзначити, що політика США спрямована не тільки на фінансову підтримку малого бізнесу, але й на його розвиток щодо підвищення грамотності населення в питаннях ведення бізнесу. Центри консультації в регіонах дають можливість навчання підприємству, надають допомогу в складанні бізнес-планів й пошуку джерел фінансування. У разі настання стадії занепаду бізнесу кожен підприємець може отримати допомогу у вирішенні цієї проблеми, йому дадуть підтримку й допоможуть уникнути банкрутства.

Головною особливістю політичної підтримки малого бізнесу в США є програми з розвитку інноваційних проектів. Саме ця сфера має великий вплив на конкурентоспроможність національної економіки, тому підтримка винахідництва, патентування, впровадження у

виробництво новинок є головною лінією політики США сьогодні. Крім ухвалення закону про розвиток інновацій в малому бізнесі, на проведення інноваційних досліджень підприємцями виділяється певний відсоток від усього фонду на НДДКР. Ефективність цієї програми підтверджує високий відсоток патентів, виданих на співробітників малого бізнесу.

Можна зробити висновок, що Україна має складності зі зростанням числа малих підприємств і збільшенням їх частки в загальному ВВП країни. Також існують проблеми щодо фінансової та консультаційної підтримки підприємництва. Необхідно відзначити й слабку законодавчу базу.

Розгляду потребує ще такий важливий фактор, як податкова політика різних держав, бо саме оподаткування є ключовою обставиною, яка впливає на розвиток підприємництва в країні. Як правило, у більшості розвинених країн використовуються такі види оподаткування підприємств малого бізнесу, як податкові пільги з податку на прибуток; спеціальні податкові режими.

Особлива система оподаткування діє у Великобританії, де підприємства малого бізнесу мають можливість застосування прискореної амортизації, зокрема вартість інноваційного обладнання списується в перший рік його використання, що дає можливість збільшувати власні внутрішні інвестиції підприємства.

У Франції використовується податкова система, яка передбачає використання спрощеного податкового режиму декларування прибутку. Крім цього, нові підприємства звільняються від сплати податків протягом перших двох років. Особливу підтримку уряд Франції надає тим, хто планує відкрити малий бізнес в економічно відсталих районах. Для них діють спеціальні знижки, а також вони звільняються від сплати податків у соціальні фонди.

Однак, звичайно, головним пунктом підтримки малого бізнесу в будь-якій країні є зниження податку на прибуток для малих підприємств. Тоді як в Україні діє єдина ставка податку на прибуток для всіх видів організацій, а саме 18%, інші країни знижують ставку податку для підприємств малого бізнесу.

Таким чином, прийнята в більшості країн прогресивна шкала оподаткування здійснює позитивний вплив на розвиток малого бізнесу, бо дає новим підприємствам можливість на початковому етапі платити мінімальні податки. Наприклад, для підприємств малого бізнесу у Великобританії знижено ставки прибуткового податку: за стандартної ставки 35% ставка для малих підприємств становить 27%. Разом зі зниженням ставки податку на прибуток малих підприємств зменшено податок на інвестиції в нові сфери малого бізнесу, особливо ті, що пов'язані з високим ступенем ризику [3, с. 96].

У США використовуються більш низькі процентні ставки для прибуткового податку залежно від розміру оподаткованого прибутку: до

50 тис. дол. вона становить 15%; від 50 тис. дол. до 75 тис. дол. – 25%; від 75 тис. дол. до 10 млн. дол. – 34%; понад 10 млн дол. – 35% [3, с. 95]. Також власники малого бізнесу можуть купувати ліцензії на заняття певним видом діяльності, її вартість замінює всі інші податки й збори.

Таким чином, можна виділити низку таких ключових проблем, які заважають широкому розвитку підприємництва в нашій країні:

1) складна структура оподаткування (різні податки, відрахування, акцизи й збори, які складно розрахувати простому підприємцю);

2) нестабільність податкової системи;

3) відсутність ефективних механізмів підтримки малого підприємництва.

Підприємницьку діяльність в Україні можна здійснювати за загальною та спрощеною системами оподаткування. Існують певні критерії віднесення підприємця до спрощеної системи (рис. 1).

Нацбанк запропонував змінити Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні. Зокрема, визначено, що суб'єкти господарювання у разі зняття готівкових коштів із поточних рахунків задля здійснення готівкових розрахунків з фізичними особами зобов'язані надавати на запит банку підтверджувальні документи, на підставі яких здійснюються такі готівкові розрахунки, необхідні банку для вивчення клієнта з урахуванням ризик-орієнтованого підходу. ФОП для підписання електронного касового документа має право використовувати електронний підпис.

Використання електронного підпису, електронної печатки здійснюється на договірних засадах за спеціальною технологією відповідно до вимог Законів «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронні довірчі послуги».

Положення, за яким підприємство має визначити та затвердити внутрішнім документом місце та спосіб зберігання відокремленими підрозділами щоденних Z-звітів в електронній формі, формат їх зберігання, який має забезпечувати візуальний перегляд щоденних Z-звітів представниками центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну податкову й митну політику, а також відповідальну за зберігання цих чеків особу, стає чинним 11 грудня 2019 р.

19 жовтня 2019 р. опубліковані Закони № 128 [4] і № 129 [5]. Обидва починають діяти через 6 місяців після опублікування, тобто з 19 квітня 2020 р., але окремі їх норми вступають в силу пізніше. До чого готуватися підприємцям на єдиному податку?

До 30 вересня 2020 р. (включно) ФОП на єдиному податку I групи, а також II–IV груп, обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 1 млн. грн., зможуть не застосовувати РРО, крім тих, які здійснюють реалізацію технічно складних побутових товарів, які підлягають гарантійному ремонту, а також продають лікарські засоби й вироби медичного призначення.

З 1 жовтня по 31 грудня 2020 р. перелік ФОП-«єдинників», які повинні застосовувати РРО, буде складатися (незалежно від суми річного доходу) з тих, хто проводить:

– реалізацію товарів (надання послуг) через Інтернет;

– реалізацію технічно складних побутових товарів, які підлягають гарантійному ремонту;

– реалізацію лікарських засобів, виробів медичного призначення та надання платних послуг у сфері охорони здоров'я;

– реалізацію ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння та напівдорогоцінного каміння;

– роздрібну торгівлю товарами, що були у вжитку, в магазинах;

– діяльність ресторанів, кафе, ресторанів швидкого обслуговування;

– діяльність туристичних агентств, туристичних операторів;

– діяльність готелів та подібних засобів тимчасового розміщення;

– реалізацію текстилю (крім реалізації за готівкові кошти на ринках), деталей та приладдя для автотранспортних засобів.

З 1 січня 2021 р. всі ФОП на єдиному податку повинні застосовувати РРО. Щоправда, з цього правила також будуть винятки:

– якщо підприємець належить до першої групи платників єдиного податку;

– якщо підприємець проводить розрахунки з покупцями виключно в безготівковій формі (прийом платежів картами вважається розрахунковою операцією для досягнення цілей застосування Закону про РРО, отже, під цей виняток не підпадає).

Ще одним неприємним моментом є ведення товарного обліку ФОП-«єдинниками», що застосовують РРО.

Згідно зі статистичними даними [6] в Україні діють 478 716 ФОПів, які сплачують подати та збори на загальну суму 16 108 628,1 тис. грн. (табл. 1).

За аналізований період слід відзначити, що кількість ФОПів істотно скоротилася (з 1 007 720 до 478 716, тобто на 529 004), що привело до зменшення суми єдиного податку на 1 061 257,6 тис. грн. При цьому спостерігаються зростання кількості найманих осіб (на 271 474 особи), відповідно, зростання суми ПДФО та ЄСВ з найманих осіб (з 3 349 771 до 7 222 854,1 тис. грн., тобто на 3 873 083,1 тис. грн.).

Отже, через податковий тиски й зовнішні проблеми окремі суб'єкти малого підприємства залишають ринок або йдуть в «тінь». При цьому актуальною залишається проблема соціальної незахищеності працівників таких підприємств, адже, отримуючи «чорну зарплату» вони позбавляються соціальних гарантій.

Повноцінне використання можливостей МСП є не тільки економічним, але й соціальним завданням державної політики. Його вирішення сприятиме збільшенню частки інноваційної продукції та створенню нових робочих місць.

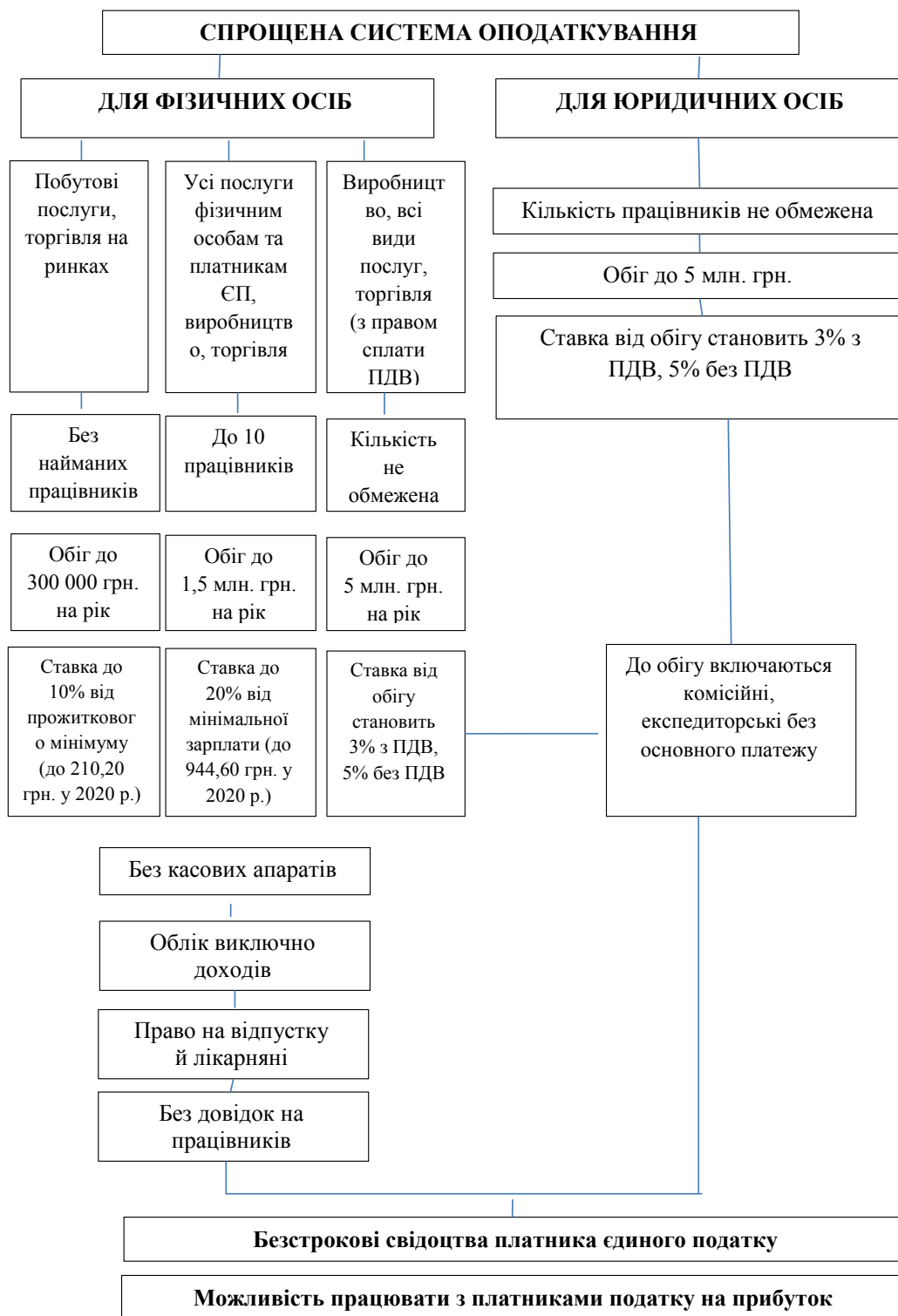


Рис. 1. Умови спрощеної системи оподаткування

Дієва система підтримки малого підприємства, а також створення нових концепцій національного розвитку в різних галузях економіки може сприяти вирішенню проблеми розвитку малого підприємства в країні.

Державною політикою у сфері розвитку малого й середнього підприємства в Україні передбачаються:

- створення сприятливих умов для розвитку малого й середнього підприємства;
- забезпечення розвитку суб’єктів малого й середнього підприємства задля формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності;
- стимулювання інвестиційної та інноваційної активності суб’єктів малого й середнього підприємства;

Таблиця 1

Інформація про ФОП – платників єдиного податку

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	I півріччя 2019 р.
1. Кількість ФОПів	1 007 720	1 155 789	1 278 473	478 716
зокрема, 1 група	142 254	205 337	216 004	–
2 група	543 030	566 419	602 166	–
3 група з ПДВ	9 252	10 681	12 089	12 182
3 група без ПДВ	313 185	373 352	448 214	466 534
2. Кількість найманих осіб	613 148	767 027	863 926	884 622
зокрема, 2 група	441 930	550 679	606 075	623 555
3 група з ПДВ	20 184	22 152	24 543	24 233
3 група без ПДВ	151 034	194 196	233 328	236 834
3. Сума єдиного податку, тис. грн.	9 947 031,6	14 854 260,8	19 162 769,5	8 885 774,0
зокрема, 1 група	212 617,0	355 269,6	385 162,8	–
2 група	1 611 751,2	3 555 938,8	4 144 030,1	–
3 група з ПДВ	331 736,1	458 410,0	586 165,9	317 325,7
3 група без ПДВ	7 790 927,3	10 484 642,4	14 047 410,7	8 568 448,3
4. Сума ПДФО з найнятих осіб, тис. грн.	1 114 042,8	3 744 734,9	4 900 840,1	3 123 754,1
зокрема, 2 група	761 782,1	2 735 643,1	3 464 933,1	2 212 382,6
3 група з ПДВ	50 676,0	119 485,3	163 232,6	93 405,3
3 група без ПДВ	301 584,7	889 606,5	1 272 674,4	817 966,2
5. Сума ЄСВ з найнятих осіб, тис. грн.	2 235 728,2	5 042 712,7	6 517 725,1	4 099 100,0
зокрема, 2 група	1 619 664,5	3 702 547,3	4 631 254,5	2 917 722,0
3 група з ПДВ	87 375,8	157 461,3	211 551,2	119 756,2
3 група без ПДВ	528 687,9	1 182 704,1	1 674 919,4	1 061 621,8
Разом податків і зборів, тис. грн.	16 823 771,1	20 641 173,0	30 581 334,7	16 108 628,1

– сприяння провадженню суб'єктами малого й середнього підприємництва діяльності щодо просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній та зовнішній ринки;

– забезпечення зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян [7, с. 3].

Стратегією розвитку малого й середнього підприємництва в Україні на період до 2020 р. передбачається, що на рівні регіонів будуть створені регіональні програми розвитку малого та середнього підприємництва із застосуванням кластерно-орієнтованого підходу, що дасть змогу врахувати регіональні особливості та пріоритети розвитку. Вона спрямована на вирішення проблем, що стримують розвиток сектору підприємництва, а також створення умов найбільш повного розкриття його потенціалу.

Для досягнення поставлених цілей держава повинна створити та реалізувати програми, які сприятимуть розвитку підприємництва, а саме:

– створенню інституційного середовища для поліпшення умов кредитування підприємництва банківськими організаціями;

– розвитку нормативно-правової бази для зниження адміністративних обмежень для підприємницької діяльності;

– реалізації спеціальних програм підтримки конкурентоспроможних, експортно орієнтованих МСП;

– допомозі у створенні інфраструктурних об'єктів підтримки підприємництва, які необхідні для розвитку й стабілізації нових суб'єктів малого бізнесу;

– розвитку інститутів з підтримки малого й середнього підприємництва, що сприяють доведенню ідеї від стадії її розроблення до комерційної реалізації.

Критеріями досягнення результатів є:

– входження України до 30 країн рейтингу Світового банку «Ведення бізнесу»;

– становлення частки МСП, що використовують залучені кошти, у 2020 р. понад 40%;

– збільшення кількості експортерів серед МСП на 30% до 2020 р.;

– становлення частки інноваційних підприємств у 2020 р. понад 20%;

– збільшення частки ринків з конкурентною структурою до 55%;

– зростання частки МСП у загальному обсязі реалізованої продукції на 5%;

– зменшення рівня зайнятості в неформальному секторі з 4,5 млн. осіб до 3,0 млн. осіб у 2020 р. [8].

Висновки. Отже, мале підприємство є органічним структурним елементом ринкової економіки, провідним сектором господарської діяльності регіону, одним із найважливіших діючих чинників економічного розвитку суспільства, що спирається на ринкові методи господарювання. Малий бізнес і ринкова економіка

є взаємозалежними чинниками. З одного боку, ефективність та динаміка розвитку ринкової економіки певним чином залежать від успішного функціонування малого бізнесу, з іншого боку, справжній ринковий механізм господарювання сприяє формуванню підприємницької активності, тому бажано для малого підприємства отримувати належну підтримку з боку державних і недержавних інституцій. Це забезпечує його розквіт, що сприяє розвитку економіки країни загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мареніченко В.В. Механізми реалізації державного регулювання якісного розвитку малого та середнього бізнесу в Україні : дис. ... канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02. Дніпро, 2017. 255 с.
2. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2017–2018. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyikonkurentospromozhnosti-1> (дата звернення: 07.07.2019).
3. Деренко О.А. Міжнародний досвід державного регулювання та підтримки малого підприємництва. *Бізнес-Інформ*. 2012. № 5. С. 95–97.
4. Про внесення змін до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» щодо детінізації розрахунків у сфері торгівлі та послуг : Закон України від 20 вересня 2019 р. № 128-IX. *База даних «Законодавство України»*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 12.12.2019).
5. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо детінізації розрахунків у сфері торгівлі та послуг : Закон України від 20 вересня 2019 р. № 129-IX. *База даних «Законодавство України»*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 07.07.2019).
6. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. 2018. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 07.07.2019).
7. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22 березня 2012 р. № 4618-VI / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 12.12.2019).
8. Концепція державної економічної програми розвитку малого і середнього підприємництва на період до 2020 року. URL: lis.gov.ua/.../article/.../Proekt_Koncepcii_do_2020_roku.doc (дата звернення: 12.12.2019).

REFERENCES:

1. Marenichenko V.V. (2017) *Mekhanizmy realizatsiy derzhavnoho rehuluvannia yakisnoho rozvytku maloho ta serednoho biznesu v Ukraini*: diss. kand. nauk z derzh. upravlinnja [Mechanisms of realizing the sovereign regulation of small and medium business development in Ukraine]. Dnipro, 255 p.
2. *Pozicia Ukrainy v reityngi krain svitu za indeksom globalnoi konkurentospromozhnosti 2017–2018* [Ukraine's position in the rating of Ukraine behind the global competitive competition index 2017–2018]. Available at: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyikonkurentospromozhnosti-1> (accessed: 7 July 2019).
3. Derenko O.A. (2012) *Miznarodniy dosvid dergavnogo reguluvannia ta pidtrymki malogo pidpryemnitstva* [International dostvid of sovereign regulation and that of the small tribe of the small]. *Biznes-Inform*, no. 5, pp. 95–97.
4. The Verkhovna Rada of Ukraine (2019) The Law of Ukraine “About the registration of retail operations in the field of sales, the huge number of services and the service”. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua> (accessed: 12 December 2019).
5. The Verkhovna Rada of Ukraine (2019) The Law of Ukraine “About the introduction of a payroll to the Fee for the Code of Ukraine, for children in the field of retail sales and services”. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua> (accessed: 7 July 2019).
6. Official website of the sovereign statistics committee of Ukraine (2018). Available at: www.ukrstat.gov.ua (accessed: 7 July 2019).
7. The Verkhovna Rada of Ukraine (2012) The Law of Ukraine “About the development of that state's small and medium middle age in Ukraine”. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua> (accessed: 12 December 2019).
8. Cabinet of Ministers Ukraine (2015) “The concept of the sovereign and economic program for the development of small and medium-sized programs for the period until 2020”. Available at: lis.gov.ua/.../article/.../Proekt_Koncepcii_do_2020_roku.doc (accessed: 12 December 2019).

УДК 657.1(075.8)

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-70>**Міщенко Т.М.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри аудиту та економічного аналізу
Університету державної фіскальної служби України***Mishchenko Tetiana***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Audit and Economic Analysis Of the University State Fiscal Service of Ukraine*

НОВІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУДОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

NEW APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF INFORMATION SUPPORT FOR LEGAL EXPERTISE

АНОТАЦІЯ

У статті обґрунтовано необхідність використання судово-економічної експертизи для формування доказової бази у кримінальних провадженнях із питань ухилення від сплати податків. Розкрито сутність понять «інформація», «забезпечення», «інформаційне забезпечення судово-економічної експертизи». Проаналізовано існуючі підходи до класифікації інформаційного забезпечення судово-економічної експертизи та запропоновано розширити класифікаційний ряд із використанням підходу, який ґрунтується на професійному інформаційному контакті. Надані пропозиції сприятимуть організації та оптимізації процесу економічного судово-експертного дослідження, формуванню науково обґрунтованих висновків експерта, підвищать їх значимість та доказовість для з'ясування всіх обставин вчинення податкового злочину.

Ключові слова: експертиза, інформація, забезпечення, класифікація, кримінальне провадження.

АННОТАЦИЯ

В статье обоснована необходимость использования судебно-экономической экспертизы для формирования доказательной базы уголовных производств по вопросам уклонения от уплаты налогов. Раскрыта сущность понятий «информация», «обеспечение», «информационное обеспечение судебно-экономической экспертизы». Проанализированы существующие подходы к классификации информационного обеспечения судебно-экономической экспертизы и предложено расширить классификационный ряд с использованием подхода, основанного на профессиональном информационном контакте. Представленные предложения будут способствовать организации и оптимизации процесса экономического судебно-экспертного исследования, формированию научно обоснованных выводов эксперта, повысят их значимость и доказательность для выяснения всех обстоятельств совершения налогового преступления.

Ключевые слова: экспертиза, информация, обеспечение, классификация, уголовное производство.

ANNOTATION

The article states that it is impossible to determine the qualifying features of economic crimes without the use of specialized knowledge in accounting, financial control and economic analysis, especially in criminal proceedings conducted by the bodies of the State Tax Service of Ukraine. The necessity of using forensic and economic expertise to form an evidence base in criminal proceedings on tax evasion is substantiated. The interpretation of the concepts of «information», «provision», «information support of forensic and economic expertise» in the legislation and scientific literature is investigated. Existing classifications of information support of forensic and economic expertise are analyzed.

The need to broaden the ranking using an approach based on professional information contact is indicated. It is proposed to classify the information support of forensic and economic expertise using three basic parameters: professional information communication (procedural interaction, not procedural interaction); cognition of information (new and relevant information); qualitative characteristics of the content of information support (legislative and regulatory support, methodological support, contractual information, information of organizational and managerial nature, technological information, planned economic information, factual information, background information, additional information). According to the mentioned classification features the types of information support of forensic economic examination were considered taking into account the peculiarities of financial investigations of the SFSU bodies and the characteristics of each type are given. Proposed proposals for the development of an orderly algorithm for conducting expert actions to resolve complex controversial issues within the framework of criminal proceedings of the SFSU bodies on the basis of sufficient information, will facilitate the organization and optimization of the process of economic forensic research, the formation of scientifically substantiated conclusions and conclusions. Identification of all circumstances of committing a tax crime

Key words: examination, information, provision, classification, criminal proceedings.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Значна частина правопорушень у сфері економіки пов'язана з порушеннями податкового, валютного та іншого законодавства, яке регулює питання нарахування та сплати податків. Для притягнення до відповідальності винних осіб органи ДФСУ мають кваліфікувати такі правопорушення як злочини. Установлення певних кваліфікаційних ознак економічних злочинів неможливе без застосування спеціальних знань із питань бухгалтерського обліку, фінансового контролю та економічного аналізу, тому слідчі органи ДФСУ в процесі проведення кримінального провадження залучають фахівців, які володіють спеціальними знаннями в галузі економічної науки для проведення судово-економічної експертизи.

Історично склалося так, що судово-економічна експертиза застосовувалася в особливих випадках і завжди слугувала інструментом підтвердження чи спростування складу злочину.

Її особливістю є те, що під час вивчення обставин податкових спорів і економічних злочинів у сфері оподаткування є необхідність поєднання юридичних та економічних знань [1, с. 65]. Для досягнення максимальних результатів економічне експертне дослідження повинно бути належним чином забезпечене всім необхідним, у тому числі й різного роду інформацією, з якою проводяться ті чи інші експертні дії, спрямовані на отримання експертного висновку. Від використання інформації, раціонального її вибору за обсягом та змістом залежить зменшення ступеня невизначеності експерта-економіста щодо відповідей на поставлені питання, пов'язаних з ухиленням від сплати податків, а також якість експертного дослідження, як результат – доказовість висновків експерта.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. У науковій літературі питанням інформаційного забезпечення судово-економічної експертизи у цілому приділялося достатньо уваги. Теоретичним та прикладним питанням удосконалення інформаційного забезпечення проведення судово-економічної експертизи присвятили свої роботи вітчизняні вчені: М.Т. Білуха, М.Ф. Базась, І.В. Губанова, І.Д. Голяш, К.В. Капустник, О.І. Коблянська, С.Р. Романів, М.Я. Сегай, Н.Є. Стельмах, О.В. Хомутенко та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проте недостатньо дослідженим залишається питання класифікації інформаційного забезпечення судово-економічної експертизи, яка б ґрунтувалася на інформаційному контакті, що передбачає використання принципів інформатики – науки про будову і загальні властивості інформації, закономірності її створення, обробки, передачі і використання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування необхідності вдосконалення класифікації інформаційного забезпечення судово-економічної експертизи у фінансових розслідуваннях органів ДФСУ шляхом розширення класифікаційного ряду з використанням підходу, який ґрунтується на професійному інформаційному контакті суб'єктів призначення та проведення експертизи.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Поняття «інформаційне забезпечення експертного дослідження» необхідно розглядати в двох аспектах – «інформація» та «забезпечення». Термін «інформація» використовується в наукових розробках із різних галузей знань, при цьому тлумачення терміна зумовлено особливостями кожної галузі (юридичної, економічної, технічної тощо). Сучасне наукове поняття про інформацію дуже точно сформулював Норберт Вінер, «батько» кібернетики: «Інформація – це позначення змісту, отриманого із зовнішнього світу в процесі на-

шого пристосування до нього й пристосування до нього наших почуттів» [2].

Нормативне визначення інформації закріплене в Законі України «Про інформацію», який тлумачить її як «будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді» [3]. Уточнене визначення терміна «інформація» надано в Законі України «Про захист економічної конкуренції»: інформація – це відомості в будь-якій формі й вигляді та збережені на будь-яких носіях (у тому числі листування, книги, помітки, ілюстрації (карти, діаграми, органіграми, малюнки, схеми тощо), фотографії, голограми, кіно-, відео-, мікрофільми, звукові записи, бази даних комп'ютерних систем або повне чи часткове відтворення їх елементів), пояснення осіб та будь-які інші публічно оголошені чи документовані відомості (п. 2 ст. 1) [4]. Закон України «Про телекомунікації» закріплює розуміння інформації «як результат обробки даних засобами обчислювальної техніки» [5].

Із наведених тлумачень випливає, що поняття «інформація» зводиться до такого розуміння:

1) інформація – це відомості та/або дані, які збережені у будь-якій формі і вигляді;

2) інформація – це відомості, які є документованими або публічно оголошеними у порядку, встановленому законодавством.

Дослідження наукових праць із даного питання дають можливість говорити про те, що більшість учених застосовує законодавче визначення терміна «інформація» через поняття «відомості», «дані». Так, науковець Н.В. Макарова вказує, що «інформація – це відомості про об'єкти і явища навколишнього середовища, їхні параметри, властивості і стан, які зменшують ступінь невизначеності, неповноти знань» [6]. В.В. Бірюков зазначає, що «під інформацією ми розуміємо сукупність відомостей, знань про окремі об'єкти та явища, отриманих у процесі їх пізнання людиною з використанням органолептичних методів або науково-технічних засобів, які зберігаються у пам'яті або зафіксовані штучною мовою на будь-якому носії» [7]. Для розуміння терміна «інформація» деякі науковці застосовують поняття «знання»: «Інформація – це певна сума знань про той чи інший об'єкт, які можна використати в доцільній діяльності людини» [8].

Поняття інформації відноситься до основних понять науки і тісно пов'язане з таким поняттям, як «забезпечення». В.В. Бірюков поняття «забезпечення» розуміє як «постачати щось у достатній кількості, задовольняти певні потреби, створювати умови для здійснення чого-небудь» [7]. Академічний тлумачний словник пояснює значення цього терміна як «створення надійних умов для здійснення чого-небудь» [9].

Вивчення літературних джерел показало, що інформаційне забезпечення певної діяльності розглядається «...і як процес забезпечення ін-

формацією, і як сукупність форм документів, нормативної бази і рішень» [10, с. 63], і як «динамічна система одержання, оцінювання, зберігання та перероблення даних» [11, с. 115], як «найважливіший елемент інформаційних систем і інформаційних технологій» [12], і як «інтегрована система знань про об'єкт, що передбачає всі види і форми використання знань та об'єднує сукупність методів і засобів єдиної системи організації і зберігання, нагромадження й актуалізації, доступу і здобуття, оброблення і використання виробничої інформації» [13].

У контексті судово-економічної експертизи інформаційне забезпечення науковцями розглядається як «науково організований і безперервний процес накопичення, підготовки й надання систематизованої науково-технічної інформації, необхідної для вирішення судово-експертних завдань» [14, с. 463].

На думку М.Я. Сегая, мета інформаційного забезпечення судової експертизи – «створення впорядкованої системи збирання, збереження, передавання та використання даних у судовій експертизі взагалі та в її конкретних видах» [15]. Упорядкованість цієї системи досягається шляхом класифікації інформаційного забезпечення, що дає змогу експерту вірно визначити напрями експертних дій, вибрати відповідні методики, обґрунтувати та формулювати експертні висновки.

Аналіз літературних джерел свідчить, що розроблено багато підходів до класифікації інформаційного забезпечення різних видів судових експертиз, в основу яких покладено властиві їм особливості. Так, О.В. Хомутенко поділяє інформацію залежно від її використання в процесі проведення судово-економічної експертизи [16, с. 223]. Орієнтовану систематизацію інформаційного забезпечення судово-бухгалтерської експертизи в розрізі стадій її процесу надає М.Ф. Базась [17, с. 297]. О.Р. Россинська розглядає інформаційне забезпечення, пов'язуючи його з формами судово-експертної діяльності [18]. Водночас переважна більшість науковців, розглядаючи інформаційне забезпечення судово-економічної експертизи, обмежується, як правило, дослідженням його правового або методичного аспекту, не приділяючи увагу класифікації, яка б ґрунтувалася на інформаційному контакті, котрий передбачає використання принципів інформатики – науки про будову і загальні властивості інформації, закономірності її створення, обробки, передачі і використання.

Такий підхід було запропоновано професором М.Т. Білухою для класифікації інформаційного забезпечення фінансово-господарського контролю [19, с. 281]. Оскільки експертиза є одним із його методів, то вважаємо за можливе адаптування такого підходу для розширення розуміння структури, змісту та особливостей інформаційного забезпечення процесу судово-економічної експертизи. При цьому необхідно враховувати, що в процесі проведення судово-економічної ек-

спертизи використовується переважно економічна інформація, що є сукупністю відомостей, які відображають усі напрями діяльності платника податків. Вона подається здебільшого повідомленнями спеціальної форми, текстовим і цифровим способами, але використовується інформація не загального (абстрактного) характеру, а специфічна (конкретна), зумовлена виключно особливостями експертного дослідження.

Виходячи із цього, науково обґрунтована система класифікації інформаційного забезпечення судово-економічної експертизи має ґрунтуватися на трьох основних параметрах: професійній інформаційній комунікації, пізнавальності інформації та якісних характеристиках змісту інформаційного забезпечення (рис. 1).

Професійна інформаційна комунікація може розглядатися як система взаємодії (контактів) між суб'єктами призначення та суб'єктами виконання експертного дослідження. Професійна інформаційна комунікація судово-економічної експертизи формується внаслідок комунікаційних взаємовідносин, які передбачають прямі інформаційні контакти безпосередніх виконавців експертного дослідження (експертів-економістів) та слідчих органів ДФСУ. Інформаційна комунікація використовується експертом за результатами вивчення матеріалів кримінального провадження на всіх етапах процесу експертного дослідження: підготовчому та організаційно-методичному, дослідницькому, етапі узагальнення результатів та формування висновку експерта. Вона передбачає обмін інформацією для одержання матеріалів, необхідних для виконання експертного завдання, узгодження термінів проведення експертизи, надання повідомлення про неможливість проведення експертизи тощо. Така інформаційна комунікація є узгодженою за цілями і завданнями та засобами діяльністю у процесі встановлення істини у кримінальних провадженнях щодо ухилення від сплати податків. Вона відіграє винятково важливу роль у розслідуванні та розкритті злочинів, пов'язаних із порушеннями податкового, валютного та іншого законодавства. Правильна її організація, безумовно, підвищує ефективність вирішення експертних завдань та доказовість експертних висновків. У ході проведення судово-економічних експертиз взаємодія експерта-економіста зі слідчим органів ДФСУ може здійснюватися як у процесуальній, так і в непроцесуальній (організаційній) формах:

– процесуальна форма взаємодії – це форма, прямо передбачена нормами кримінально-процесуального законодавства;

– непроцесуальна – регламентована різного роду відомчими актами, або нерегламентована законом та витікає з його змісту та смислу, а також проваджувана в силу практики, яка склалася. У цьому разі взаємодія слідчого з експертом-економістом виявляється у тому, що додаткові матеріали збираються як за ініціативою слідчого, так і за клопотанням експерта.



Рис. 1. Класифікація інформаційного забезпечення судово-економічної експертизи

Джерело: адаптовано за матеріалами [19]

За рівнем пізнавальності інформаційне забезпечення судово-економічної експертизи можна поділити на:

- нову інформацію, яку отримує експерт у результаті пізнання предмету експертного дослідження, та за своєю сутністю є вирішенням експертного завдання. Вагомим складником цієї інформації є експертна економічна інформація, яку О.В. Хомутенко розуміє як «результат вивчення змісту документів про діяльність платника податків у межах предмету експертного дослідження на основі спеціальних знань у галузі економіки з метою обґрунтування висновків судової економічної експертизи» [16, с. 225];

- релевантну інформацію, яка акумулює сукупність даних, відомих раніше (міститься в матеріалах кримінального провадження, наданих на експертизу).

За змістом інформаційне забезпечення судово-економічної експертизи класифікують у розрізі таких категорій:

- законодавче та нормативно-правове забезпечення – це сукупність інформації законодавчо-нормативних актів, які регламентують процесуальний порядок призначення та проведення судово-економічної експертизи та окремі питання діяльності платників податків у частині їх оподаткування;

- методичне забезпечення – це сукупність науково обґрунтованих методик, які атестовані і зареєстровані в Реєстрі методик проведення судових експертиз та рекомендовані до впровадження в експертну практику, а також методик, які створюються виходячи з практичного досвіду експерта-економіста з урахуванням чинного нормативно-правового законодавства;

- договірна інформація – міститься в укладених між платниками податків юридичними та фізичними особами цивільно-правових та господарських договорах, виконання умов яких передбачає нарахування та сплату податків.

- інформація організаційно-управлінського характеру – міститься у комплексі документації, що регулює правовий статус платника податків, організаційно-управлінські особливості, специфіку діяльності (статут, штатний розпис, накази, розпорядження, службове листування тощо);

- технологічна інформація, яка міститься в документації з питань технології виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг;

- планово-економічна інформація являє собою сукупність відомостей, які пов'язані з функцією планування та опису господарських процесів, що мають відбутися в заданому часовому періоді, наприклад обсяг випуску конкретного найменування продукції, кількість матеріалів конкретного найменування за дого-

вором, кошторис майбутніх витрат на виконання робіт та надання послуг тощо;

– фактографічна інформація – сукупність даних економічного характеру про факти, що дійсно відбулися у виробничій і фінансово-господарській діяльності платника податків і відображені у первинних документах бухгалтерського обліку, облікових регістрах бухгалтерського, оперативного і статистичного обліку, а також у звітності про його діяльність [19, с. 282]. Фактографічна інформація має чи не найважливіше значення, оскільки саме в ній можливо виявити докази ухилення від сплати податків або ж їх відсутності. Ураховуючи, що інформація про господарські операції, які задокументовані та вартісно оцінені, підлягає відображенню в бухгалтерському обліку, то під час розгляду правопорушень економічного напрямку об'єктом дослідження виступають саме дані бухгалтерського обліку. Бухгалтерські документи підлягають дослідженню з погляду виявлення слідів протиправної діяльності та отримання інформації про відхилення в оподаткуванні платника податків. Після виявлення викривлених даних первинних документів в облікових регістрах та звітності можна говорити про наявність ознак правопорушень у всій системі бухгалтерського обліку;

– довідкова інформація – інформація довідників, нормативів, стандартів, вона охоплює ціни, тарифи, розцінки, які можуть бути плановими, фактичними, договірними, прейскурантними, відпускними, оптовими, роздрібними;

– додаткова інформація, яка зафіксована в протоколах свідчення деяких категорій працівників платника податків, у якого були вчинені правопорушення. До таких категорій відносяться працівники бухгалтерій, складів, секретарі, водії, вантажники, працівники охорони та ін. З їхніх свідчень експерт отримує інформацію про порядок ведення бухгалтерського та податкового обліку, обставинах здійснення окремих господарських операцій, місцях зберігання матеріальних цінностей, коштів, бухгалтерських та інших документів, які підтверджують факти податкових правопорушень. Окрім того, джерелом додаткової інформації для експерта-економіста можуть бути: аудиторські висновки, акти ревізій, акти документальних перевірок, висновки інших судових експертиз тощо [21, с. 145].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Процес судово-економічної експертизи характеризується чітко регламентованою технологією проведення експертних процедур, які потребують одночасного забезпечення необхідною інформацією для дослідження і побудови висновку. Ураховуючи різноманітність поглядів науковців та певну дискусійність питання щодо інформаційного забезпечення судово-економічної експертизи, є підстави вважати, що його класифікація є тим інструментом, який підвищує якість та доказовість результатів проведеного дослідження. Запропонований підхід до класифікації ін-

формаційного забезпечення судово-економічної експертизи стане підґрунтям для розроблення впорядкованого алгоритму проведення експертних дій для вирішення складних суперечливих питань у межах кримінальних проваджень органів ДФСУ на базі достатньої інформації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стельмах Н.Є. Економіко-правова сутність судово-бухгалтерської експертизи в ринкових умовах господарювання. *Облік і фінанси*. 2014. № 4(66). С. 65–68.
2. Винер Н. Человек управляющий (Man Manager). Санкт-Петербург : Питер, 2001. 288 с.
3. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-XII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657> (дата звернення: 26.12.2019).
4. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11 січня 2001 р. № № 2210-III / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210> (дата звернення: 26.12.2019).
5. Про телекомунікації : Закон України від 8 листопада 2003 р. № 1280-IV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-IV> (дата звернення: 26.12.2019).
6. Макарова Н.В. Информатика. Москва, 2009. 768 с.
7. Бірюков В.В. Теоретичні основи інформаційно-довідкового забезпечення розслідування злочинів : монографія. Луганськ : Луган. держ. ун-т внутр. справ ім. Е.О. Дідоренка, 2009. 664 с.
8. Інформаційні системи в інноваційній діяльності / А.О. Босак та ін. Львів : Львівська політехніка, 2008. 232 с.
9. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980). URL: <http://sum.in.ua/>
10. Перепелиця М.М. Деякі теоретичні аспекти інформаційного забезпечення. *Вісник Університету внутрішніх справ*. 2003. С. 37–45.
11. Інформаційні системи і технології в економіці : підручник / за ред. В.С. Лономаренка. Київ : Академія, 2002. 544 с.
12. Информационные технологии управления / под ред. Г.А. Титоренко. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 439 с.
13. Кізло М.В. Інформаційне забезпечення процесу контролювання діяльності промислових підприємств. Київ, 2011. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/natural/Vnulp/Menagement/2011_714/16.pdf (дата звернення: 26.12.2019).
14. Капустник К.В., Губанова І.В. Інформаційне забезпечення судово-економічних експертиз. *Теорія та практика судової експертизи і криміналістики*. 2015. Вип. 9. С. 462–465.
15. Сегай М.Я. Судова експертологія: об'єкт, предмет, природа й система науки. *Теорія та практика судової експертизи і криміналістики* : збірник праць до 80-річчя заснування Харківського НДІСЕ. Харків, 2003. Вип. 3. 592 с.
16. Хомутенко О.В. Аналіз інформаційного забезпечення організаційної технології проведення судово-економічної експертизи. *Економіка і регіон*. 2012. Вип. № 3(34). С. 222–227.
17. Базась М.Ф. Теоретико-методологічні засади судово-бухгалтерської експертизи. Київ, 2007. 488 с.
18. Россинская Е.Р. Судебная экспертиза в гражданском, арбитражном, административном и уголовном процессе. Москва, 2005. 324 с.
19. Білуха М.Т., Микитенко Т.В. Фінансовий контроль: теорія, ревізія, аудит. Київ, 2006. 888 с.
20. Клименко Н.І., Гладчук І.М. Інформаційне забезпечення судово-експертної діяльності і її правове регулювання. *Криміналістика і судова експертиза*. 2017. Вип. 62. С. 37–43.

21. Міщенко Т.М. Інформаційне забезпечення судово-економічної експертизи : матеріали Податкового конгресу «Управління публічними фінансами та проблеми забезпечення національної економічної безпеки», м. Ірпінь, 12 грудня 2019 р. Ірпінь, 2019. 244 с.

REFERENCES:

1. Steljmakh N.Je. Ekonomiko-pravova sutnistij sudovo-bukhghalterskohoj ekspertyzy v rynkovykh umovakh ghospodarjuvannja [Economic and legal essence of forensic accounting in market conditions of management]. *Oblik i finansy*. 2014. # 4(66). P. 65–68.
2. Viner N. *Chelovek upravlyayushchij*. SPb.: Piter, 2001. 288 pp.
3. Pro informaciju [About information]: *Zakon Ukrainy vid 2 zhovtnja 1992 r. # 2657-XII / Verkhovna Rada Ukrainy*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657> (accessed: 26.12.2019).
4. Pro zakhyst ekonomichnoji konkurenciji [On protection of economic competition] : *Zakon Ukrainy vid 11 sichnja 2001 r. # 2210-III / Verkhovna Rada Ukrainy*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210> (accessed: 26.12.2019).
5. Pro telekomunikaciji [About telecommunications]: *Zakon Ukrainy vid 8 lystopada 2003 r. # 1280-IV / Verkhovna Rada Ukrainy*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-IV> (accessed: 26.12.2019).
6. Makarova N.V. *Ynformatyka [Informatics]*. Moskva, 2009. 768 pp.
7. Birjukov V.V. *Teoretychni osnovy informacijno-dovidkovogo zabezpechennja rozsliduvannja zlochyv [Theoretical bases of information support of crime investigation] : monohrafija*. Lughansk : Lughan. derzh. un-t vnutr. sprav im. E.O. Didorenka, 2009. 664 pp.
8. *Informacijni systemy v innovacijnij dijialnosti [Information systems in innovation] / Bosak A.O. ta in.* Ljviv: Vyd-vo Nac. un-tu «Ljvivsjska politehnika», 2008. 232 pp.
9. *Slovyk ukrainskohojo movy. Akademichnyj tlumachnyj slovyk [Dictionary of the Ukrainian language. Academic Interpretative Dictionary] (1970-1980)*. URL: <http://sum.in.ua/>
10. Perepelycja M.M. *Dejaki teoretychni aspekty informacijnogho zabezpechennja [Some theoretical aspects of information support]*. *Visnyk Universytetu vnutrishnikh sprav*. 2003. P. 37–45.
11. *Informacijni systemy i tehnologiji v ekonomici [Information systems and technologies in the economy]: pidruchnyk / za red. V.S. Lonomarenka*. Kyjiv: Akademija, 2002. 544 pp.
12. *Informatsionnye tekhnologii upravleniya [Management information technology] / pod red. G.A. Titorenko*. Moskva : YuNITI-DANA, 2003. 439 pp.
13. Kizlo M.V. *Informacijne zabezpechennja procesu kontroljuvannja dijialnosti promyslovykh pidpryjemstv [Information support for the process of controlling the activity of industrial enterprises]*. Kyjiv, 2011. URL: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/natural/Vnulp/Menegment/2011_714/16.pdf (accessed: 26.12.2019).
14. Kapustnyk K.V., Ghubanova I.V. *Informacijne zabezpechennja sudovo-ekonomichnykh ekspertyz [Information support of forensic and economic expertise]*. *Teorija ta praktyka sudovoi ekspertyzy i kryminalistyky*. 2015. Vypusk 9. P. 462–465.
15. Seghaj M.Ja. *Sudova ekspertologhija: ob'jekt, predmet, pryroda j systema nauky [Forensic expertise: object, subject, nature and system of science]*. *Teorija ta praktyka sudovoi ekspertyzy i kryminalistyky: zbirnyk pracj do 80-richchja zasnuvannja Kharkivskogho NDISE*. m. Xarkiv, 2003. Vyp. 3. 592 pp.
16. Khomutenko O.V. *Analiz informacijnogho zabezpechennja orghanizacijnoji tehnologiji provedennja sudovo-ekonomichnoji ekspertyzy [Analysis of information support of organizational technology of forensic economic examination]*. *Ekonomika i rehion*. 2012. Vyp. # 3(34). P. 222–227.
17. Bazasj M.F. *Teoretyko-metodologhichni zasady sudovo-bukhghalterskohojoj ekspertyzy [Theoretical and methodological principles of forensic accounting]*. Kyjiv, 2007. 488 pp.
18. Rossinskaya E.R. *Sudebnaya ekspertiza v grazhdanskom, arbitrazhnom, administrativnom i ugovnom protsesse [Judicial expertise in civil, arbitration, administrative and criminal proceedings]*. Moskva, 2005. 324 pp.
19. Bilukha M.T., Mykytenko T.V. *Finansovij kontrolj: teorija, revizija, audyt [Financial control: theory, audit, audit]*. Kyjiv, 2006. 888 pp.
20. Klymenko N.I., Ghladchuk I.M. *Informacijne zabezpechennja sudovo-ekspertnoji dijialnosti i jiji pravove rehuljuvannja [Information support of forensic activity and its legal regulation]*. *Kryminalistyka i sudova ekspertyza*. 2017. Vyp. 62. P. 37–43.
21. Mishchenko T.M. *Informacijne zabezpechennja sudovo-ekonomichnoji ekspertyzy [Information support of forensic economic expertise] : materialy Podatkovogho konghresu «Upravlinnja publichnymy finansamy ta problemy zabezpechennja nacionalnoji ekonomichnoji bezpeky»*, m. Irpinj, 12 ghrudnja 2019 r. m. Irpinj, 2019. 244 pp.

СЕКЦІЯ 9 СТАТИСТИКА

УДК 336.6.369

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-71>**Чемікос А.В.***студент економічного факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Рахман М.С.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності економічного факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Chemikos Artem***Student of the Faculty of Economics,
V.N. Karazin Kharkiv National University***Rahman Mahbubur***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor, Department of Marketing and Management of
Foreign Economic Activity, Faculty of Economics
V.N. Karazin Kharkiv National University*

АНАЛІЗ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ ТА РОЗРОБКА ПРОЄКТУ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

ANALYSIS OF THE INSURANCE SERVICES MARKET OF UKRAINE AND DEVELOPMENT OF ITS IMPROVEMENT PROJECT

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена дослідженню страхового ринку України. Розглянуто загальні теоретичні основи страхування та страхового ринку. Сучасний ринок страхових послуг України перебуває не в ідеальному стані. За останні роки, звісно, відбувся розвиток компаній, самих процесів страхування та страхування як послуги загалом, але через наявність проблем та бар'єрів його рівень є не таким високим, яким міг би бути. У статті проведено структурний та динамічний аналіз за останні 5 років та матричний аналіз для того, щоби знайти ці проблеми. В результаті детального аналізу виявлено проблеми, що сповільнюють розвиток ринку. Представлено шляхи вирішення цих проблем та покращення стану ринку. Всі ці шляхи та поради для виведення страхового ринку на наступний рівень включено в проєкт. Об'єктом дослідження є страховий ринок України, а предметом – діяльність компаній на цьому ринку.

Ключові слова: страхування, ринок, компанія, аналіз, приріст, проблеми, проєкт, вдосконалення.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию страхового рынка Украины. Рассмотрены общие теоретические основы страхования и страхового рынка. Современный рынок страховых услуг Украины находится не в идеальном состоянии. За последние годы, конечно, произошло развитие компаний, самих процессов страхования и страхования как услуги вообще, но из-за наличия проблем и барьеров его уровень является не таким высоким, каким мог бы быть. В статье проведен структурный и динамический анализ за последние 5 лет и матричный анализ для того, чтобы найти эти проблемы. В результате детального анализа выявлены проблемы, замедляющие развитие рынка. Представлены пути решения этих проблем и улучшения состояния рынка. Все эти пути и советы для вывода страхового

рынка на следующий уровень включены в проект. Объектом исследования является страховой рынок Украины, а предметом – деятельность компаний на этом рынке.

Ключевые слова: страхование, рынок, компания, анализ, прирост, проблемы, проект, совершенствование.

ANNOTATION

The article is dedicated to the insurance market of Ukraine. Theoretical basis about insurance and insurance market ignored. The current market of insurance services of Ukraine has been relocated to a non-ideal station. For the remaining rooks, there is a clear view of the development of the companies themselves, the processes of insurance and the insurance of the servants, but because of the presence of problems and the bar we are looking for. Also matrix and structural analysis allow you to see the future, in such markets you can develop. In this robot, I will conduct structural analyzes and dynamic analysis for the rest of 4 years and matrix analysis, in order to know the problems. Structural and dynamic data analyzed. The structural analysis includes the analysis of the company's business, the company's business plan and the premium, the structure's insurance types. In the dynamic analysis, the bulletin was analyzed at the rate of growth, but at the rate of growth. Matrix analysis allows you to marvel at the insurance market. SWOT-analysis imaged. The strengths and weaknesses of the insurance market analyzed. It's allowed to clearly marvel at the frauds, that for the help of some kind of overtaking of a half-fall. An analysis of the possibilities and the threat of allowing you to appear for someone else who can wreck the rhinoceros, so that you can dearly deceive respect at once, until you see the threat. In general, matrix analysis allows you to create an overall picture of the state of the structure and see non-numerical data. As a result of the robots, the project was copied in a blatant manner, the layouts in the table, in some kind of registration are required in certain sectors, it

is necessary. Allow you to resolve some of the problems and bring the insurance market of Ukraine to a new level. Coverage of insurance market of Ukraine analyzed. The subject is the business of the company on the whole market. With the help of robots is finding ways and abilities abbreviated I will become an insurance market. The relevance of those supervising is that the insurance market in the most developed parts of the country means a part of the GDP, the same development in Ukraine can be reduced economically.

Key words: insurance, market, company, analysis, growth, problems, project, improvement.

Постановка проблеми. Сучасний страховий ринок є однією зі сфер, що робить велику частину ВВП. В Україні ж страховий ринок складає маленьку частину ВВП та ще зовсім не розвинутий. В нього є потенціал, якщо спиратися на досвід розвинутих країн. Дослідження страхового ринку є актуальним, тому що за подолання проблем та бар'єрів, що заважають йому розвиватися, можна прискорити його розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сфери страхування в економіці та дослідженням ринку страхування займалися О.Д. Заруба, Ю.М. Журавльов, А.А. Александров, А.А. Гвозденко, В.Д. Базилевич [1].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є виділення проблем та бар'єрів у сфері страхування та пропозиція способів їх вирішення.

Для досягнення цілі поставлено такі завдання:

- аналіз структурних та динамічних показників страхового ринку;
- матричний аналіз та аналіз сезонного коливання;
- виявлення проблем страхового ринку;
- розроблення проекту щодо вдосконалення страхового ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зараз у світі все більшого значення набуває страхування. З кожним роком кількість людей, які складають договори страхування, зростає. У 2018 році світовими лідерами за цим показником були США (1,35 трлн. дол. США страхових премій на рік), Японія (471 млрд. дол. США), Китай (466 млрд. дол. США). Ще одним важ-

ливим показником світового ринку є частка страхових премій у ВВП країни або регіону; за цим параметром лідирують Тайвань, де страхові премії забезпечують 19% ВВП, Гонконг (17–18%), ПАР (14%), Південна Корея (13%) і Фінляндія (12%) [2].

У сфері страхування Україна посідає не передове місце. За часткою страхових премій показник складає 2 982 920 млн. грн., а валові страхові премії за цей же рік склали 31 391,1 млн. грн. [3]. Більш детально розглянемо статистику кількості страхових компаній.

Станом на 30 вересня 2019 року в Україні працювали 296 страхових компаній. На кінець 2018 року було 310 страхових компаній, що на 14 страхових компаній менше (табл. 1) [3]. За 2019 рік було ліквідовано за власним бажанням страховиків та за постановою держави 9 компаній з ризикового страхування та 5 компаній зі страхування життя.

Кількість компаній за 4 роки зменшилась на 86 одиниць. Зокрема, компаній з ризикового страхування стало на 63 менше, а компаній зі страхування життя стало менше на 23. Зменшення кількості компаній приводить до полегшення контролю за ринком страхування та зменшення ризиків втрати грошей страхувальниками через неправильну діяльність страхових компаній, але такий подальший курс приведе до олігополії чи навіть монополії на ринку страхування.

За 4 роки валові страхові премії зросли на 4 623,8 млн. грн., а валові страхові виплати – всього на 2 309,7 млн. грн.

Виплати та премії продовжують зростати з кожним роком. Це пояснюється тим, що паралельно з появою нових клієнтів решта продовжує сплачувати премії та отримувати виплати.

Показники змінюються з кожним роком в різних напрямках і не можна встановити чітку тенденцію в цій сфері. Більш наглядно розподіл страхових премій продемонстровано на рис. 1.

При цьому кожен показник змінюється по своєму, створюючи в сукупності кожного разу нову ситуацію на страховому ринку.

Таблиця 1
Кількість страхових компаній України з 31 грудня 2016 року по 30 вересня 2019 року [3]

Показник	31 грудня 2016 року	31 грудня 2017 року	31 грудня 2018 року	30 вересня 2019 року
Загальна кількість	382	361	310	296
зокрема, СК "non-Life"	325	312	271	262
СК "Life"	57	49	39	34

Таблиця 2
Страхова діяльність у 2016–2019 роках, млн. грн. [3]

Показник	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік
Валові страхові премії	26 767,3	29 736,0	35 170,3	43 431,8
Валові страхові виплати	5 065,4	8 100,5	8 839,5	10 536,8
Рівень валових виплат, %	18,9	27,2	25,1	23,5
Чисті страхові премії	18 592,8	22 354,9	26 463,9	20 790,9
Чисті страхові виплати	4 893,0	7 602,8	8 561,0	7 157,4
Рівень чистих виплат, %	26,3	34,0	32,3	34,4

Таблиця 3

Структура страхових премій за 2017–2018 роки за видами страхування, млн. грн. [3]

Вид страхування	2017 рік	2018 рік	Зміна за рік
Автострахування	4 142,6	4 626,0	-483,40
Страхування майна	1 275,1	1 331,2	-56,10
Медичне страхування	1 120,2	1 306,1	-185,90
Страхування життя	1 312,8	1 245,1	67,70
Страхування фінансових ризиків	877,1	914,6	-37,50
Страхування від вогневих ризиків	800,5	716,4	84,10
Страхування відповідальності	586,2	622,9	-36,70
Авіаційне страхування	343,8	488,8	-145,00
Страхування вантажів та багажу	694,7	451,8	242,90
Страхування від нещасних випадків	351,4	436,4	-85,00
Страхування медичних витрат	303,1	380,7	-77,60
Страхування здоров'я	139,0	191,5	-52,50
Страхування кредитів	361,6	140,5	221,10
Інші види страхування	673,9	657,5	16,40
Всього	12 982,0	13 509,5	-527,50

Таблиця 4

Темпи росту страхових компаній, млн. грн. [3]

Роки	2015	2016	2017	2018	2019
Темпи росту, %	100	93,86	94,5	85,87	94,84

Таблиця 5

Темпи росту премій та виплат, млн. грн. [3]

Роки	2015	2016	2017	2018	2019
Темпи росту премій, %	100	107,45	111,09	118,28	123,49
Темпи росту виплат, %	100	108,89	159,92	109,12	119,2

Далі була досліджена динаміка показників, пораховані темпи росту показників (табл. 4).

Темп росту компаній складає 91,85%, тому в середньому кожного року страхових компаній на українському ринку стає на 8,2% менше. Кількість компаній продовжує зменшуватися кожного року. Все більше компаній бідніють та зачиняються, не отримуючи підтримки від держави.

Темп росту премій складає 105,5%, тобто в середньому їх сума зростає на 5,5%. Темп росту виплат складає 113,33%, тобто в середньому їх сума зростає на 13,33%.

Сума премій та виплат кожного року продовжує зростати, бо як нові клієнти страхових компаній вносять нові премії та отримують виплати, так і старі продовжують це робити, тому їх кількість продовжує зростати.

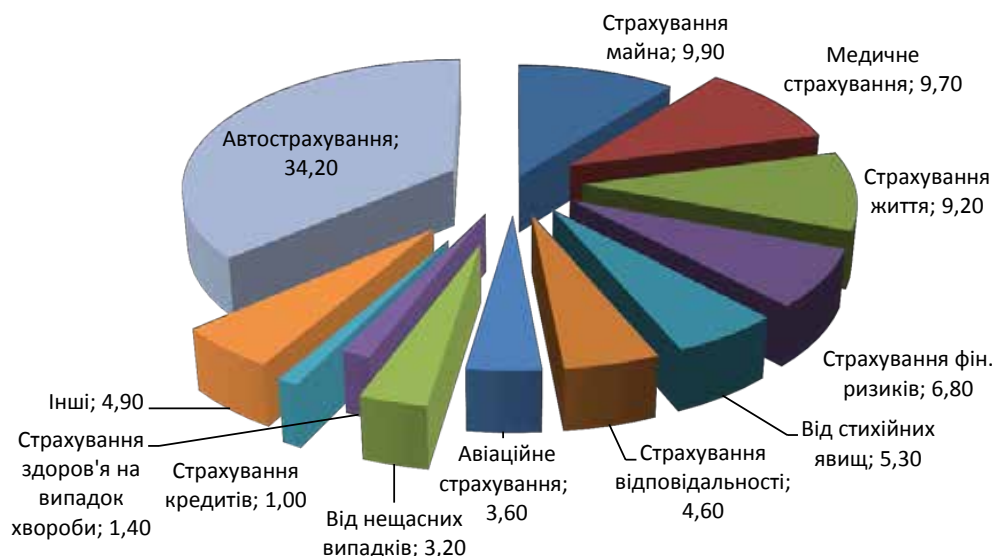


Рис. 1. Структура страхових премій за видами страхування на 2019 рік, млн. грн.

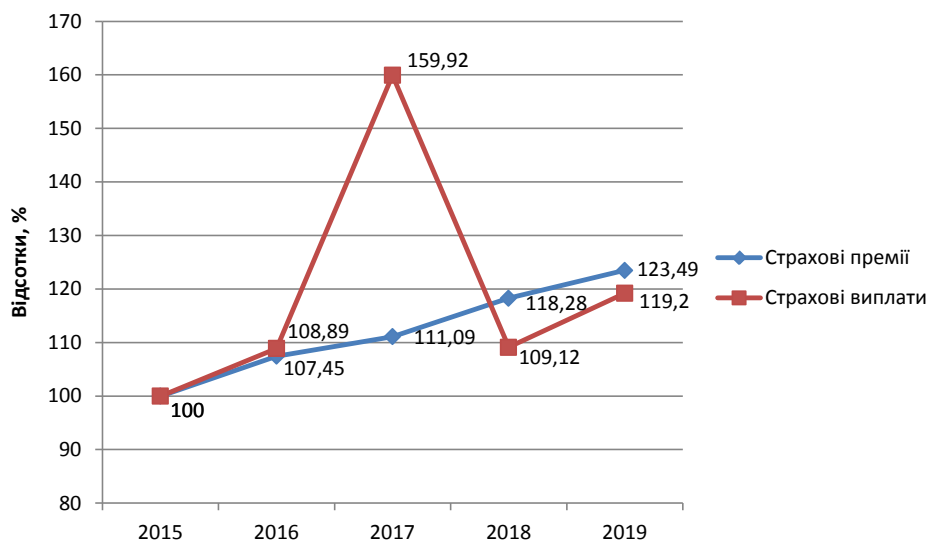


Рис. 2. Динаміка росту страхових виплат і премій за 2015–2019 роки, %

Рівень страхових премій, вищий за рівень виплат, свідчить про укріплення страхового ринку. Матричний аналіз дає змогу подивитися на страхову сферу з усіх сторін, як позитивних, так і негативних.

SWOT-аналіз дає змогу виявити слабкі та сильні сторони страхування. Також за допомогою нього можна виявити можливості, які можуть бути реалізовані в майбутньому, та загрози, яких потрібно уникати.

Страхові компанії неправильно вибирають напрям інвестування своїх виручених грошей. В іноземних країнах страховики вкладають близько 60% коштів в акції, 25% – в боргові цінні папери, а лише 4–7% – в депозити [6]. Така ситуація пояснюється низькою ставкою по депозити в розвинутих країнах та високою дохідністю з біржових ринків. В Україні ж, навпаки, банківські депозити залишаються основною сферою вкладання грошей.

Загалом збільшення ролі страхування в економіці неможливе без введення нових стандартів цифровими платформами, спеціальними про-

грамами страхування. Вони дають змогу спростити процеси страхування, підвищити ефективність управління, краще систематизувати дані.

Новими методами та стандартами, які можна вважати сучасними перспективами розвитку страхового ринку, є такі:

- 1) сплатення страховиком внесків у статутний капітал лише грошима, зокрема в іноземній валюті;
- 2) покращення та вдосконалення системи й механізму формування страхових резервів;
- 3) врегулювання захисту заощаджень громадян за страхування з боку законодавства;
- 4) збільшення ринку перестраховування;
- 5) заміна обов'язкового державного страхування безпосереднім відшкодуванням з державного бюджету за рахунок коштів, передбачених на утримання відповідних державних органів;
- 6) впровадження нових фінансових послуг, зручних для населення (надання кредитів під заставу тощо);
- 7) інформування населення про стан страхування та страхового ринку за допомогою ЗМІ.

Таблиця 6

SWOT-аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> – Тісний зв'язок страхових компаній та фінансових установ; – сформована система страхування на спільних правилах; – великий вибір сфер страхування; – велика кількість компаній; – зростання рівня капіталізації; – документація всієї сфери страхування. 	<ul style="list-style-type: none"> – Зростання витрат; – високі ціни; – недостатня кількість клієнтури; – довгий та незрозумілий процес укладання договорів; – поступове зменшення кількості компаній; – низький рівень надійності.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – Розширення вибірки страхових послуг; – збільшення кількості клієнтів; – залучення інвесторів із-за кордону; – зростання інтересу до страхової сфери з боку держави; – пошук методів зменшення податків. 	<ul style="list-style-type: none"> – Зміна переваг серед населення, зменшення інтересу; – зменшення реального доходу населення, як наслідок, зменшення клієнтів страхування; – збільшення витрат на необхідні пункти більше, ніж збільшення прибутків; – шахрайство (підробка документів тощо); – поява конкурентів з такими ж послугами, але більш дешевими або вищої якості.

Джерело: складено авторами на основі джерел [4; 5]

Таблиця 7

Проект удосконалення страхового ринку

Нормативно-правова база	1) Оновлення законів, постанов, розпоряджень, правил, вимог; 2) введення додаткових органів та установ, таких як «спостерігальний фонд», гарантійний фонд.
Державна політика	1) Держава повинна вести ретельний контроль, втручатися в роботу компаній, запобігати банкрутству компаній; також державні органи будуть частіше визначати випадки «відмивання» грошей, виплати незаконних комісійних винагород; 2) ведення більш ретельного контролю страховальників для передбачення махінацій.
Стандарти ЄС	1) Перенесення іноземних стандартів страхування в Україну з адаптацією їх під можливості та менталітет країни; 2) збільшення важливості перестраховування до рівнів західних країн.
Конкурентоспроможність	Підвищення рівня конкурентоспроможності страхових компаній.
Інформування	Підвищення частоти опублікування каталогів, в яких висвітлюється діяльність страхових компаній.
Сфера освіти	Створення ВНЗ для навчання майбутніх страховиків.

Джерело: складено авторами

Поліпшити страхування можна за рахунок розширення вибору страхових послуг, підвищення конкурентоспроможності компаній, забезпечення оптимального методу зв'язку між клієнтом та компанією, залучення страхових компаній до соціальних проблем.

Висновки. У статті проаналізовано статистичні дані ринку страхування за 2015–2019 роки. Кількість компаній за 4 роки зменшилась на 86 одиниць. Кількість укладених договорів добровільного страхування зросла на 17 084 одиниці, а кількість договорів обов'язкового страхування транспорту зменшилась на 15 453 одиниці. Сума страхових премій зросла на 4 623,8 млн. грн., а сума страхових виплат зросла на 2 309,7 млн. грн. Сума активів зменшилась на 15 087,9 млн. грн., сума статутного капіталу зменшилась на 2 361,6 млн. грн., а сума страхових резервів збільшилась на 5 950,1 млн. грн. Сума страхових премій зі страхування життя зменшилась на 69,9 млн. грн., а сума страхових премій з інших видів страхування зросла на 4 965,4 млн. грн.

Проведено SWOT-аналіз ринку страхування, де визначилися сильні та слабкі сторони, а також можливості подальшого розвитку та загрози, які можуть перешкодити досягненню розвинутого стану.

Загалом можна сказати, що ринок страхування в Україні нині розвивається, але дуже повільно. Тяжка політична ситуація, занепад економіки, застаріла система страхування сповільнили розвиток. Вирішення наявних проблем дасть змогу підвищити стан ринку страхування, покращити фінансове становище компаній та приведе до встановлення нового устрою економіки, який базуватиметься на страховій діяльності.

Щодо перспектив подальшого розвитку, то можна виділити розвиток перестраховування як окремої ланки, збільшення кількості людей, що укладають договори зі страхування за рахунок виходу кварталних каталогів, інформування про стан страхування в ЗМІ. Також окремо можна виділити збільшення спеціалізованих працівників за умови відкриття спеціальних ВНЗ або хоча б створення спеціальності «страховий агент».

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вовчак О.Д. Страхова справа : підручник. Київ, 2011. 391 с.
2. Google. Дані всесвітнього банку. URL: <https://www.google.com/publicdata/explore> (дата звернення: 15.12.2019).
3. Консолідовані звітні дані за 2015–2019 роки / Нацкомфін-послуг. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Konsolidovani-zvitni-dani.html> (дата звернення: 15.12.2019).
4. Ринок страхових послуг в Україні. Виділення основних проблем. URL: http://yasno-group.com/ua/proekti/prikladni_nashih_robiv/riнок_страхових_послуг_в_україні (дата звернення: 15.12.2019).
5. Кисельова О.М. Фактори, які впливають на розвиток страхового ринку України. Київ, 2009. 312 с.
6. Рахман М.С., Мангушев Д.В. Структурний аналіз фінансового потенціалу страхових послуг України. Ефективна економіка. 2014. № 5. С. 5.

REFERENCES:

1. Vovchak O.D. Strahova sprava : pidruchnik. Kyiv, 2011. 391 s. [Vovchak O.D. Insurance : a textbook. Kiev, 2011. 391 p.].
2. Google. Danivsesvitnogobanku. URL: <https://www.google.com/publicdata/explore> (data zvernennya: 15.12.2019). [Google. World Bank Data]. URL: <https://www.google.com/publicdata/explore> (accessed: 12.15.2019)].
3. Konsolidovani zvitni dani za 2015–2019 roki / Natskomfinsposlug. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Konsolidovani-zvitni-dani.html> (data zvernennya: 15.12.2019). [Consolidated Reporting Data for 2015–2019 of the National Financial Services Commission. URL: <https://www.nfp.gov.ua/en/Konsolidovani-zvitni-dani.html> (accessed: 12.15.2019)].
4. Rinok strahovih poslug v Ukraini. Vidliennya osnovnih problem. URL: http://yasno-group.com/ua/proekti/prikladni_nashih_robiv/riнок_страхових_послуг_в_україні (data zvernennya: 15.12.2019). [Insurance market in Ukraine. Highlighting major issues. URL: http://yasno-group.com/en/projects/examples_ofour_works/market_insurance_services_in_Ukraine (accessed: 12.15.2019)].
5. Kiseleva O.M. Faktori, yakі vplivayut na rozvitok strahovogo rinku Ukraini. Kyiv, 2009. 312 s. [Kiselev O.M. Factors that influence the development of the Ukrainian insurance market. Kyiv, 2009. 312 p.].
6. Rahman M.S., Mangushev D.V. Strukturniy analiz finansovogo potentsialu strahovih poslug Ukraini. Efektivna ekonomika. 2014. № 5. S. 5 [Rakhman M.S., Mangushev D.V. Structural analysis of the financial potential of insurance services in Ukraine. *An efficient economy*. 2014. № 5, p. 5].

УДК 33.659

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-72>**Чемікос А.В.***студент економічного факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Сівакова О.А.***студент економічного факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Свтушенко В.А.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності економічного факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Chemikos Artem***Student of the Faculty of Economics,
V.N. Karazin Kharkiv National University***Sivakova Olga***Student of the Faculty of Economics
V.N. Karazin Kharkiv National University***Jevtushenko Victoria***Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor, Department of Marketing and Management of
Foreign Economic Activity, Faculty of Economics
V.N. Karazin Kharkiv National University*

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

INTERNATIONAL MARKETING DEVELOPMENT AT ENTERPRISE UNDER GLOBALIZATION

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена вивченню теоретичних та організаційних питань управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в сучасних умовах глобалізації. Здійснено аналіз української компанії «СИЛА» (ООО «АВРОРА-ТРЕЙД») щодо можливості виходу на зовнішні ринки. Детально проаналізовано наявні маркетингові активності та айдентики компанії, здійснено пошук проблем, що не дають змогу вийти компанії на іноземні ринки, запропоновано шляхи їх завчасної ліквідації. Об'єктом дослідження є компанія «СИЛА» (м. Харків, Україна), а предметом – управління маркетинговою діяльністю компанії «СИЛА». Розглянуто форми та методи зовнішньоекономічної діяльності, теоретичні засади процесів управління підприємством. Наведено статистичні дані, на основі яких проведено аналіз та дослідження підприємства щодо управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. За отриманими результатами дослідження запропоновано проєкт удосконалення діяльності підприємства на основі зовнішньоекономічних та інноваційних методів.

Ключові слова: «СИЛА», глобалізація, зовнішньоекономічний маркетинг, реклама, підприємство.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена изучению теоретических и организационных вопросов управления внешнеэкономической деятельностью предприятия в современных условиях глобализации. Осуществлен анализ украинской компании «СИЛА» (ООО «АВРОРА-ТРЕЙД») касательно возможности выхода на внешние рынки. Детально проанализированы существующие маркетинговые активности и айдентики компании, осуществлен поиск проблем, которые не позволяют выйти компании на иностранные рынки, предложены пути их заблаговременной ликвидации. Объектом исследования является компания «СИЛА» (г. Харьков, Украина), а предметом – управление маркетинговой деятельностью ком-

пании «СИЛА». Рассмотрены формы и методы внешнеэкономической деятельности, теоретические основы процессов управления предприятием. Приведены статистические данные, на основе которых проведены анализ и исследование предприятия касательно управления внешнеэкономической деятельностью предприятия. По полученным результатам исследования предложен проект усовершенствования деятельности предприятия на основе внешнеэкономических и инновационных методов.

Ключевые слова: «СИЛА», глобализация, внешнеэкономический маркетинг, реклама, предприятие.

ANNOTATION

The article deals with the problems of Ukrainian companies trying to enter the foreign market. Today, foreign markets have other rules and regulations for the goods sold there. However, it is precisely in goods and services or within the structures of enterprises that there is a similarity and unity through globalization. The main goal of international marketing is to enter foreign markets. The company will not be able to do this unless it resolves the problem of product quality and the loss of value of the key message. SILA needs to adapt to international standards, both in terms of quality of goods and communications at the international level, because following the standards of Ukraine, its products will not be able to be sold abroad. Underdeveloped businesses try to market their products in other countries, but face barriers and problems. In general, there is a problem for the development of Ukrainian enterprises, because it is the activity of enterprises that forms the basis of GDP. Study of ways of enterprise development is relevant today. SILA was selected to study the main factors. A company engaged in the production of auto parts and construction tools. The main advertising communications of the company and the company's products were investigated. After the research, the main problems of the company's activity were found and the ways of their solution were suggested. After that,

prospects for further development were offered to all Ukrainian companies and prospects for further research in general. The object of the research is the company SILA (Kharkiv, Ukraine). The subject is the management of the marketing activity of SILA. Forms and methods of foreign economic activity and other theoretical principles of enterprise management processes were considered. The article presents statistical data on the basis of which the analysis and research of the enterprise by management of foreign economic activity of the enterprise were conducted. According to the results of the study, a project for improving the activity of the company on the basis of foreign economic and innovative methods was proposed.

Key words: SILA, globalization, foreign economic marketing, advertising, enterprise.

Постановка проблеми. Компанії України намагаються покращити свій економічний стан за допомогою різних способів. Одним з них є вихід компанії на зовнішній ринок. Товари компанії починають поставлятися до інших країн і продаватися там. Однак більшість компанії провалюється в цьому, тому що вони є недостатньо розвинутими. Їх структура організації, якість продукції чи маркетинг спрямовані більше на внутрішній ринок, а за бажання розвиватися в міжнародному напрямі вони стикаються з бар'єрами.

Актуальність роботи полягає в тому, що українські компанії мають великий потенціал для розвитку за допомогою випуску товарів на зовнішній ринок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цими питаннями та взагалі питаннями міжнародного маркетингу займалися П. Черномаз, Є. Азарян, О. Білий, В. Будкін, В. Войчак, С. Гаркавенко [1, с. 4].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є виявлення проблем та бар'єрів, що стримують процес розвитку зовнішньої торгівлі в українських компаніях, та пошук шляхів їх вирішення.

Для досягнення цілі поставлені такі завдання:

- 1) аналіз теорії міжнародного маркетингу та процесу глобалізації;
- 2) дослідження маркетингових активностей на підприємстві;
- 3) аналіз бар'єрів та проблем, пов'язаних з виходом підприємства на зовнішній ринок;
- 4) пропонування ідей та шляхів вирішення з огляду на отримані дані для підвищення продажів компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємства на території України, коли досягають достатнього рівня розвитку, намагаються вийти на зовнішній ринок, щоби збільшити свої продажі. Однак велика кількість компаній стикається з тим, що їх уже розвинуті маркетингові комунікації та системи управління не підходять для ринку інших країн або зовсім неефективні та не витримують конкуренції.

Визначення таких проблем відбудеться на прикладі української компанії «СИЛА», що виробляє автомобільний та будівельний ручний інструмент.

Бренд інструментів «СИЛА» набув відомості на ринку України лише за два роки та має всі шанси для того, щоби вийти на зовнішні ринки. Проаналізуємо маркетинг компанії.

Існують такі канали, через які можна впливати на споживачів:

- 1) пости в соціальних мережах;
- 2) власний сайт;
- 3) відео на "YouTube";
- 4) реклама в метро;
- 5) реклама на ТВ;
- 6) зовнішня реклама [6, с. 75].

Компанія «СИЛА» користується лише чотирма каналами. Проаналізуємо всі канали.

- 1) Соціальні мережі.

Компанія активно веде діяльність в усіх актуальних соціальних мережах.

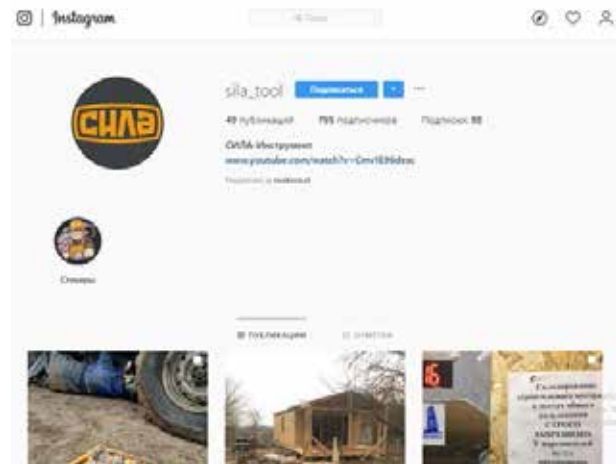


Рис. 1. «СИЛА» в соціальній мережі "Instagram" [5]

Компанія презентує свої товари в ситуаціях споживання, розміщує фото продукції, презентує фото з виставок, роздає подарунки, спілкується в коментарях.

Власний сайт у компанії також є. Це зручний та заповнений корисною інформацією сайт, в якому представлений весь асортимент товару.



Рис. 2. Сайт компанії «СИЛА» [4]

Відео на "YouTube" є головною комунікаційною стратегією підприємства «СИЛА». Через відеоролики компанія демонструє свій архетип, свою продукцію.

Зовнішня реклама – це інструмент для підвищення впізнавання бренду та торговельної марки. Компанія розміщує свої банери на магазинах клієнтів роздрібною торгівлі по всій Україні.

В зовнішній рекламі, окрім повідомлення «Твій інструмент – твоя СИЛА», ще є викладка товарів, які є в асортименті.



Рис. 3. YouTube-канал компанії «СИЛА» [3]

Компанія «СИЛА» має місію та цінності, структурність та емоціональність рекламних повідомлень та різні канали комунікації зі споживачами. Однак якщо компанія забажає вийти на зовнішній ринок, то вона зіткнеться з декількома проблемами.

1) Відсутність відповідного місця на ринку. Цінові сегменти на ринку, як відомо, поділяються на низький, середній та високий [7, с. 35]. Продукція компанії «СИЛА» займає низький та частково середній сегменти. Якщо на території України така продукція користується попитом, то в країнах Європи це мало вірогідно. Якщо ж брати до увагу країни східної Європи, які менш забезпечені, наприклад Польщу, Білорусь та Словаччину, то тут є шанси для випуску товару на їх ринок. Діапазон потреб у низькому ціновому сегменті майже збігається з українськими, а стандарти сертифікації продукції однакові.

2) Втрата сенсу ключового повідомлення «Твій інструмент – твоя СИЛА». Під час виходу на зовнішній ринок його буде необхідно перекладати або адаптувати, отже, він зруйнується. В цьому разі можливість виходу на ринок інших країни також залежить від того, наскільки вони відрізняються за мовою. В країнах східної Європи, де слово «сила» однакове як за значенням, так і за написанням, цю кампанію можна легко адаптувати.

Висновки. Компанія «СИЛА», на прикладі якої був проведений аналіз, має двояке положення під час виходу на зовнішній ринок. З одного боку, в неї є всі показники успішної, сучасної компанії (сертифікована продукція, велика кількість SKU для різних клієнтів). З іншого боку, було виділено дві головні проблеми, такі як надто низький рівень якості продукції, щоби виходити на території більш забезпечених економічно країн; втрата сенсу ключового повідомлення за перекладу на інші мови, яке є дуже успішним на території України.

Для того щоби компанії вийти на зовнішній ринок, необхідно розробити продукцію високої якості спеціально для продажу за кордоном та придумати ключове повідомлення, гасло, яке можна буде легко перекладати без втрати сенсу.



Рис. 4. Зовнішня реклама компанії «СИЛА» (фото надано авторами)

Щодо перспектив подальшого розвитку, то можна виділити розвиток окремого рівня маркетингу для інших ринків, розроблення індивідуальних комунікацій для споживачів кожної культури, вироблення товарів кожного цінового сегменту для різних проблем споживачів, створення інших брендів для захвату іншої цільової аудиторії.

Ці рекомендації спрямовані перш за все на підприємство «СИЛА», однак вони підходять для кожного підприємства України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Черномаз П. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник. Київ, 2010. 143 с.
2. Дікарев О. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник. Київ, 2009. 150 с.
3. Офіційний YouTube-канал підприємства «СИЛА». URL: <https://www.youtube.com/channel/UCFBMqLrRtNzXLEqU-Y-t8w> (дата звернення: 13.12.2019).
4. Офіційний сайт підприємства «СИЛА». URL: <https://sila-tool.com.ua> (дата звернення: 13.12.2019).
5. Офіційний Instagram-акаунт підприємства «СИЛА». URL: https://www.instagram.com/sila_tool (дата звернення: 13.12.2019).
6. Миронов Ю., Крамар Р. Основи рекламної діяльності : навчальний посібник. Дрогобич, 2007. 132 с.

REFERENCES:

1. Chernomaz P. Mizhnarodnyi marketynh: navchalnyi posibnyk. Kyiv, 2010. 143 s. [Chernomaz P. International Marketing : A Tutorial. Kyiv, 2010. 143 p.]
2. Dikarev O. Mizhnarodnyi marketynh : navchalnyi posibnyk. Kyiv, 2009. 150 s. [Dikarev O. International Marketing : A Tutorial. Kyiv, 2009. 150 p.]
3. Ofitsiyni YouTube-kanal pidpriemstva "SILA". URL: <https://www.youtube.com/channel/UCFBMqLrRtNzXLEqU-Y-t8w> [SILA YouTube Official Channel] (accessed 13.12.2019).
4. Ofitsiyni cait pidpriemstva "SILA". URL: <https://sila-tool.com.ua> [Official site of SILA enterprise] (accessed: 13.12.2019).
5. Ofitsiyni Instagram-akaunt SYLA. URL: https://www.instagram.com/sila_tool [Official Instagram Account SILA] (accessed: 13.12.2019).
6. Myronov Yu., Kramar R. Osnovy reklamnoi diialnosti: navchalnyi posibnyk. Drohobych, 2007. 132 s. [Mironov Y., Kramar R. Basics of advertising : a textbook. Drohobych, 2007. 132 p.]

УДК 369.8

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-73>**Шацкова Л.П.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту
Одеського національного політехнічного університету***Тімченко Т.О.***магістр
Одеського національного політехнічного університету***Shatskova Liubov***Candidate of Sciences (Economics),
Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit
Odessa National Polytechnic University***Timchenko Tetiana***Master
Odessa National Polytechnic University*

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ УКРАЇНИ У СФЕРІ НАДАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ

ANALYSIS OF DEVELOPMENT TRENDS OF ACTIVITY OF ECONOMIC ENTITIES OF UKRAINE IN THE SPHERE OF PROVIDING SOCIAL ASSISTANCE

АНОТАЦІЯ

У статті виділено сектори в системі надання соціальних послуг. У розрізі секторів розглянуто суб'єкти господарювання України у сфері надання соціальної допомоги. Виділено два основних види діяльності у сфері надання соціальної допомоги, а саме надання послуг догляду із забезпеченням проживання та надання соціальної допомоги без забезпечення проживання. Проведено аналіз тенденцій розвитку діяльності суб'єктів господарювання України у сфері надання соціальної допомоги, динаміки кількості суб'єктів господарювання та зайнятих працівників у сфері надання соціальної допомоги, динаміки обсягу реалізованих і вироблених послуг у сфері надання соціальної допомоги за 2016–2018 рр. На основі проведеного аналізу зроблено висновки та визначено напрями подальшого розвитку сфери надання соціальної допомоги.

Ключові слова: соціальна допомога, соціальна послуга, сектор, аналіз, тенденції.

АННОТАЦИЯ

В статье выделены секторы в системе предоставления социальных услуг. В разрезе секторов рассмотрены субъекты хозяйствования Украины в сфере предоставления социальной помощи. Выделены два основных вида деятельности в сфере предоставления социальной помощи, а именно предоставление услуг ухода с обеспечением проживания и предоставление социальной помощи без обеспечения проживания. Проведен анализ тенденций развития деятельности субъектов хозяйствования Украины в сфере предоставления социальной помощи, а именно динамики количества субъектов хозяйствования и занятых работников в сфере предоставления социальной помощи, динамики объема реализованных и произведенных услуг в сфере предоставления социальной помощи за 2016–2018 гг. На основе проведенного анализа сделаны выводы и определены направления дальнейшего развития сферы предоставления социальной помощи.

Ключевые слова: социальная помощь, социальная услуга, сектор, анализ, тенденции.

ANNOTATION

The article identifies sectors in the social service delivery system: state, communal and non-state. The set of entities that interact at all stages of the social service organization are the main components of the social service delivery system. In terms of sectors Ukraine's social assistance entities are considered: in social and public sectors social service providers are social service institutions (inpatient, rehabilitation, temporary residence); other institutions for social support (services), including specialized support services for persons affected by domestic and gender-based violence; in non-state sector social service providers are businesses, organizations, public associations, charities, religious organizations, individual entrepreneurs and individuals, who provide social care services without engaging in business. There are two main types of activities in the field of social assistance: provision of residential care and social assistance without accommodation. The development trends of activity of economic entities of Ukraine in the sphere of providing social assistance are analyzed, namely: the dynamics of the number of economic entities and employed workers in the sphere of providing social assistance, the volume of provided and produced services in the sphere of social assistance for 2016–2018. According to the analysis of trends in the development of activities of institutions in the field of social assistance, it was found that the number of business entities and employed workers in the sphere of providing social assistance is increasing every year; the volume of provided and produced services in the sphere of social assistance in 2018 compared to 2016 has increased by approximately 2 times. The directions of further development of the sphere of social assistance are defined: decentralization and demonopolization of the sphere of providing social assistance; involving more the private sector in its provision; reorientation of economic entities to solve fundamentally new problems with the use of innovative technologies; providing the state with conditions for the effective functioning of economic entities in the sphere of providing social assistance.

Key words: social assistance, social service, sector, analysis, trends.

Постановка проблеми. У сучасній економіці основи розвитку людини й суспільства загалом визначаються ефективністю галузей соціальної сфери. Ефективність суб'єктів господарювання сфери надання соціальної допомоги залежить від їх забезпеченості ресурсами, а також від ефективності системи управління соціальною сферою. Підвищення ефективності сфери соціальних послуг на сучасному етапі її розвитку пов'язано перш за все з упровадженням новітніх технологій надання соціальних послуг різним суб'єктам з урахуванням діяльності не тільки державного, але й недержавного секторів. В контексті викладеного вище актуалізується потреба дослідження тенденцій розвитку діяльності суб'єктів господарювання України у сфері надання соціальної допомоги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості соціальної сфери в ринковій економіці, проблематика управління й ресурсного забезпечення соціальної сфери, специфіка надання соціально значущих благ та послуг, оцінювання ефективності витрат у соціальній сфері розглянуті в працях таких фахівців, як Я.С. Белєвцова, В.О. Гончаров, А.А. Казанчан, К.С. Міщенко, С.В. Попова.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на розвиток наукової думки з проблем сфери надання соціальної допомоги, недостатньо дослідженими залишаються питання тенденцій розвитку діяльності суб'єктів господарювання України у сфері надання соціальної допомоги останніми роками.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є проведення аналізу тенденцій розвитку діяльності суб'єктів господарювання України у сфері надання соціальної допомоги та визначення напрямів подальшого розвитку цієї сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними компонентами системи надання соціальних послуг є способи й форми надання соціальних послуг, сукупність суб'єктів, що взаємодіють на всіх етапах організації надання соціальних послуг.

Відповідно до Закону України «Про соціальні послуги» суб'єкти, що надають соціальні послуги, можуть належати до державного/комунального або недержавного сектору. До суб'єктів державного/комунального сектору належать установи/заклади надання соціальних послуг (стаціонарні, реабілітаційні, тимчасового перебування); інші установи/заклади соціальної підтримки (обслуговування), зокрема спеціалізовані служби підтримки осіб, постраждалих від домашнього насильства та насильства за ознакою статі. До суб'єктів недержавного сектору належать підприємства, організації, громадські об'єднання, благодійні, релігійні організації, фізичні особи – підприємці та фізичні особи, які надають соціальні послуги з догляду без здійснення підприємницької діяльності. Соціальні послуги надаються суб'єктами держав-

ного, комунального, недержавного секторів незалежно від джерел фінансування відповідно до державних стандартів соціальних послуг [1].

Багато державних соціальних установ надають своїм клієнтам комплексне обслуговування не тільки з набору видів соціальних послуг, але й за формами їх надання. Водночас недержавні установи, що входять на цей ринок, як правило, спеціалізуються на наданні певних видів соціальних послуг в одній з форм їх надання.

Відповідно до Класифікації видів економічної діяльності діяльність у сфері охорони здоров'я і соціальних послуг належить до розділу Q, який включає широкий діапазон заходів від медичної допомоги до соціальних послуг без залучення фахівців в галузі охорони здоров'я. За даними Державної служби статистики виділяються діяльність у сфері послуг догляду із забезпеченням проживання та діяльність у сфері надання соціальної допомоги без забезпечення проживання. За діяльністю у сфері послуг догляду із забезпеченням проживання розглядають діяльність із догляду за хворими, надання послуг догляду для осіб з розумовими вадами та хворих на наркоманію, надання послуг догляду для осіб похилого віку та інвалідів, надання інших послуг догляду. За діяльністю у сфері надання соціальної допомоги без забезпечення проживання розглядають надання соціальної допомоги для осіб похилого віку та інвалідів, надання іншої соціальної допомоги.

Перш за все дослідимо динаміку кількості суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги за 2016–2018 рр. (табл. 1).

За даними табл. 1 можна побачити, що за 2016–2018 рр. кількість суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги збільшується з кожним роком. Приріст кількості суб'єктів господарювання надання соціальної допомоги з наданням проживання значно перевищує (на 40,35%) приріст кількості суб'єктів господарювання з надання соціальної допомоги без забезпечення проживання. Найменший приріст кількості суб'єктів господарювання із соціальної допомоги має догляд за хворими із забезпеченням проживання (14,29%), а найбільший приріст – надання послуг догляду з наданням проживання для осіб похилого віку та інвалідів (153,85%).

Далі дослідимо динаміку кількості зайнятих працівників у сфері надання соціальної допомоги за 2016–2018 рр.

В табл. 2 можна побачити, що за 2016–2018 рр. кількість зайнятих працівників у сфері надання соціальної допомоги збільшується з кожним роком. Приріст кількості зайнятих працівників у сфері надання соціальної допомоги з наданням проживання значно перевищує (на 46,51%) приріст кількості зайнятих працівників у сфері надання соціальної допомоги без забезпечення проживання. Найменший приріст кількості зайнятих працівників у сфері соціальної допомоги має догляд за хворими із забезпеченням проживання

Таблиця 1

Динаміка кількості суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги за 2016–2018 рр.

Вид діяльності	Кількість суб'єктів господарювання, од.			Приріст, %		
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2017 р./2016 р.	2018 р./2017 р.	2018 р./2016 р.
Діяльність із догляду за хворими із забезпеченням проживання	14	12	16	-14,29	33,33	14,29
Надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб з розумовими вадами та хворих на наркоманію	24	41	44	70,83	7,32	83,33
Надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб похилого віку та інвалідів	13	22	33	69,23	50,00	153,85
Надання інших послуг догляду із забезпеченням проживання	16	17	19	6,25	11,76	18,75
Всього надання послуг догляду із забезпеченням проживання	67	92	112	37,31	21,74	67,16
Надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів	764	866	1002	13,35	15,70	31,15
Надання іншої соціальної допомоги без забезпечення проживання	1 131	1 206	1 401	6,63	16,17	23,87
Всього надання соціальної допомоги без забезпечення проживання	1895	2072	2403	9,34	15,97	26,81

Джерело: [2]

Таблиця 2

Динаміка кількості зайнятих працівників у сфері надання соціальної допомоги за 2016–2018 рр.

Вид діяльності	Кількість суб'єктів господарювання, од.			Приріст, %		
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2017 р./2016 р.	2018 р./2017 р.	2018 р./2016 р.
Діяльність із догляду за хворими із забезпеченням проживання	46	65	51	41,30	-21,54	10,87
Надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб з розумовими вадами та хворих на наркоманію	83	114	187	37,35	64,04	125,30
Надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб похилого віку та інвалідів	47	69	95	46,81	37,68	102,13
Надання інших послуг догляду із забезпеченням проживання	72	61	147	-15,28	140,98	104,17
Всього надання послуг догляду із забезпеченням проживання	248	309	480	24,60	55,34	93,55
Надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів	771	890	1051	15,43	18,09	36,32
Надання іншої соціальної допомоги без забезпечення проживання	1374	1657	2103	20,60	26,92	53,06
Всього надання соціальної допомоги без забезпечення проживання	2145	2547	3154	18,74	23,83	47,04

Джерело: [3]

(10,87%), а найбільший приріст – надання послуг догляду з наданням проживання для осіб з розумовими вадами та хворих на наркоманію (125,3%).

Розглянемо динаміку обсягу реалізованих послуг суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги за 2016–2018 рр. (табл. 3).

За даними табл. 3 можна побачити, що за 2016–2018 рр. обсяг реалізованих послуг

суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги збільшується з кожним роком. Обсяг реалізованих послуг суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги у 2018 р. порівняно з 2016 р. збільшився приблизно у 2 рази. Найменший приріст обсягів реалізованих послуг суб'єктів господарювання із соціальної допомоги має надання послуг догляду

Таблиця 3

**Динаміка обсягу реалізованих послуг суб'єктів господарювання
у сфері надання соціальної допомоги за 2016–2018 рр.**

Вид діяльності	Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.			Приріст, %		
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2017 р./ 2016 р.	2018 р./ 2017 р.	2018 р./ 2016 р.
Діяльність із догляду за хворими із забезпеченням проживання	4 059,5	11 802,4	9 305,6	190,74	-21,16	129,23
Надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб з розумовими вадами та хворих на наркоманію	13 579,8	17 209,2	21 087,0	26,73	22,53	55,28
Надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб похилого віку та інвалідів	4 712,8	6 409,7	12 756,0	36,01	99,01	170,67
Надання інших послуг догляду із забезпеченням проживання	1 998,3	4 519,8	6 258,7	126,19	38,47	213,20
Всього надання послуг догляду із забезпеченням проживання	24 350,4	39 941,1	49 407,3	64,03	23,70	102,90
Надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів	50 570,4	65 269,9	98 129,6	29,07	50,34	94,05
Надання іншої соціальної допомоги без забезпечення проживання	130 201,8	188 572,0	291 217,5	44,83	54,43	123,67
Всього надання соціальної допомоги без забезпечення проживання	180 772,2	253 841,9	389 347,1	40,42	53,38	115,38

Джерело: [4]

Таблиця 4

**Динаміка обсягу вироблених послуг суб'єктів господарювання
у сфері надання соціальної допомоги за 2016–2018 рр.**

Вид діяльності	Обсяг витрат, тис. грн.			Приріст, %		
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2017 р./ 2016 р.	2018 р./ 2017 р.	2018 р./ 2016 р.
Діяльність із догляду за хворими із забезпеченням проживання	3 825,7	11 264,3	7 960,6	194,44	-29,33	108,08
Надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб з розумовими вадами та хворих на наркоманію	12 439,8	16 229,5	19 986,6	30,46	23,15	60,67
Надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб похилого віку та інвалідів	4 424,1	6 356,8	12 583,2	43,69	97,95	184,42
Надання інших послуг догляду із забезпеченням проживання	2 751,9	5 965,4	7 623,2	116,77	27,79	177,02
Всього надання послуг догляду із забезпеченням проживання	23 441,2	39 816,0	48 153,6	69,85	20,94	105,42
Надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів	45 839,2	65 376,6	98 216,1	42,62	50,23	114,26
Надання іншої соціальної допомоги без забезпечення проживання	118 001,3	185 637,9	287 543,6	57,32	54,89	143,68
Всього надання соціальної допомоги без забезпечення проживання	163 840,5	251 014,5	385 759,7	53,21	53,68	135,45

Джерело: [5]

із забезпеченням проживання для осіб з розумовими вадами та хворих на наркоманію (55,28%), а найбільший приріст – надання інших послуг догляду із забезпеченням проживання (213,2%).

Досліджено динаміку обсягу вироблених послуг суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги за 2016–2018 рр. (табл. 4).

За даними табл. 4 можна побачити, що за 2016–2018 рр. обсяг вироблених послуг суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги збільшується з кожним роком.

Обсяг вироблених послуг суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги у 2018 р. порівняно з 2016 р. збільшився приблизно у 2 рази. Найменший приріст обсягів вироблених послуг суб'єктів господарювання із соціальної допомоги має надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб з розумовими вадами та хворих на наркоманію (60,67%), а найбільший приріст – надання послуг догляду із забезпеченням проживання для осіб похилого віку та інвалідів (184,42%).

Висновки. Отже, за результатами аналізу тенденцій розвитку діяльності суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги можна констатувати, що кількість суб'єктів господарювання та зайнятих працівників у сфері надання соціальної допомоги збільшується з кожним роком. Обсяг реалізованих та вироблених послуг суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги у 2018 р. порівняно з 2016 р. збільшився приблизно у 2 рази. Перспективними напрямками подальшого розвитку сфери надання соціальної допомоги є децентралізація та демонополізація сфери надання соціальної допомоги, залучення до її надання більшої кількості недержавних організацій та приватного сектору, переорієнтація суб'єктів господарювання на вирішення принципово нових завдань з використанням інноваційних технологій, забезпечення державою умов ефективного функціонування суб'єктів господарювання у сфері надання соціальної допомоги.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про соціальні послуги : Закон України від 17 січня 2019 р. № 2671-VIII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671> (дата звернення: 06.12.2019).
2. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010–2018) / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 06.12.2019).
3. Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010–2018) / Державна

служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 06.12.2019).

4. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010–2018) / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 06.12.2019).
5. Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010–2018) / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 06.12.2019).

REFERENCES:

1. Verkhovna Rada Ukrainy. Pro socialjni poslughy : Zakon Ukrainy vid 17.01.2019 r. no. 2671-VIII. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671> (accessed: 06 December 2019).
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Kiljkistj sub'ektiv ghospodarjuvannja za vydamy ekonomichnoji dijajlnosti (2010–2018). Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 06 December 2019).
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Kiljkistj zajnyatykh pracivnykiv u sub'ektiv ghospodarjuvannja za vydamy ekonomichnoji dijajlnosti (2010–2018). Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 06 December 2019).
4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Obsjagh realizovanoji produkciji (tovariv, poslugh) sub'ektiv ghospodarjuvannja za vydamy ekonomichnoji dijajlnosti (2010–2018). Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 06 December 2019).
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Obsjagh vyroblenoji produkciji (tovariv, poslugh) sub'ektiv ghospodarjuvannja za vydamy ekonomichnoji dijajlnosti (2010–2018). Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 06 December 2019).

СЕКЦІЯ 10 МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 339,659

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-74>**Капраль О.Р.***кандидат економічних наук,
асистент кафедри маркетингу і логістики
НУ «Львівська політехніка»***Kapral Olha***Candidate of Sciences (Economics),
assistant of the Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University*

ВИДИ КОНТЕНТУ ТА КОНТЕНТ, ЩО СПРИЯЄ ЗБІЛЬШЕННЮ ОБСЯГІВ ПРОДАЖУ

TYPES OF CONTENT AND CONTENT THAT HELPS DRIVE SALES

АНОТАЦІЯ

Динаміка та особливості економічного розвитку вимагають пошуку нових форм та методів організації підприємницької діяльності, орієнтованих на застосування сучасних маркетингових технологій, прискорення науково-технічного прогресу, аналіз та задоволення потреб населення і суспільства в товарах і послугах. Для успішного просування брендів необхідно з розумом розміщувати якісний та оригінальний контент. Це допоможе домогтися збільшення охоплення цільової аудиторії та отримати нових передплатників, а в перспективі й клієнтів. Поняття об'єднує контент сайту або іншого Інтернет-сервісу. Він може мати різний вигляд, оскільки має на увазі не тільки текст. Наповнення сайту – це те, без чого не може існувати жодна платформа. За ним користувач визначає для себе, наскільки сторінка йому цікава і близька за сприйняттям.

Ключові слова: Інтернет-маркетинг, контент, маркетинг, мережа, продаж, соціальна мережа.

АННОТАЦИЯ

Динамика и особенности экономического развития требуют поиска новых форм и методов организации предпринимательской деятельности, ориентированных на применение современных маркетинговых технологий, ускорение научно-технического прогресса, анализ и удовлетворение потребностей населения и общества в товарах и услугах. Для успешного продвижения брендов необходимо с умом размещать качественный и оригинальный контент. Это поможет добиться увеличения охвата целевой аудитории и получить новых подписчиков, а в перспективе и клиентов. Понятие объединяет контент сайта или иного Интернет-сервиса. Он может иметь различный вид, поскольку подразумевает не только текст. Наполнение сайта – это то, без чего не может существовать ни одна платформа. По нему пользователь определяет для себя, насколько страница ему интересна и близка по восприятию.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, контент, маркетинг, сеть, продажа, социальная сеть.

ANNOTATION

Dynamics and features of economic development require the search for new forms and methods of business organization, focused on the use of modern marketing technologies, accelerating scientific and technological progress, analysis and meeting

the needs of the population and society in goods and services. Successful brand promotion requires the placement of quality and original content. This will help increase the reach of your target audience and gain new subscribers and, in the long run, customers. The concept combines the content of a site or other internet service. It may take many different forms, as it implies not only text. Filling a site is something without which no platform can exist. According to it, the user determines for himself how interesting the page is to him and close in perception. This article is devoted to the study of the features of each type of content in social networks. The main component that holds together all the elements of content, such as audio, illustration, video and more, is text as a whole. By adding photos, videos and other visual elements, this makes the story more realistic, understandable to the user, helps convey meaning in different ways, enhances the impact on the viewer, helps keep it focused. To conclude, content can be said to be content where the consumer is directly involved in the creation and distribution. Content allows you to build brand loyalty, free of charge and on a regular basis, by providing consumers with useful information that engages people in exploring a brand proposition and facilitates networking. In this article, content is conventionally divided into several types: informational, sales, entertaining, engaging, and viral. By combining different content, marketers have the opportunity to sell products, support the reader's interest and promote the brand. That is, there are many content options. All you have to do is choose the right types and optimize them for your target audience. When choosing the types and frequency of publications, it is important to consider where they will be read and viewed. Keep in mind that content is the only way to persuade your audience to buy from you. Every good post increases the likelihood of a purchase, and every bad post decreases.

Key words: Internet marketing, content, marketing, network, sales, social network.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сьогодні глобальний дефіцит унікальної, цікавої користувачеві інформації залишається актуальною проблемою. Але сам дефіцит незламний. Потреба в отриманні нових ідей буде існувати постійно – і перед

тими, хто споживає інформацію, і перед тими, хто її створює. Найголовніше те, що контент має бути наданий споживачеві в потрібному місці і в потрібний момент. У цьому полягає причина того, що традиційна реклама перестає працювати, як це було донедавна.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Здійснений аналіз показує, що дослідженню соціальних мереж як складової частини медіа присвячено праці вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме М. Фрейзера та С. Дутти (*Throwing Sheep in the Boardroom: How Online Social Networking Will Transform Your Life, Work and World*) Д. Бойда (*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*), Т. Фісенко, С. Коноплицького, А. Захарченка, Ю. Половинчака, А. Демкович, Т. Солнцевої та багатьох інших дослідників. А також зарубіжні науковці присвятили багато праць досліджуваній темі, зокрема Д. Мак-Квейл, Е. Тоффлер. Серед відомих науковців проблеми сутності та різновидів контенту торкаються праці М. Маклюена, Л. Одена, К. Афанасьєвої та багатьох інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Маркетинг, який для нас є традиційним, із кожним днем стає все менш ефективним, а це означає, що кожен успішний маркетолог повинен знати, що має бути кращий спосіб. Це, власне, контент-маркетинг. Контент-маркетинг – це стратегічний маркетинговий підхід, орієнтований на створення та розповсюдження цінного, релевантного та послідовного контенту для залучення та збереження чітко визначеної аудиторії і в кінцевому підсумку для вигідних прибутків клієнтів. Під контент-маркетингом слід розуміти «сукупність маркетингових прийомів, заснованих на створенні та поширенні корисної для споживача інформації з метою завоювання довіри і залучення потенційних клієнтів» [7, с. 383]. У цьому разі у статті виокремлено види контенту, які можуть допомогти створити релевантний контент і збільшити трафік. Хоча, з іншого боку, давати поради в контент-маркетингу – дуже умовна річ. Можна дотримуватися порад професіоналів, створити те, що зацікавить мільйони підписників, а можна зовсім нічого. У даному разі необхідно дізнаватися якомога більше нового і експериментувати.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення й аналіз стратегії контент-маркетингу та умов її розроблення і реалізації; опис видів контенту, які допоможуть у правильно підібраній стратегії написання тексту та збільшення трафіку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Класифікація контенту допомагає маркетологам планувати просування і складати контент-плани. Є декілька видів інформаційних матеріалів.

До першого виду можна віднести інформаційний контент. Зазвичай перед покупкою люди збирають інформацію про даний товар чи послугу. Наприклад, щоб вибрати холодильник, потрібно знати, яка марка більш надійна, скільки літрів корисного об'єму знадобиться вашій родині, розташування морозильної камери та ін. Отже, інформація, яку публікують, повинна бути корисна аудиторії, а отже, такі публікації дають експертність: фоловери бачать, що інформація подана професіоналом і йому можна довіряти, поступово вони звикають до таких постів у стрічці новин.

Такі запити користувачів в Інтернеті називаються інформаційними. Щоб допомогти знайти на них відповіді, компанії публікують:

- how-to-статті;
- огляди;
- рецензії;
- відповіді на часті запитання;
- майстер-класи;
- чек-листи;
- експерименти;
- добірки корисних ресурсів і т. д.

Інформаційний контент розкриває товар із нових боків і повинен займати приблизно 50% від усіх постів. До такого контенту відносимо:

- репутаційний. Потрібно розказати про свої успіхи і досягнення, показати отримані дипломи після пройдених курсів і тренінгів, сертифікати та атестати;
- новини галузі. Сюди входять думки лідерів ринку та експертів, новинки галузі, рейтинги, тренди, прогнози, методики і техніки, які застосовуються у галузі. Як ілюстрацію можна використовувати інфографіку;
- огляди, наприклад товарів і послуг, корисних сайтів, інструментів та матеріалів;
- характеристики товару, наприклад відповіді на питання, FAQ, за і проти, руйнування міфів;
- деталі (порівняння товарів, ТОП-3 найкращих продуктів і т. п.);
- життя компанії, наприклад місія й історія, новини, засновник і фахівці, репортажі, інтерв'ю, найкращі працівники, робочий день співробітника, анонси та звіти із заходів;
- за лаштунками: процес створення товару, майстер-класи з виготовлення, секрети, корисні трюки, фото з виробництва, процес використання товару.

Наступним видом є контент продажу. На етапі, коли клієнт уже знає про компанію і готовий до покупки, він шукає конкретний продукт або послугу. Саме у цей час йому найкраще підійде контент продажу. Тобто коли отримано довіру і лояльність аудиторії, потрібно починати публікувати контент продажу. Це може бути:

- кейс;
- акційна розсилка;
- сторінка продажу чи лендинг;
- відгуки;
- комерційна пропозиція;
- пост продажу в соціальних мережах.

Особливість тексту продажу полягає у тому, що він містить конкретну пропозицію і заклик до дії – купити або замовити. Саме такий контент залучає клієнтів, і відбувається продаж. Таких постів повинно бути приблизно 30% від загальної кількості.

До контенту продажу можна віднести:

- товар і все, що до нього належить: демонстрація товару, оффер, вибір дня, фото «до і після»;
- соціальні підтвердження. Це пости, які говорять, що даний товар популярний і його купують, відгуки та фото реальних клієнтів, історії про те, як хтось вирішив свою проблему за допомогою товару, фото із зірками;
- акції, тобто можливість вигравати призи і розпродажі, обмежені за часом.

Щоб аудиторія не занудьгувала і продовжувала читати блог, розсилку, стрічку в соціальних мережах, потрібно час від часу пропонувати їй відпочити і повеселитися. Це завдання вирішує розважальний контент. Із його допомогою потрібно постаратися залучити пасивного читача до спілкування. Такого контенту має бути близько 20%.

До розважального контенту належать:

- провокації, або спростування догм, думки, які йдуть урозріз із загальноприйнятою;
- опитування. Опитування заради опитування нікому не цікаві. Це показує аудиторії, що їхня думка впливає на результат. Наприклад, якщо проводиться опитування, потрібно публікувати підтвердження, що дані результати були використані;
- конкурси та розіграші. Цей вид контенту останнім часом набуває все більшої популярності, оскільки людям подобається розгадувати різноманітні загадки, коментувати їх, ділитися ними зі своїми підписниками тощо;
- квести. Це трудомісткий, але дуже ефективний інструмент маркетингу. Немає нічого кращого, якщо ви хочете, щоб ваш бренд запам'ятали;
- марафони. Челендж, коли група учасників робить одне й те ж. Переможе той, хто перший викладе результат або дійде до кінця;
- пости для створення настрою («меми», підбірки кумедних фото та відеороликів тощо) – найбільш популярний та найбільш вірусний вид розважального контенту, який отримує більшу частину «лайків» (уподобань користувачів) та «шерів» (можливість поділитися матеріалом зі своїми підписниками за допомогою його репосту). Проте під час створення цього виду розважального контенту слід пам'ятати про особливості своєї аудиторії, оскільки різні вікові чи професійні категорії користувачів сприйматимуть його по-різному;
- цитати, афоризми, висловлювання відомих особистостей – різновид розважального контенту, що використовується майже кожною спільнотою у соціальній мережі та активно розповсюджується користувачами, нерідко з помилковим автором чи спотвореним змістом;

– цікаві факти – матеріали науково-пізнавального характеру;

– зворушливі історії: за формою і способом викладу ці матеріали нагадують новели, в яких йдеться про певну подію з життя сучасної людини;

– підбірки, рейтинги (наприклад, топ-100 книжок, рекомендованих до прочитання, тощо) – матеріали досить суб'єктивного змісту, адже створені на основі думок та вподобань однієї особистості, яка намагається нав'язати їх іншим користувачам;

– GIF-анімації – популярний графічний формат. Принцип створення цих ефектів побудований на використанні почергово кількох статичних зображень-кадрів. Для кожного кадру вказується час його висвітлення на екрані. Послідовність кадрів може бути зациклена. Часто цю технологію бачимо серед рекламних повідомлень у мережі [5];

– «живе» відео. Його суть полягає в автоматичному завантаженні та програванні під час перегортання користувачем соціальної мережі власної стрічки новин. Таким чином, розробники подібних матеріалів ніби примушують користувача переглянути його.

Контент, що приваблює. Цей тип контенту стимулює клієнтів спілкуватися: залишати коментарі, ділитися своїми фотографіями. Він найчастіше використовується у соцмережах, щоб розворушити підписників і зробити сторінку компанії «живою». Види даного контенту, що стимулюють до того, щоб залишити коментар чи розпочати обговорення, такі:

- статті на гострі теми;
- статті-думки;
- інтерактивний контент: тести, вікторини, опитування, онлайн-калькулятори, анімовані інфографіки;
- питання-відповіді;
- публікації про актуальні події.

Вірусний контент. Вірусні публікації допомагають вирішити кілька завдань: вони привертають увагу цільової аудиторії, трафік на сайт і увагу експертів. Трафік потім конвертують у ліди (потенційні клієнти, які згідно з вашою воронкою продажів перебувають у різній стадії готовності здійснити купівлю вашого товару чи послуги) за допомогою email-розсилок, таргетованої реклами (оголошення, максимально релевантні до запитів користувачів) у соціальних мережах.

Контент, який частіше стає вірусним:

- меми;
- відео;
- тести;
- статті-добірки;
- електронні книги.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, контент умовно можна розділити на декілька видів: інформаційний, контент продажу, розважальний, контент, що залучає, і вірусний. Комбінуючи різний контент, маркетингологи отримують можливість продавати продукти, підтримувати інтерес читачів і просувати бренд.

Тобто варіантів контенту дуже багато. Усе, що потрібно зробити, – вибрати відповідні види й оптимізувати їх під свою цільову аудиторію. Вибираючи типи і частоту публікацій, важливо враховувати, де їх будуть читати і дивитися.

Потрібно не забувати, що контент – єдиний спосіб переконати аудиторію купити саме у вас. Кожен хороший пост збільшує ймовірність здійснити покупки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Медведєва А. Види контенту. Систематизуй это. URL: <https://smmplanner.com/blog/vidy-kontenta-sistematiziruj-eto/> (дата звернення: 25.12.2019).
2. Комащенко І.І. Особливості інформаційно-розважального контенту в українському сегменті соціальної мережі Facebook. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/121.pdf> (дата звернення: 26.12.2019).
3. Берестецкая О. Види контенту: как их использовать для соцсетей и в рассылках. URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/7-types-of-content-for-involvement> (дата звернення: 26.12.2019).
4. Види контенту для сайту, соціальних мереж. URL: https://ideyne.com/ua/article/vidi_kontenta_dlya_saita_socialnih_setei (дата звернення: 27.12.2019).
5. Рябічев В.Л. Мультимедіа в Інтернет-журналістиці. Київ, 2010. Т. 40. С. 67–70.
6. Солнцева Т. Використання соціальних медіа в роботі. URL: <http://www.authorstream.com/Presentation/irrp-1821532/> (дата звернення: 27.12.2019).
7. Тертичний О. Особливості маркетингу в мережі Інтернет. Економіка та суспільство. 2017. № 12. С. 382–385.

REFERENCES:

1. Medvedeva A. Vidy kontenta. Sistemativiruy eto. URL: <https://smmplanner.com/blog/vidy-kontenta-sistemativiruj-eto/> (accessed 25.12.2019).
2. Komashchenko I. Osoblyvosti informaciyno-rozvezhalnogo kontentu v ukrainskomu segmenti socialnoyi merezhi Facebook. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/121.pdf> (accessed 26.12.2019).
3. Beresteckaya O. Vidy kontenta: kak ih ispolzovat dlya socsetey i v rassylkah. URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/7-types-of-content-for-involvement> (accessed 26.12.2019).
4. Vidy kontenta dlya sayta socialnyh setey. URL: https://ideyne.com/ua/article/vidi_kontenta_dlya_saita_socialnih_setei (accessed 27.12.2019).
5. Ryabichev V. multimedia v internet zhurnalistyци. Kyiv, 2010. T. 40. Pp. 67–70.
6. Solnceva T. Vykorystannya socialnyh media v roboti zhurnalista. URL: <http://www.authorstream.com/Presentation/irrp-1821532/> (accessed 27.12.2019).
7. Tertychnyi O. Osoblyvosti marketyngu v merezhi internet. Ekonomika ta suspilstvo. 2017. № 12. Pp. 382–385.

УДК 330.46:519.2

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-75>**Рикота В.І.***магістрант**Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Ковпак Е.О.***кандидат економічних наук, доцент,**доцент кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна***Rikota Valentina***Magistrate**V.N. Karazin Kharkiv National University***Ковпак Elvira***Ph.D (Economics), Associate Professor,**V.N. Karazin Kharkiv National University*

ПРОГНОЗУВАННЯ ДИНАМІКИ ІНДЕКСУ PFTS ЗА ДОПОМОГОЮ МОДЕЛІ ARIMA-GARCH

FORECASTING THE DYNAMICS OF THE PFTS STOCK INDEX BY USING THE ARIMA-GARCH MODEL

АНОТАЦІЯ

Досліджується ефективність гібридизації моделей ARIMA з моделлю GARCH за формулою перетворення Бокса-Кокса для прогнозування динаміки індексу PFTS. Перетворення Бокса-Кокса використовується як перетворення даних через його здатність нормалізувати дані, стабілізувати дисперсію і зменшити гетероскедастичність. Гібридна модель ARIMA-GARCH побудована на підставі двоетапної процедури: на першому етапі для моделювання динаміки індексу PFTS використовується найкраща модель ARIMA, а залишки ARIMA на другому етапі моделюються за допомогою моделі GARCH. Емпіричні результати показують, що запропонована гібридна модель ARIMA-GARCH поліпшує точність апроксимації вихідного ряду і прогнозування динаміки індексу PFTS порівняно з прогнозуванням у рамках інструментарію ARIMA. Отримані результати свідчать про те, що комбінація ARIMA і GARCH має потенціал для подолання лінійного обмеження й обмеження даних у моделях ARIMA.

Ключові слова: ARIMA, GARCH, прогнозування фондових індексів, PFTS, гібридна модель ARIMA-GARCH.

АННОТАЦИЯ

Исследуется эффективность гибридации моделей ARIMA с моделью GARCH по формуле преобразования Бокса-Кокса для прогнозирования динамики индекса PFTS. Преобразование Бокса-Кокса используется в качестве преобразования данных из-за его способности нормализовать данные, стабилизировать дисперсию и уменьшить гетероскедастичность. Гибридная модель ARIMA-GARCH построена на основании двухэтапной процедуры: на первом этапе для моделирования динамики индекса PFTS используется лучшая модель ARIMA, а остатки ARIMA на втором этапе моделируются с помощью модели GARCH. Эмпирические результаты показывают, что предложенная гибридная модель ARIMA-GARCH улучшает точность аппроксимации исходного ряда и прогнозирования динамики индекса PFTS по сравнению с прогнозированием в рамках инструментария ARIMA. Полученные результаты свидетельствуют о том, что комбинация ARIMA и GARCH обладает потенциалом для преодоления линейного ограничения и ограничения данных в моделях ARIMA.

Ключевые слова: ARIMA, GARCH, прогнозирование фондовых индексов, PFTS, гибридная модель ARIMA-GARCH.

ANNOTATION

The stock market is an integral part of the country's economic system and, in addition to market-based ones, performs a number of specific functions in the country's economic policy. As an infrastructure component economic policy, a stable and developed stock market facilitates the solution of important tasks facing the state. One of the main reasons for the long-term crisis period is the growing inability of widespread economic and mathematical methods and models to adequately analyze and forecast changes in financial and economic systems in particular stock markets. Increased efficiency of stock index forecasting methods is aimed at increasing the quality of investment decisions and, as a result, should lead to the attraction of more potential investors into economic activity. Growth in investment activity, in turn, leads to higher rates of economic development and standard of living. Therefore, the development of effective stock index forecasting methods is an urgent task in improving the efficiency of both the stock market itself and the economic system as a whole. The efficiency of hybridization is being investigated of ARIMA models with the GARCH model by the Box-Cox transformation formula for forecasting the PFTS index dynamics. The Box-Cox transformation is used as the data transformation due to its power in normalizing data, stabilizing variance and lessening heteroskedasticity. The ARIMA-GARCH hybrid model is based on a two-step procedure: in the first step, the best ARIMA model is used to modeling PFTS index dynamics and ARIMA residuals in the second step are modeled using the GARCH model. Parameter estimation in hybrid ARIMA-GARCH model is employed by Maximum Likelihood method. Empirical results indicate that the proposed hybrid ARIMA-GARCH model improves the approximation accuracy of the initial series and forecasting the dynamics of the PFTS index in comparison with the forecasting within the ARIMA toolkit. The results show that the combination of ARIMA and GARCH have potential to overcome the linear and data limitation in the ARIMA models. Hence, such hybridization of ARIMA-GARCH is a promising approach in stock indexes modeling and forecasting.

Key words: ARIMA, GARCH, stock index forecasting, PFTS, hybrid ARIMA-GARCH model.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Фондовий ринок є важливою частиною економічної системи кра-

їни. За останнє десятиріччя кількість і масштаби фінансових криз як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються, особливо в Україні, зросли. Використання ретроспективних даних для прогнозування класичними кількісними підходами майбутніх значень фінансових часових рядів ставиться під сумнів у результаті якісної зміни ринкових тенденцій. Широко розповсюджені економіко-математичні методи більшою мірою нездатні адекватно аналізувати і прогнозувати динаміку біржових показників. Розроблення ефективних методів прогнозування динаміки фондових індексів є актуальним завданням у підвищенні ефективності як самого фондового ринку, так і економічної системи у цілому, бо служить обґрунтуванням інвестиційних рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Теоретичні та прикладні аспекти аналізування і прогнозування рівня та динаміки фондових індексів у їхньому впливі на розвиток економіки відображено в роботах таких авторів, як Р. Сміт, Н. Гончарова, Г. Калач, О. Квасова, Я. Белінська, О. Амосов, Н. Блага, А. Дегтяр, А. Монаєнко, В. Косенко, О. Болдуєва, Г. Калач, В. Корнеєв, М. Назарчук, К. Марахов, Б. Рубцов та ін. Серед українських учених проблемами розвитку біржового ринку займалися О.М. Сохацька, Ю.П. Зайченко, А.Ф. Баторшина, О.В. Парандій та ін.

Для фінансових часових рядів часто використовують моделі ARMA(p,q) та ARIMA(p,d,q). Модель ARMA(p,q) може вживатися для опису стаціонарних процесів, включаючи елементи, що описують авторегресійні компоненти, і елементи, які моделюють залишок як процес ковзного середнього згідно з рівнянням [1]:

$$y_t = \sum_{j=1}^p a_j y_{t-j} + \sum_{j=0}^q \theta_j \varepsilon_{t-j}, a_p \neq 0, \theta_q \neq 0,$$

де y_t – рівень часового ряду в момент часу t ; y_{t-1}, \dots, y_{t-p} – рівні часового ряду в моменти часу $t-1, \dots, t-p$; a_0, \dots, a_p – оцінювані коефіцієнти авторегресії; ε_t – випадкове обурення в момент часу t ; ε_{t-i} – значення випадкової компоненти i часових періодів назад; $\theta_1, \dots, \theta_p$ – оцінювані коефіцієнти ковзного середнього.

Згідно з методом Бокса і Дженкінса, якщо після d послідовних різниць ряд зводиться до стаціонарного, можемо використовувати комбіновану модель авторегресії і ковзного середнього, так звану ARIMA(p,d,q), для прогнозування його рівнів.

Бокс-Кокс (1964 р.) у своїй роботі використовував математичну формулу для перетворення даних, щоб вони могли бути більш нормально розподілені, а рівняння дисперсії виправляє нормальність, лінійність і зменшує гетероскедастичність. Формула перетворення Бокса-Кокса має вигляд [2]:

$$y_t^* = \begin{cases} \frac{y_t^\lambda - 1}{\lambda}, \lambda \neq 0 \\ \ln(y_t), \lambda = 0 \end{cases},$$

де y_t – фактичні дані за період t ; y_t^* – перетворені дані за період t ; λ – мінімальне значення середньоквадратичної помилки залишків. Перетворення наведеного рівняння справедливо тільки для позитивного значення часового ряду $y_t > 0$.

У моделі ARCH(p), запропонованої Р. Енгл, передбачається, що дисперсія є лінійною функцією квадратів попередніх значень досліджуваної величини [3]:

$$\sigma_t^2 = a_0 + \sum_{i=1}^p a_i y_{t-i}^2, a_0 > 0, a_i \geq 0$$

У рамках ARCH-моделі стало можливим пояснити такий феномен фінансових часових рядів, як кластерність, який полягає у тому, що великі (малі) значення y_t тягнуть за собою великі (малі) наступні значення, але непередбачуваного знаку.

Авторегресійна модель з умовною гетероскедастичністю (GARCH) – це узагальнена ARCH-модель, яка була розроблена в 1986 р. Т. Боллерсломом і є моделлю залишків для моделі AR(p). Ця модель характеризується двома параметрами p та q і позначається GARCH(p,q).

Характерною особливістю цієї моделі є припущення, що значення умовної дисперсії залежить від попередніх значень рядів і попередніх значень дисперсії.

У цій моделі, як і ARCH(p)-моделі, $y_t = \sigma_t \varepsilon_t$, але щодо формування волатильності σ_t передбачається, що [4, с. 313]:

$$\sigma_t^2 = a_0 + \sum_{i=1}^p a_i y_{t-i}^2 + \sum_{j=1}^q \beta_j \sigma_{t-j}^2, a_0 > 0, a_i \geq 0, \beta_j \geq 0$$

Для аналізу волатильності біржових показників із другої половини 80-х років почали використовувати комбіновані ARIMA-GARCH-моделі [4].

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – розроблення ARIMA-GARCH-моделі для прогнозування динаміки фондового індексу PFTS.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для побудови ARIMA-моделі були взяті щомісячні дані щодо динаміки PFTS індексу за період із березня 2009 р. по квітень 2019 р. з Фондової біржі ПФТС [5]. Довжина вибірки складається зі 122 значень, динаміку PFTS-індексу проілюстровано на рис. 1 а).

Із рис. 1 (а, б) видно, що часовий ряд PFTS-індексу є нестаціонарним. Тому про логарифмований часовий ряд PFTS із метою видалення тренду з початкових даних було продиференційовано, він виявився стаціонарним, і вже для нього здійснювалася процедура підбору параметрів p та q у рамках моделі ARIMA(p,d,q).

Оцінка параметрів ARIMA для прогнозування PFTS-індексу виконувалася за допомогою мови програмування R. Інформаційні критерії для восьми альтернативних моделей ARIMA для моделювання динаміки PFTS представлено в табл. 1.

За інформаційними критеріями та на підставі діагностичних тестів залишків найкра-

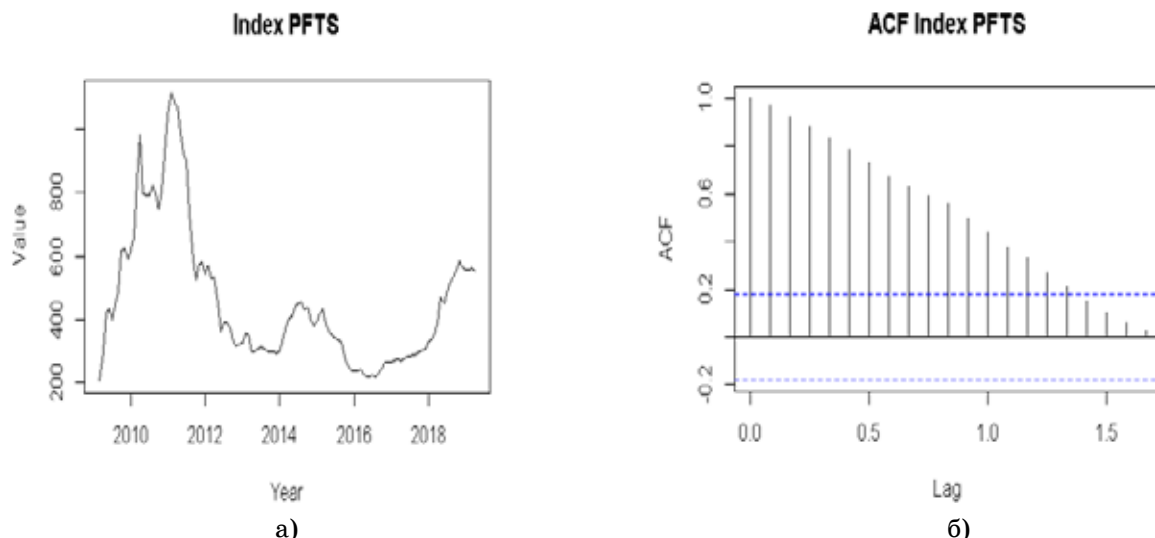


Рис. 1. а) – графік динаміки PFTS-індексу; б) – ACF PFTS-індексу

Джерело: розроблено авторами за даними Фондової біржі PFTS [5]

щодо моделлю з табл. 1 виявилася модель ARIMA (9, 2, 6) (інформаційні критерії AIC=-468,16 та BIC=-423,56; статистика Жарке-Бера для моделі становить $\chi^2=4,69$, отже, нульова гіпотеза про нормальність розподілу залишків ряду не відкидається; гіпотеза про те, що математичне очікування залишків дорівнює нулю, приймається).

Оцінки коефіцієнтів ARIMA(9, 2, 6) для ряду моделі PFTS такі:

$$\alpha_1 = 0,097, \alpha_2 = -0,334, \alpha_3 = -0,377, \alpha_4 = -0,226, \alpha_5 = 0,32, \alpha_6 = -0,711, \alpha_7 = -0,25, \alpha_8 = -0,226, \alpha_9 = -0,337$$

$$\beta_1 = -0,5369, \beta_2 = -0,0065, \beta_3 = 0,2801, \beta_4 = 0,0412, \beta_5 = -0,4703, \beta_6 = 0,7829.$$

Результати порівняння фактичних значень PFTS та прогнозних за моделлю ARIMA(9, 2, 6) представлено в табл. 2.

Показник MAPE для тестової вибірки (із табл. 2) становив 2,4%, точність прогнозу – 97,6%, що свідчить про непогані прогнози

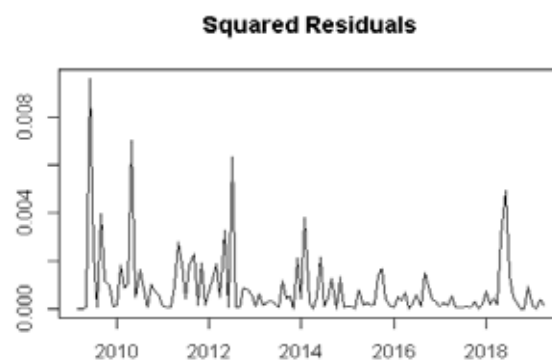


Рис. 2. Квадрат залишків моделі ARIMA (9, 2, 6)

Джерело: розроблено авторами

якості ARIMA (9, 2, 6) для прогнозування динаміки PFTS-індексу.

Після виявлення найкращої специфікації ARIMA для досліджуваного ряду необхідно перевірити квадрат залишків цієї моделі на наяв-

Таблиця 1

Результати оцінювання моделей ARIMA для PFTS-індексу

№	Модель	AIC	BIC	№	Модель	AIC	BIC
1	ARIMA(9,2,6)	-468,16	-423,56	5	ARIMA(5,2,2)	-460,44	-438,13
2	ARIMA(1,2,5)	-456,95	-437,43	6	ARIMA(5,2,0)	-462,36	-445,63
3	ARIMA(5,2,10)	-459,61	-415,01	7	ARIMA(13,2,5)	-463,82	-410,85
4	ARIMA(10,2,1)	-463,54	-430,09	8	ARIMA(2,2,0)	-440,29	-431,92

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 2

Результати прогнозу за моделлю ARIMA (9, 2, 6)

Місяць	Фактичні дані	Прогноз	Відносна похибка прогнозу
Трав.19	569,78	542,48	0,048
Черв.19	552,98	540,03	0,023
Лип.19	542,59	537,36	0,010
Серп.19	533,97	541,16	0,013
Вер.19	522,55	536,67	0,027

Джерело: розроблено авторами

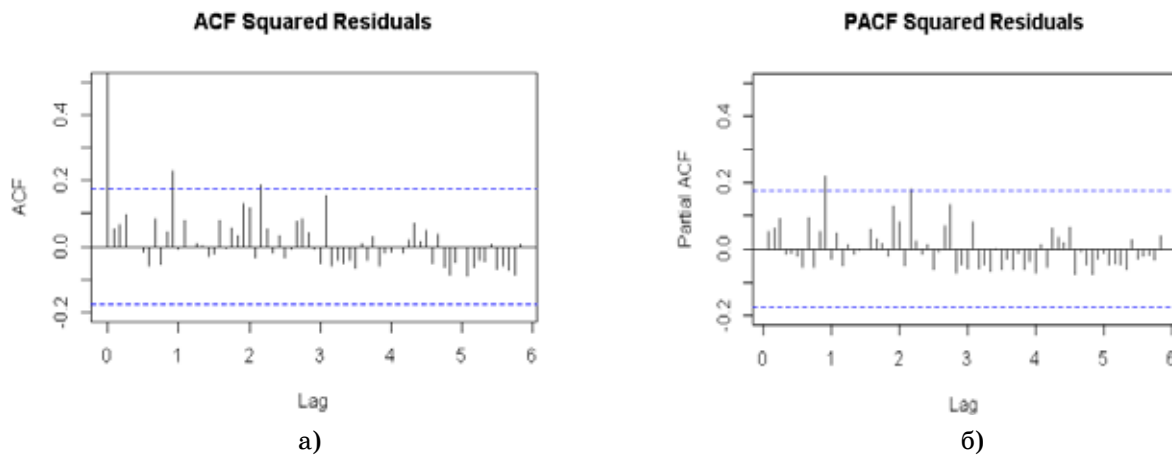


Рис. 3. ACF та PACF ряду квадратів залишків моделі ARIMA (9, 2, 6)

Джерело: розроблено авторами

ність кластерів волатильності. Якщо такі кластери волатильності є, слід використовувати ARCH/GARCH для моделювання волатильності ряду.

Графік квадратів залишків ARIMA (9, 2, 6) (рис. 2) показує скупчення мінливості в певні моменти часу. PACF квадратів залишків моделі ARIMA (9, 2, 6) скорочується після 11 лага, навіть якщо деякі інші відставання значні (рис. 3).

Таблиця 3
Результати оцінювання моделей ARCH/GARCH для залишків моделі ARIMA (9, 2, 6)

Модель	N	p	q	Log likelihood
ARCH(1)	121	1	0	255,7475
ARCH(2)	121	2	0	253,9597
ARCH(3)	121	3	0	251,4228
ARCH(4)	121	4	0	257,2623
ARCH(5)	121	5	0	255,6605
ARCH(6)	121	6	0	253,7593
ARCH(7)	121	7	0	251,0587
ARCH(8)	121	8	0	249,4217
ARCH(9)	121	9	0	247,0939
ARCH(10)	121	10	0	245,2515
GARCH(1,1)	121	1	1	257,4519
GARCH(1,2)	121	1	2	254,1341

Джерело: розраховано авторами

Таблиця 4
Прогнозні значення ARIMA та ARIMA-GARCH-моделей для PFTS-індексу

Прогнозний період	Фактичні значення		
		ARIMA	ARIMA-GARCH
трав.2019	569,7881	542,4886	544,9567
черв.2019	552,9829	540,0317	542,6865
лип.2019	542,5905	537,3635	539,9269
серп.2019	533,9733	541,1609	543,7735
вер.2019	522,5508	536,6702	539,2486
Середня відносна похибка прогнозу, %		2,4	2,34

Джерело: розроблено авторами

Вибір найкращої форми гібридної моделі ARCH/GARCH здійснюється на основі метода максимальної правдоподібності [6].

Найкращою моделлю з найбільшим значенням Log likelihood у табл. 3 є GARCH (1,1).

Рівняння моделі GARCH (1,1) для моделювання залишків моделі ARIMA (9, 2, 6) має вигляд:

$$e_t = \sigma_t \omega_t,$$

$$\sigma_t^2 = 0.000018 + 0.0409y_{t-1}^2 + 0.9312\sigma_{t-1}^2,$$

ω_t – білий шум.

Порівняємо результати моделі ARIMA та комбінованої моделі ARIMA-GARCH. Через те, що для визначення параметрів ARIMA використовувалися дані, перетворені за допомогою формули Бокса-Кокса, то для отримання прогнозних значень ARIMA та ARIMA-GARCH-моделей було використано зворотне перетворення. Розрахунки точкових прогнозів PFTS занесені до табл. 4.

Із табл. 4 видно, що середня відносна похибка прогнозу для гібридної моделі становить 2,34%, що на 0,06% менше, ніж результат

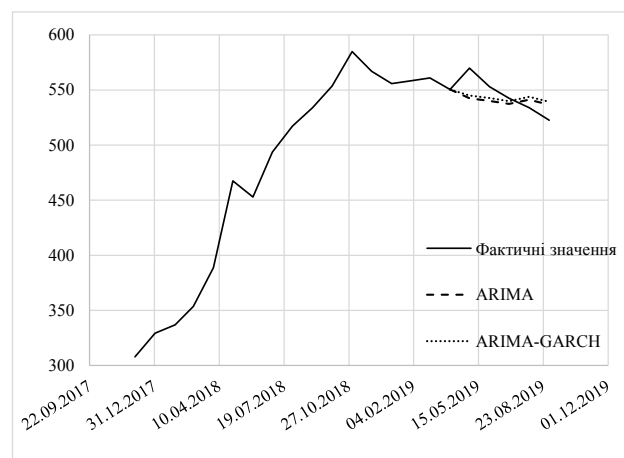


Рис. 4. Графік прогнозів ARIMA (9, 2, 6) та ARIMA (9, 2, 6)-GARCH (1, 1)

Джерело: розроблено авторами за даними Фондової біржі PFTS [5]

ARIMA-моделі. На рис. 4 представлено результати прогнозування за моделями ARIMA (9, 2, 6) та ARIMA (9, 2, 6)-GARCH (1, 1) для щомісячних значень PFTS-індексу з травня 2019 р. по вересень 2019 р.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Результати, отримані у статті, можуть бути використані інвесторами в прийнятті ефективних рішень. На основі адекватної, точної моделі вони можуть робити прогноз на майбутнє. Для цілей прогнозування щомісячних значень індексу PFTS гібридна ARIMA-GARCH-модель себе показала краще за ARIMA. Емпіричні результати показали, що на даних динаміки фондового індексу PFTS за період із березня 2009 по квітень 2019 р. гібридна модель ARIMA (9, 2, 6)-GARCH (1, 1) забезпечує найкращу якість прогнозування порівняно з ARIMA (9, 2, 6).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Носко В.П. Эконометрика. Элементарные методы и введение в регрессионный анализ временных рядов. Москва : ИЭПП, 2004. 501 с.
2. Hyndman R.J., Athanasopoulos G. Forecasting: principles and practice. Australia : OTexts, 2013. 292 p.

3. Athanasopoulos G., Hyndman R.J. Forecasting: Principles and Practice. Australia : OTexts, 2018. 504 p.
4. Эконометрика. Начальный курс / Я.П. Магнус и др. Москва : Дело, 2004. 576 с.
5. Фондова біржа ПФТС. Київ, 1997. URL: <http://pfts.ua/> (дата звернення: 01.05.2019).
6. Dritsaki C. The Performance of Hybrid ARIMA-GARCH Modeling and Forecasting Oil Price. *International Journal of Energy Economics and Policy*. 2018. Vol. 8. № 3. P. 14–21.

REFERENCES:

1. Sock V.P. (2004). *Ekonometrika. Elementarnye metody i vvedenie v regressionnyy analiz vremennyh ryadov* [Econometrics. Elementary methods and introduction to time series regression analysis]. Moscow: IET. (in Russian)
2. Hyndman R.J., Athanasopoulos G. (2013). *Forecasting: principles and practice*. Australia: OTexts. (in English)
3. Athanasopoulos G., Hyndman R.J. (2018). *Forecasting: Principles and Practice*. Australia: OTexts. (in English)
4. Magnus Ya.R. et al. (2004). *Ekonometrika. Nachal'nyi kurs* [Econometrics. The initial course]. Moscow: Delo Publ. (in Russian)
5. *Fondova birzha PFTS* [PFTS Stock Exchange]. Retrieved from: <http://pfts.ua/> (accessed: 01.05.2019).
6. Dritsaki C. (2018). The Performance of Hybrid ARIMA-GARCH Modeling and Forecasting Oil Price. *International Journal of Energy Economics and Policy*, vol. 8, no. 3, pp. 14–21.

УДК 338.242; 336.741.23

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-76>**Черноусова Ж.Т.***кандидат фізико-математичних наук,
доцент кафедри математичного моделювання економічних систем
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»***Комарницька А.О.***студентка магістратури
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»***Chernousova Zhanna***PhD in Physics and Mathematics, Associate Professor of the
Department of Mathematical Modeling for Economic Systems
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”***Komarnytska Alona***Master student
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”*

МОДЕЛЮВАННЯ МОНЕТИЗАЦІЇ ГОТІВКОВОГО ОБІГУ В УКРАЇНІ

MODELING MONETIZATION CASH CIRCULATION IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто поняття монетизації та проаналізовані наявні моделі розрахунку рівня монетизації та грошової маси. На основі наявних моделей розроблено власні моделі розрахунку рівня монетизації, грошової та готівкової маси. Кожна розглянута модель піддавалась перевірці щодо адекватності. За результатами перевірки всі моделі можна вважати доцільними. Зроблено прогнозування цих показників на наступні три роки, розглянуто границю банкнот і монет за класичною інтерпретацією D-метричної моделі. Модернізовано модель для розрахунку переходів до наступних номіналів банкнот та монет, розраховано її для України на 2010–2021 роки. В ході дослідження використано факторний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, економетричні методи та методи прогнозування, а також емпіричні методи.

Ключові слова: монетизація, рівень монетизації, коефіцієнт монетизації, грошові агрегати, грошова маса, готівковий обіг.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено понятие монетизации и проанализированы существующие модели расчета уровня монетизации и денежной массы. На основе существующих моделей разработаны собственные модели расчета уровня монетизации, денежной и наличной массы. Каждая рассмотренная модель поддавалась проверке на адекватность. По результатам проверки все модели можно считать пригодными. Сделано прогнозирование этих показателей на следующие три года, рассмотрена граница банкнот и монет по классической интерпретации D-метрической модели. Модернизирована модель для расчета переходов к следующим номиналам банкнот и монет, рассчитана она для Украины на 2010–2021 годы. В ходе исследования использованы факторный анализ, корреляционно-регрессионный анализ, эконометрические методы и методы прогнозирования, а также эмпирические способы.

Ключевые слова: монетизация, уровень монетизации, коэффициент монетизации, денежные агрегаты, денежная масса, наличный оборот.

ANNOTATION

The article is a scientific study devoted to the study and analysis of the process of monetization of the Ukrainian economy, since this process is directly related to the processes of balancing the supply and demand of money in the economy. The article also sets out to determine the acceptable level of cash and cash. Therefore, in order to achieve these goals, it is necessary to develop models of monetization, simulate the circulation of cash in Ukraine and determine the transition to the next denominations of banknotes and coins. The article defines the concept of monetization and analyzes existing models of calculating the level of monetization and money supply. On the basis of existing models, our own models of calculating the level of monetization, money and cash were developed. The forecast of these indicators for the next three years was made; the boundary of banknotes and coins was calculated according to the classical interpretation of the D-metric model, taking into account the average daily wage. The model for the transition to the next denominations of banknotes and coins has also been modernized and is calculated for Ukraine for 2010–2021. Factor analysis, correlation-regression analysis, econometric and forecasting methods, as well as empirical methods were used for implementation. As a result of the study it was found that during the whole analyzed period in Ukraine there is a much faster GDP growth rate than the growth of the monetary aggregate M3. Therefore, the ratio of money to GDP has a declining trend, resulting in a restraint of the process of monetization causes a shortage of money in the economy and leads to an imbalance of the country's payment system. Also in Ukraine, the dynamics of the unit weight of the aggregate M0 in the monetary aggregate M3 has a clear tendency to decrease due to the decrease in the specific gravity of cash in circulation. As a result of the conducted research, it was concluded that the increase in the level of monetization of the Ukrainian economy should be based to a lesser extent on an increase in the volume of cash and more on an increase in non-cash money, i.e. an increase in the money multiplier.

Key words: monetization, monetization level, monetization coefficient, monetary aggregates, money supply, cash circulation.

Постановка проблеми. Необґрунтоване стримування процесів монетизації може викликати дефіцит грошей в економіці й привести до розбалансування платіжної системи країни. Водночас різке збільшення номінальної суми грошей в обігу може сприяти не підвищенню рівня монетизації, як можна було би припустити, а його зниженню. Це обумовлено тим, що необґрунтоване збільшення номінальної грошової маси в обігу провокує інфляційні процеси й знижує довіру до національної валюти. Актуальність статті полягає в дослідженні процесу монетизації економіки, оскільки цей процес безпосередньо пов'язаний з процесами збалансування попиту й пропозиції грошей в економіці. На цьому етапі розвитку економіки стрімко зростає у вигляді експоненціальної залежності кількість безготівкових розрахунків в Україні, тому також постає завдання визначення прийнятної рівня готівкової маси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню та встановленню рівня монетизації присвячені праці таких учених, як С.В. Міщенко, І.Є. Греков, С. Дзасаров, Л.І. Абалкін, Л.Є. Пайдів, І. Фішер, М. Фрідман, А. Ілларионов, Л.Н. Красавіна.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Значна кількість наукових робіт присвячена дослідженню та аналізу впливу коефіцієнта монетизації на економіку країни. Водночас майже не розглядається взаємозалежність рівня готівкової маси та макроекономічних показників економіки України.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є розроблення моделей монетизації, моделювання готівкової маси України, визначення переходу до наступних номіналів банкнот та монет.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес монетизації економіки є складним економічним явищем, яке характеризує забезпеченість процесів виробництва й обіг грошової маси, необхідної для здійснення розрахунків і платежів, формування пропорцій у сфері інвестицій та споживання, розвитку фінансового сектору, функціонування грошового ринку та всієї фінансової системи держави [1, с. 14], тому ана-

ліз процесу монетизації має велике прикладне значення, його слід здійснювати з урахуванням сукупності показників, що відображають не тільки рівень забезпеченості економіки грошима, але й їх обсяги, динаміку та структуру. Зрештою, процес монетизації економіки характеризує всю систему грошово-кредитних відносин, відображає характер і динаміку розвитку грошової системи держави та її вплив на забезпечення економічного зростання [2, с. 16].

Як засвідчують результати проведеного аналізу, протягом 2011–2018 років рівень монетизації економіки України постійно спадав, а у 2018 році склав 35,9% (табл. 1). Водночас слід зазначити, що цей процес відбувався нерівномірно, що знайшло відображення в різких коливаннях обсягів та динаміки грошових агрегатів, неузгодженості темпів їх приросту між собою, а також незбалансованості динаміки грошових агрегатів з динамікою ВВП і номінальних доходів населення. Так, наприклад, з огляду на значні коливання темпів приросту грошових агрегатів у 2004–2012 роках важко виявити загальну закономірність у їх динаміці, а також співвідношенні темпів приросту грошових агрегатів і ВВП.

Наявність таких тенденцій дає змогу зробити висновок про те, що грошова система є нестабільною, а грошовий обіг характеризується нестабільністю і внутрішньої незбалансованістю.

Задля визначення факторів, що впливають на зміну питомої ваги грошового агрегату М0 в загальній грошовій масі М3, запропоновано таку економіко-статистичну модель:

$$\frac{M0}{M3} = \frac{M0}{ВВП} \cdot \frac{ВВП}{M3}, \quad (1)$$

де *ВВП* – номінальний валовий внутрішній продукт; *М0* – грошовий агрегат М0; *М3* – грошовий агрегат М3.

Показник, що характеризує відношення грошового агрегату М0 до ВВП, відображає рівень монетизації економіки готівкою. Відношення ВВП до грошового агрегату М3 характеризує швидкість обігу всієї грошової маси та є показником, обернено пропорційним рівню монетизації економіки.

Таблиця 1

Рівень монетизації економіки й основні макроекономічні показники в Україні у 2011–2018 роках [3–6]

Рік	Темп приросту фізичного обсягу ВВП (до попереднього року), %	Рівень інфляції, %	Дефлятор ВВП, %	Рівень монетизації економіки (відношення М3 до номінального ВВП), %	Темп приросту грошового агрегату М3 (порівняно з попереднім роком), %
2011	20,40	108,0	14,20	50,81	14,66
2012	8,15	100,6	7,80	52,99	12,79
2013	4,36	99,7	4,30	59,70	17,56
2014	4,22	112,1	15,90	60,29	5,25
2015	25,31	148,7	38,90	49,99	3,90
2016	19,96	113,9	17,10	46,23	10,93
2017	25,09	114,4	22,10	40,51	9,63
2018	19,26	110,9	15,40	35,90	5,69

Таблиця 2

**Розрахунок впливу окремих факторів на зміну питомої ваги готівки
в грошовому агрегаті МЗ в Україні [4; 6]**

Показник	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
ВВП, млрд. грн.	1 120,59	1 349,18	1 459,10	1 522,66	1 586,92	1 988,54	2 385,37	2 983,88	3 558,71
Грошовий агрегат МЗ, млрд. грн.	597,87	685,51	773,20	908,99	956,73	994,06	1 102,70	1 208,86	1 277,64
Грошовий агрегат М0, млрд. грн.	182,99	192,66	203,25	237,78	282,95	282,67	314,39	332,55	363,63
Питома вага грошового агрегату М0 в грошовому агрегаті МЗ, %, всього	30,607	28,105	26,286	26,158	29,574	28,436	28,511	27,509	28,461
зокрема, за рахунок факторів:		-2,502	-1,819	-0,128	3,416	-1,138	0,075	-1,002	0,952
М0/ВВП		-3,842	-0,690	3,182	3,709	-5,996	-2,071	-4,403	-2,288
ВВП/МЗ		1,340	-1,129	-3,310	-0,293	4,858	2,146	3,401	3,240

В Україні динаміка показника питомої ваги агрегату М0 в грошовому агрегаті МЗ має чітку тенденцію до зниження у зв'язку зі скороченням питомої ваги готівки в грошовому обігу. У 2018 році цей показник знизився порівняно з 2010 роком з 30,607% до 28,461%, тобто на 2,146 п. п. При цьому мінімальне значення цього показника зафіксовано у 2013 році, коли він становив 26,158% (табл. 2).

Дані, отримані в результаті розрахунків відповідно до запропонованої економіко-статистичної моделі (1), свідчать про те, що у 2012 році відбулося зниження питомої ваги М0 в структурі широких грошей до 26,286%, що на 38,0% було забезпечено за рахунок збільшення відношення готівки до ВВП, а на 62,0% – за рахунок уповільнення швидкості обігу грошової маси (табл. 2).

Задля перевірки результатів розрахунків, отриманих за формулою (1), проведено кореляційно-регресійний аналіз впливу відібраних факторів на динаміку питомої ваги грошового агрегату М0 в загальній грошовій масі МЗ. В результаті отримано таке рівняння регресії:

$$Y = 107,26 \cdot X_1 + 6,37 \cdot X_2, \quad (2)$$

де Y – питома вага грошового агрегату М0 в загальній грошовій масі МЗ, %; X_1 – відношення грошового агрегату М0 до ВВП (рівень монетизації економіки готівкою); X_2 – відношення ВВП до грошового агрегату МЗ.

Аналіз отриманих результатів свідчить про наявність позитивного зв'язку між результативним показником Y і чинниками, що формують його динаміку, з переважанням впливу фактору X_1 , а також про високе значення коефіцієнта детермінації $R^2 = 0,9994$. Значення t -статистики (18,96; 16,46) і F -статистики (6126,1) свідчать про те, що обидві змінні на 10% у довірчому інтервалі є статистично достовірними й можуть входити до складу моделі. На основі отриманого рівняння можна припустити, що зміна змінних X_1 і X_2 на одиницю сприятиме зміні результативного показника, а

саме питомої ваги грошового агрегату М0 в загальній грошовій масі МЗ, на 107,26 і 6,37% відповідно.

Задля прогнозування динаміки грошових агрегатів побудовано регресійну модель, що відображає залежність темпів приросту грошового агрегату МЗ від темпів приросту номінального ВВП і рівня інфляції:

$$Y = -0,199 \cdot X_1 + 0,112 \cdot X_2, R^2 = 0,77, \quad (3)$$

де Y – середньорічний темп приросту грошового агрегату МЗ, %; X_1 – середньорічний темп приросту фізичного обсягу ВВП, %; X_2 – рівень інфляції (індекс споживчих цін), %.

В економічній практиці рівень інфляції та темп приросту фізичного обсягу ВВП належать до основних прогнозованих макроекономічних показників, які передбачаються в планах економічного й соціального розвитку. Крім того, прогнозні значення цих показників періодично переглядаються урядом, міжнародними фінансовими організаціями та рейтинговими агентствами, тому прогноз темпів приросту грошової маси МЗ на основі запропонованої моделі є досить обґрунтованим.

Аналіз рівняння (3) дає змогу зробити висновок, що вплив темпів приросту ВВП та вплив інфляції на приріст грошової маси МЗ в Україні майже однакові, однак різні за напрямом. Зміна темпів приросту ВВП на 1 п. п. приведе до зміни грошової маси на -0,199%, а зміна рівня інфляції на 1 п. п. – до зміни грошової на 0,112%.

Розглянемо взаємозв'язок монетизації та швидкості обігу грошової маси. Взагалі вважається, що ці показники є оберненими за значенням, що впливає з наявних методик їх розрахунку.

Розглянемо «рівняння обміну». Існують дві версії цього рівняння, а саме транзакційна (4) й дохідна (5).

$$M_s \times V_T = P_T \times T, \quad (4)$$

$$M_s \times V_y = \sum P_{yi} \times Q_i, \quad (5)$$

де M_s – пропозиція грошей; V_T – швидкість обігу грошової маси; P_T – загальний середній

рівень цін всіх транзакцій (угод); T – кількість скоєних транзакцій; V_y – швидкість обігу грошової маси в доходах; P_{yi} – рівень цін i -х продуктів і послуг, що входять до валового національного продукту; Q_i – кількість вироблених i -х товарів і послуг.

Під час розрахунку коефіцієнта монетизації логічно використовувати ВВП як показник розміру економіки, тобто монетизація може бути виражена як обернена величина швидкості обігу грошової маси в доходах з рівняння (5). Однак сам рух грошей в економіці не обмежується тільки створенням ВВП країни, тому адекватний показник швидкості обігу грошової маси може бути отриманий тільки з транзакційної версії рівняння обміну (4):

$$V_T = P_T \times T / M_s, \quad (6)$$

де V_T – швидкість обігу грошової маси; $P_T \times T$ – валові розрахунки (обсяг всіх транзакцій) в економіці.

З рівняння (6) отримуємо швидкість обігу грошової маси в економіці як відношення обсягу всіх транзакцій в економіці до середньорічної величини грошової маси. Обсяг транзакцій можна представити як суму валових кредитових (надходжень) або дебетових (платежів) оборотів по розрахункових рахунках між підприємствами, оборотів між підприємствами й населенням (заробітна плата, роздрібна торгівля тощо), оборотів між державою та економічними суб'єктами щодо сплати податків, обов'язкових платежів та інших надходжень, а також оборотів у фінансово-кредитній системі (видача та сплата кредитів, відсотків, покупка-продаж цінних паперів, страхові внески, сплата страхових відшкодувань тощо). Як видно, це набагато ширше, ніж обсяг ВВП країни, тому швидкість руху грошової маси в економіці насправді вище, ніж вважається. Інтерпретувати показник швидкості обігу грошової маси можна, наприклад, таким чином: скільки разів у середньому використовується 1 гривня грошової маси для розрахункових операцій або кількість оборотів, які здійснює загалом грошова маса [8, с. 65].

Коефіцієнт монетизації економіки й швидкість обігу грошової маси можна пов'язати че-

рез коефіцієнт відношення обсягу транзакцій в економіці і ВВП (далі – коефіцієнт обігу ВВП).

$$W = P_T \times T / \sum P_{yi} \times Q_i, \quad (7)$$

$$k = W / V_T, \quad (8)$$

де W – коефіцієнт обігу ВВП; k – коефіцієнт монетизації.

Цей коефіцієнт показує, скільки разів у розрахунках виступає 1 грн. ВВП або скільки оборотів повинна пройти 1 грн. ВВП в економіці. Можна припустити, що чим більше посередників в економіці (торгових, виробничих, фінансових тощо), чим більше стадій має виробничий цикл, чим менше частка доданої вартості на кожній стадії, тим вище значення показника W .

В табл. 3 наведено результати розрахунків за рівняннями (6–8). За результатами розрахунків видно, що коефіцієнт монетизації, розрахований за такою моделлю, дещо більше за попередній (на 5–7%).

Модель Фрідмана, яка була запропонована у 1971 р., використовується для оцінювання функції попиту на гроші в умовах позитивного темпу росту випуску:

$$z = f(Y, \pi) = Y^\gamma \times e^{c - \alpha\pi}, \quad (9)$$

де $z = M / P$ – реальна грошова маса; Y – ВВП у реальному вираженні, $c > 0, \gamma > 0, \alpha > 0$; π – очікуваний рівень інфляції.

Прологарифмуємо рівняння (11):

$$\ln z = \gamma \ln Y + c - \alpha\pi. \quad (10)$$

На основі статистичних даних макроекономічних показників України за 2010–2018 роки маємо:

$$z_t = Y_t^{0,594} \times e^{2,642 - 0,29\pi_t}. \quad (11)$$

З цього рівняння можна зробити висновок, що на цьому часовому інтервалі напівеластичність попиту на гроші за очікуваним темпом інфляції дорівнювала 0,29, а еластичність попиту на гроші за доходом становила 0,594.

Модель Бруно-Фішера враховує залежність попиту на гроші не тільки від інфляційних очікувань, але й від ВВП, точніше, використовується питомий попит на гроші (в частках ВВП) [9, с. 159]. Таким чином, у цій моделі, крім

Таблиця 3
Статистичні дані та результати розрахунку коефіцієнта монетизації в Україні у 2010–2018 роках [3; 6]

Рік	Пропозиція грошей, M_s , млрд. грн.	Обсяг всіх транзакцій, $P_T \times T$, млрд. грн.	Обсяг товарів та послуг, $\sum P_{yi} \times Q_i$, млрд. грн.	Коефіцієнт обігу ВВП, W	Швидкість обігу грошової маси, V_T	Коефіцієнт монетизації, k , %
2010	597,87	1 120,59	992,175	1,12942	1,87429	60,2586
2011	685,51	1 349,18	1 166,900	1,15621	1,96813	58,7466
2012	773,20	1 459,1	1 262,16	1,15603	1,88709	61,26
2013	908,99	1 522,66	1 336,36	1,1394	1,6751	68,0199
2014	956,73	1 586,92	1 382,72	1,14768	1,65869	69,1917
2015	994,06	1 988,54	1 689,39	1,17708	2,00042	58,8415
2016	1 102,70	2 385,38	2 023,23	1,179	2,16321	54,502
2017	1 208,86	2 983,88	2 519,56	1,18429	2,46835	47,979
2018	1 277,64	3 558,71	3 016,09	1,17991	2,78539	42,3606

Таблиця 4

Основні показники для побудови рівняння регресії [4; 6]

Рік	Реальна грошова маса, z , млрд. грн.	Реальний ВВП, Y , млрд. грн.	Рівень інфляції, π^e	$\ln z$	$\ln Y$
2010	546,500	989,551	1,094	6,3035	6,8973
2011	634,735	1 219,074	1,080	6,4532	7,1058
2012	768,586	1 400,486	1,006	6,6446	7,2446
2013	911,729	1 459,309	0,997	6,8153	7,2857
2014	853,459	1 397,616	1,121	6,7493	7,2425
2015	668,501	1 331,176	1,487	6,5050	7,1938
2016	968,130	2 092,346	1,139	6,8754	7,6460
2017	1 056,695	2 607,448	1,144	6,9629	7,8661
2018	1 152,060	3 208,932	1,109	7,0493	8,0737

темпу зростання грошової маси, з'являється постійний темп зростання ВВП. Крім цього, в моделі вводиться бюджетний дефіцит і аналізується вплив бюджетного дефіциту та способів його фінансування (чиста емісія грошей або змішане фінансування за рахунок емісії та запозичень) на динаміку інфляції. Таким чином, модель дає змогу поглибити аналіз наслідків монетарної політики [10].

Функція попиту на гроші має такий вигляд:

$$\left(\frac{M}{P \times Y}\right)^D = e^{-\alpha \pi^e}, \alpha > 0. \quad (12)$$

Прологарифмуємо рівняння (12) та знайдемо значення α :

$$\ln \frac{M}{P \times Y} = -\alpha \pi^e. \quad (13)$$

Отримане рівняння регресії на основі статистичних даних України за 2010–2018 роки має такий вигляд:

$$\frac{M}{P \times Y} = e^{-0,604\pi^e}. \quad (14)$$

Для прогнозування на наступні три роки макроекономічних показників (ВВП та рівня інфляції) вибраний метод Хольта.

В результаті прогнозування отримано з точністю 99,16% такі значення валового внутрішнього продукту: на 2019 рік – 4 118,375 млрд. грн., на 2020 рік – 4 689,492 млрд. грн., на 2021 рік – 5 260,608 млрд. грн. Також отримано з точністю 98,89% рівень інфляції: на 2019 рік – 1,116,

на 2020 рік – 1,114, на 2021 рік – 1,112. За допомогою отриманих значень показників знайдено прогнозоване значення грошової маси M_3 за різними моделями, які розглядалися вище, а також за методом Хольта (табл. 5).

З обчислень видно, що значення, отримані за моделлю Бруно-Фішера, більші у 1,45 разів порівняно з результатами, які були отримані за іншими моделями.

Для прогнозування коефіцієнта монетизації за різними моделями (табл. 6) використано прогнозовані за методом Хольта показники валового внутрішнього продукту й рівня інфляції.

З проведених обчислень видно, що за моделлю Фрідмана коефіцієнт монетизації має найбільші значення, а за моделлю Бруно-Фішера він перебуває на рівні майже 50%. Результати, отримані за іншими моделями, мають між собою схожі значення. Для розрахунку грошового агрегату M_0 використано дані, отримані за різними моделями, які підставлялись у модель (2).

З отриманих даних видно, що за моделлю Бруно-Фішера значення грошового агрегату M_0 має найбільші значення, а за моделлю Фрідмана – найменші. Результати, отримані за іншими моделями, мають між собою схожі значення.

З даних табл. 8 бачимо, що найближчі до реальних значень M_0 були отримані з моделі (2) за підстановки в неї прогнозованих значень коефіцієнта монетизації та грошового агрегату M_3 за методом Хольта. Отже, прогнозовані

Таблиця 5

Прогнозоване значення грошової маси M_3 за методом Хольта, за моделлю 3, за моделлю Фрідмана (11), за моделлю Бруно-Фішера (14), млрд. грн.

Рік	Метод Хольта	Модель (3)	Модель (11)	Модель (14)
2019	1 350,888	1 392,34	1490,181272	2099,1073
2020	1 425,891	1 527,63	1609,482591	2392,6547
2021	1 500,894	1 680,86	1722,97177	2686,8025

Таблиця 6

Прогнозоване значення коефіцієнта монетизації за методом Хольта, за моделлю Фрідмана (11), за моделлю Бруно-Фішера (14), за моделлю (8), %

Рік	Метод Хольта	Модель (11)	Модель (14)	Модель (8)
2019	32,801	72,3422	50,9693	38,3036
2020	30,406	72,3778	51,0216	35,4507
2021	28,531	72,4135	51,074	33,2223

Таблиця 7

Прогнозування грошового агрегату М0 за методом Хольта, розрахунок М0 за моделлю (2) з підстановками даних за попередніми моделями, млрд. грн.

Рік	За методом Хольта	За методом Хольта і методом (2)	За моделями (11) і (2)	За моделями (14) і (2)	За моделями (8) і (3)
2019	392,231	404,74537	214,442589	578,730857	363,286962
2020	421,346	443,296223	224,17693	659,803375	421,912764
2021	450,462	482,865758	233,644283	741,077436	490,329133

Таблиця 8

Співставлення реальних значень грошового агрегату М0 з обчисленими за попередніми моделями, млрд. грн.

Рік	Реальне М0	За методом Хольта і методом (2)	За моделями (11) і (2)	За моделями (14) і (2)	За моделями (8) і (3)
2010	182,99	165,72	165,30	148,34	–
2011	192,66	188,80	164,45	184,37	143,97
2012	203,25	214,93	155,95	205,86	174,67
2013	237,78	267,18	153,38	211,21	200,05
2014	282,95	288,61	171,21	216,02	298,08
2015	282,67	276,54	200,80	223,12	272,66
2016	314,39	304,14	185,64	328,99	246,02
2017	332,55	331,66	196,54	410,62	275,66
2018	363,63	368,99	203,98	502,54	326,61

дані М0, що були отримані таким чином, мають більшу довіру.

З огляду на зростання рівня доходів і цін українці вже фактично не використовують монети дрібних номіналів, натомість з'явилася потреба в банкноті вищого номіналу, ніж 500 гривень.

Зокрема, монети 1, 2 та 5 копійок зрідка використовуються у розрахунках за товари та послуги й майже не повертаються з обігу до банківської системи.

Водночас усі моделі, які центральні банки застосовують для визначення оптимального номінального ряду, свідчать про те, що настав час вводити в обіг новий найвищий номінал банкнот [6].

Розрахунок номінального ряду гривні був зроблений за D-метричною моделлю (D-metric), за якою банкнота вищого номіналу повинна приблизно дорівнювати розміру середньоденної заробітної плати за 2 дні.

Останнього разу Національний банк ввів в обіг новий номінал 13 років тому, а саме у 2006 році. Це була банкнота номіналом 500 гривень. Тоді середньомісячна заробітна плата становила близько 1 000 гривень і розмінювалася двома банкнотами найвищого номіналу.

«З того часу багато змінилося. Зросли доходи українців, середньомісячна заробітна плата в Україні за цей час зросла майже вдесятеро. Зараз для отримання середньомісячної заробітної плати необхідно вже не менше 20 банкнот», – зазначає Яків Смолій [6].

«Тож необхідність введення в обіг банкноти нового найвищого номіналу назріла досить давно. Після появи в обігу банкноти номіналом 1 000 гривень середньомісячна заробітна плата буде розмінюватися дев'ятьма банкнотами найвищого номіналу, і це буде набагато

зручніше, ніж зараз», – підкреслює Голова Національного банку [6].

D-метрична модель була розроблена в 1981 році Л.С. Паяне та Н.М. Морганом. Вона заснована на емпіричному співвідношенні середньоденної чистої оплати праці та структури деномінації валюти. З моменту її розроблення низка країн використовувала її для коригування структури деномінації своєї валюти. Було встановлено, що найефективніша установка номінальної структури матиме приблизно шість-сім монет і стільки ж банкнот. Точка переходу між монетами та банкнотами перебуває між D/50 та D/20.

Аналіз структур деномінації для широкого кола країн та середньої заробітної плати, що склалася в цих країнах, виявляє надзвичайно послідовну закономірність між середньоденною оплатою праці (D) та структурою деномінації. З діаграми встановлено (рис. 1), що найвища номінальна банкнота в більшості країн становить близько 5D, перехід між монетами та банкнотами відбувається між D/50 та D/20, а найнижча корисна монета складає близько D/5000.

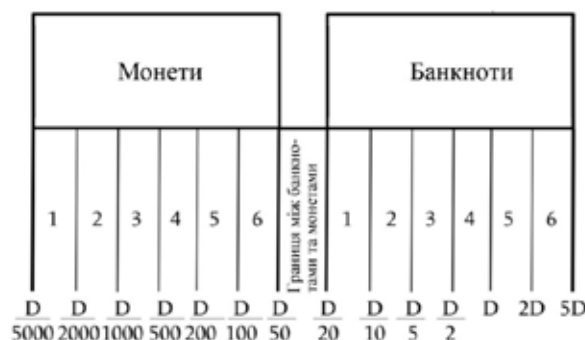


Рис. 1. Розподіл номіналів банкнот та монет

Таблиця 9

Розрахунок границі між банкнотами та монетами з урахуванням грошового агрегату М0

Рік	Монети							Банкноти						
	D/5000	D/2000	D/1000	D/500	D/200	D/100	D/50	D/20	D/10	D/5	D/2	D	2D	5D
	0,01	0,02	0,05	0,10	0,25	0,5	1	2	5	10	20	50	100	200
2010	0,01	0,02	0,04	0,08	0,19	0,38	0,75	1,88	3,76	7,52	18,81	37,62	75,24	188,11
2011	0,01	0,02	0,04	0,08	0,20	0,39	0,79	1,97	3,95	7,90	19,75	39,50	79,00	197,49
2012	0,01	0,02	0,04	0,08	0,21	0,42	0,83	2,08	4,16	8,32	20,80	41,61	83,21	208,03
2013	0,01	0,02	0,05	0,10	0,24	0,49	0,97	2,43	4,86	9,71	24,28	48,56	97,11	242,78
	0,02	0,05	0,10	0,25	0,50	1	2	5	10	20	50	100	200	500
2014	0,01	0,03	0,07	0,13	0,33	0,65	1,30	3,26	6,52	13,05	32,62	65,23	130,46	326,16
2015	0,01	0,04	0,07	0,14	0,36	0,72	1,43	3,58	7,16	14,33	35,81	71,63	143,26	358,14
2016	0,02	0,04	0,08	0,16	0,40	0,80	1,61	4,02	8,05	16,10	40,24	80,48	160,96	402,40
2017	0,02	0,04	0,09	0,17	0,43	0,86	1,72	4,29	8,58	17,15	42,88	85,76	171,52	428,81
2018	0,02	0,05	0,09	0,19	0,46	0,93	1,85	4,63	9,26	18,52	46,30	92,61	185,21	463,03
	0,05	0,10	0,25	0,50	1	2	5	10	20	50	100	200	500	
2019	0,02	0,05	0,10	0,20	0,51	1,02	2,04	5,11	10,22	20,45	51,11	102,23	204,45	511,13
2020	0,02	0,06	0,11	0,22	0,56	1,12	2,23	5,59	11,17	22,34	55,85	111,71	223,42	558,54
2021	0,02	0,06	0,12	0,24	0,61	1,21	2,43	6,07	12,14	24,28	60,70	121,40	242,80	607,01

Однак виникає питання, чи доречно використовувати в моделі статистичну середньоденну заробітну плату, оскільки таку модель можна використовувати у тих випадках, коли заробітна плата видається тільки готівкою.

В роботі запропоновано новий розрахунок моделі, який пов'язаний з урахуванням грошового агрегату М0, а саме готівкові гроші в обігу, які є монетами та банкнотами. Необхідно розраховувати заробітну плату як відношення М0 до кількості працездатного населення. Таким чином, у цій моделі враховується лише готівкова маса, яка обертається в країні.

Виходячи з отриманих результатів нового розрахунку, бачимо, що ще з 2010 року номінал 1 гривні вже перебував на границі заміщення, тому в готівковому обігу цей номінал був як банкнотою, так і монетою. З 2019 року номінали 1 та 2 гривні були переведені в монети. Нині границею є номінал 5 гривень, який також може бути замінений монетою того ж номіналу.

Оскільки в Україні номінальний ряд був більшим, ніж передбачається в D-метричній моделі, існують номінали 200 грн. з 2001 року та 500 грн. з 2006 року.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу зробити висновок, що монетизація економіки – це складне економічне явище, яке характеризує взаємодію сукупності відносин у процесі суспільного відтворення й грошово-кредитних відносин. Основними факторами, що впливають на рівень і динаміку монетизації, є зростання валового внутрішнього продукту, рівень розвитку фінансового сектору, збалансованість ресурсної бази банків, рівень інфляції, ефективність використання грошової маси для кредитування економіки, схильність суб'єктів господарювання до заощаджень, активність роботи банків на

внутрішньому грошовому ринку, ступінь довіри до банківської системи.

Під час обґрунтування стратегії та механізмів розвитку країни на основі формування ефективно грошової політики влада повинна орієнтуватись на необхідне й достатнє збільшення монетизації, причому це підвищення має ґрунтуватися меншою мірою на підвищенні обсягів готівкової грошової маси, а більшою – на збільшенні безготівкових грошей, тобто збільшенні грошового мультиплікатора.

Основними напрямками подальшого підвищення рівня монетизації економіки та її впливу на динаміку й структуру грошових агрегатів є розвиток суспільного виробництва і вдосконалення структури економіки, розвиток фінансового сектору, вдосконалення кредитування, поліпшення ресурсної бази банків, підвищення рівня довіри до банківської системи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Науменкова С.В. Проблемы сбалансированности денежного рынка Украины. Киев : Научная мысль, 1997. 55 с.
2. Мищенко С.В. Влияние уровня монетизации экономики на динамику денежной массы. *Економіка і банки*. 2014. № 13. С. 16–23.
3. Статистичний щорічник України за 2018 рік : статистичний збірник / Державний комітет статистики України. Київ, 2019. 482 с.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.12.2019).
5. Офіційний сайт Міністерства фінансів. URL: <https://index.minfin.com.ua> (дата звернення: 07.12.2019).
6. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 07.12.2019).
7. Мищенко С. В. Факторный анализ уровня монетизации экономики на основе экономико-статистических моделей. *Финансы и кредит*. 2012. № 5. С. 31–36.

8. Греков И.Е. О совершенствовании подходов к определению монетизации экономики и обоснование ее оптимального уровня. *Финансы и кредит*. 2007. № 11. С. 60–70.
9. Туманова Е.А., Шагас Н.Л. Макроэкономика. Элементы продвинутого подхода : учебник. Москва : ИНФРА-М, 2004. 400 с.
10. Сущность и виды инфляции. *Экономический обзор*. URL: <http://www.econmotion.ru/nomecs-636-2.html> (дата звернення: 09.12.2019).

REFERENCES:

1. Naumenkova S.V. (1997) Problemy sbalansirovannosti denezhnogo rynku Ukrainy [Problems of balancing the money market of Ukraine]. Kyiv : Nauchnaya mysl', pp. 55.
2. Mishchenko S.V. (2014) Vliyanie urovnya monetizatsii ekonomiki na dinamiku denezhnoy massy [The influence of the level of monetization of the economy on the dynamics of the money supply]. *Economics and banks*, vol. 2, no. 13, pp. 16–23.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2018 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2018]. Kyiv : Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy.
4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 7 December 2019).
5. Ofitsiyniy sait ministerstva finansiv [Official site of the Ministry of Finance]. Available at: <https://index.minfin.com.ua> (accessed: 7 December 2019).
6. Ofitsiyniy sait Natsionalnoho banku Ukrainy [Official site of the National Bank of Ukraine]. Available at: <http://www.bank.gov.ua> (accessed: 7 December 2019).
7. Mishchenko S.V. (2012) Faktornyy analiz urovnya monetizatsii ekonomiki na osnove ekonomiko-statisticheskikh modeley [Factor analysis of the level of monetization of the economy based on economic and statistical models]. *Finance and credit*, vol. 485, no. 5, pp. 31–36.
8. Grekov I.E. (2007) O sovershenstvovanii podkhodov k opredeleniyu monetizatsii ekonomiki i obosnovanie ee optimal'nogo urovnya [On improving approaches to determining the monetization of the economy and substantiating its optimal level]. *Finance and credit*, vol. 251, no. 11, pp. 60–70.
9. Tumanova E.A., Shagas N.L. (2004) Makroekonomika. Elementy prodvynutogo podkhoda : uchebnik [Macroeconomics. Elements of an Advanced Approach]. Moscow : INFRA-M, pp. 400.
10. Sushchnost' i vidy inflyatsii [The nature and types of inflation]. Available at: <http://www.econmotion.ru/nomecs-636-2.html> (accessed: 9 December 2019).

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Gurova Daryu THE MODERN ECONOMIC IMPACT OF TOURISM.....	3
Ляшевська В.І., Шадріна Д.Ю., Орехов В.Р. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ.....	8
Микитенко Т.В., Нізельська М.А. ВПЛИВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ НА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ.....	13
Морозова І.В., Микитенко Т.В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ.....	17
Чернова О.В., Шарасько О.А. ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	24

СЕКЦІЯ 2

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Білан О.С. «ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА ЯК ВЕКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	29
Бурлака Л.Ф. АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ.....	35
Киристюк С.В. ПІДТРИМКА РОЗРОБЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ АДАПТАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ДО ЗМІНИ КЛІМАТУ.....	41
Косач І.А. ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	47
Радченко О.П. ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В АПК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	53
Робул Ю.В. МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА, ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СИСТЕМ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУБ'ЄКТИВНОГО ДОБРОБУТУ.....	57
Руда Т.В., Артеменко А.В. РОЗРОБЛЕННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ З ПИТАНЬ ЗДІЙСНЕННЯ КОНТРОЛЮ НАД ПЕРЕМІЩЕННЯМ МОРСЬКИХ КОНТЕЙНЕРІВ ТА ДОДАТКОВОГО ОБЛАДНАННЯ ДО НИХ ЧЕРЕЗ МИТНИЙ КОРДОН УКРАЇНИ.....	62
Ситник Н.С., Шушкова Ю.В. ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА РЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	67
Січка І.І. КОМЕРЦІЙНА КОНЦЕСІЯ ЯК ФОРМА ІНВЕСТУВАННЯ У РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС.....	74
Скачков О.М., Войтенко К.В. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	79
Тимошенко Н.Ю., Мелех Н.В. ГЛОБАЛЬНІ ПРИЧИНИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	84
Sheiko Iryna, Storozhenko Oleksandra PERSPECTIVES AND POSITIONING OF THE UKRAINIAN INFORMATION TECHNOLOGY SECTOR AT GLOBAL DIGITALIZATION PROCESS.....	90

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Безолюк Б.Б. БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ПІДПРИЄМСТВА: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА, ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ТА ЇХ ОПТИМІЗАЦІЯ.....	97
--	----

Буга Н.Ю., Тичинська А.І. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІК-БРЕНДУ РЕГІОНУ.....	101
Вовк О.М., Долгополова Ю.А. УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ІННОВАЦІЙНОГО ОНОВЛЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ АВІАПІДПРИЄМСТВ.....	106
Горшкова Л.О. ОСОБЛИВОСТІ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДНИКА ІВЕНТ-ТУРИЗМУ	111
Громова О.В., Оробінський О.С. КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	118
Громова О.В., Шилова О.В. МЕХАНІЗМ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ.....	122
Жигалкевич Ж.М., Чухліб В.Є. УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ТА ЇХ РИЗИКАМИ: ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ.....	126
Карачарова К.А., Єршоміна М.О., Кошак М.Ю. ДО ПИТАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ВИСОКОШВИДКІСНОГО РУХУ В УКРАЇНІ.....	131
Ковальова В.І. РІВНІ ВИНИКНЕННЯ КАДРОВИХ РИЗИКІВ ТА ЗАХОДИ ЩОДО ЇХ ЗМЕНШЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	135
Коптева Г.М. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	140
Криховецька З.М., Кропельницька С.О., Кондур О.С. ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ (ЗВО).....	144
Леміш К.М., Черемісіна Т.В., Буланкіна О.Ю. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	153
Малтиз В.В., Тарасенко Ю.В. АДАПТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК СПОСІБ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	158
Пандас А.В., Пислиця О.В. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ РОСТУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	163
Пашенко О.П., Гончаренко Н.В. УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ЯК ОСНОВОПОЛОЖНИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ РЕПУТАЦІЇ БІЗНЕСУ.....	167
Пилипенко Л.М., Редько М.О. АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ УПРОВАДЖЕННЯ ERP-СИСТЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	172
Пономаренко І.В., Ярема К.О. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ.....	179
Роговая Т.Ю., Калініна О.М. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ.....	184
Розумей С.Б., Ніколаєнко І.В., Келеп Ю.Р. ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	190
Сачинська Л.В. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	197
Ситник Й.С. РОЗВИТОК ОСОБИСТІСНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ТА МОТИВУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ.....	202
Сівакова О.А., Рахман М.С. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	211
Соколова Г.Б. СУЧАСНИЙ СТАН ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	216
Шикіна О.В., Shykina Olga ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ “MARRIOTT”.....	222
Шира Т.Б. МОДЕЛЮВАННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	228
Штангрет А.М., Караїм М.М., Штангрет І.А. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	233

СЕКЦІЯ 4

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Пакуліна А.А., Головка-Марченко І.С., Пакуліна Г.С. КОНТРОЛІНГ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ.....	237
Щьокіна Є.Ю., Дорофєєва І.С. КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ.....	245
Щьокіна Є.Ю., Царюк Ю.С., Денісова Є.В. ЕФЕКТИВНІ СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ.....	251

СЕКЦІЯ 5

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Арестов С.В. ВИЗНАЧЕННЯ БАЗОВИХ ПРИНЦИПІВ КОНЦЕПЦІЇ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНО-БЕЗПЕЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	257
--	-----

СЕКЦІЯ 6

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Волкова Н.В. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ.....	263
Корягіна Т.В., Козорог Д.С., Норенко А.М. СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ.....	270
Павлюк Т.І. СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ.....	277
Павлюк Т.І., Новак І.Г. РІВЕНЬ ВІДНОСТІ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ПРИЧИНИ.....	282
Погребняк А.Ю., Місяйло О.В. СОЦІАЛЬНИЙ АНАЛІЗ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	288
Роєнко В.І. ЕВОЛЮЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ РОЛІ ДЕРЖАВИ.....	294

СЕКЦІЯ 7

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Гулик Т.В., Кербікова А.С., Горбань І.С. ПРИНЦИПИ ТА СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ.....	300
Ливдар М.В., Ярошевич Н.Б., Степанова А.В. ДЕМОГРАФІЧНА СИТУАЦІЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ.....	304
Ліхоносова Г.С., Колесник В.О. ФІНАНСОВІ КАТАЛІЗАТОРИ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	310
Мандра Н.Г., Лактионова О.Е. МЕЖДУНАРОДНИЙ РИНОК УСЛУГ, ЦИФРОВОЙ ФОРМАТ, ТРЕНДИ.....	315
Панченко В.В. НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНІМ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ.....	320
Ситник І.П. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВИХ СУБ'ЄКТІВ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ЗА УМОВИ ЇЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....	328
Терещенко Т.Є., Долгарева Я.М. ТРАДИЦІЙНІ І АЛЬТЕРНАТИВНІ ФОРМИ ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	334
Ткачук Н.М. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОЦЕСУ КОНСОЛІДАЦІЇ БАНКІВ.....	340
Torjanyk Zhanna, Shevchenko Viktoriia, Nedviga Liliia PERSPECTIVES FOR DEVELOPMENT OF BANKING SECTOR IN UKRAINE.....	346
Фурсова В.А., Савостянова А.О. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ФОНДУ ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ.....	351
Хмілевська А.О. ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗКОНТАКТНИХ ПЛАТЕЖІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	355

СЕКЦІЯ 8

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Атамас П.Й., Таус К.С.

УДОСКОНАЛЮЄМО ОБЛІК ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... 360

Безверхня Ю.В.

АКТУАЛЬНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ..... 365

Беренда Н.І., Авеліна К.О.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 369

Гляшенко К.В.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ DATA MINING У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ..... 374

Малахова А.В., Мартиненко О.В.ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІКРОБІЗНЕСУ,
ЙОГО ОБЛІКУ Й ОПОДАТКУВАННЯ..... 377**Міщенко Т.М.**НОВІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУДОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ..... 384

СЕКЦІЯ 9

СТАТИСТИКА

Чемікос А.В., Рахман М.С.АНАЛІЗ РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ
ТА РОЗРОБКА ПРОЄКТУ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ..... 390**Чемікос А.В., Сівакова О.А., Євтушенко В.А.**

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..... 395

Шацкова Л.П., Тімченко Т.О.АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ
ГОСПОДАРЮВАННЯ УКРАЇНИ У СФЕРІ НАДАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ..... 398

СЕКЦІЯ 10

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**Капраль О.Р.**

ВИДИ КОНТЕНТУ ТА КОНТЕНТ, ЩО СПРИЯЄ ЗБІЛЬШЕННЮ ОБСЯГІВ ПРОДАЖУ..... 403

Рикота В.І., Ковпак Е.О.

ПРОГНОЗУВАННЯ ДИНАМІКИ ІНДЕКСУ RFTS ЗА ДОПОМОГОЮ МОДЕЛІ ARIMA-GARCH..... 407

Черноусова Ж.Т., Комарницька А.О.

МОДЕЛЮВАННЯ МОНЕТИЗАЦІЇ ГОТІВКОВОГО ОБІГУ В УКРАЇНІ..... 412

CONTENTS

SECTION 1

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Gurova Darya THE MODERN ECONOMIC IMPACT OF TOURISM.....	3
Liashevska Viktoria, Shadrina Daria, Orekhov Vladislav THEORETICAL PRINCIPLES OF COMPETITIVENESS ENTERPRISES IN FOREIGN MARKETS.....	8
Mikitenko Tatiana, Nizelska Mariia INFLUENCE OF EUROPEAN INTEGRATION ON FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES.....	13
Morozova Iryna, Mikitenko Tatiana STRATEGIC MANAGEMENT OF THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF THE ENTERPRISES.....	17
Chernova Olha, Sharaienko Olha PROBLEMS OF FUNCTIONING OF INTERNATIONAL INNOVATION CLUSTERS IN WORLD ECONOMY....	24

SECTION 2

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Bilan Oksana «GREEN» ECONOMY AS A VECTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF UKRAINE.....	29
Burlaka Luidmyla ANALYSIS OF THE FUNCTIONING AND TRENDS OF THE REAL ESTATE MARKET IN UKRAINE.....	35
Kyryziuk Sergii SUPPORTING THE DEVELOPMENT OF THE STATE POLICY ON THE AGRICULTURE ADAPTATION TO CLIMATE CHANGE.....	41
Kosach Iryna PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE AGRICULTURAL COMPLEX OF UKRAINE: CURRENT ISSUES AND PROSPECTS.....	47
Radchenko Oleksander PROBLEMS AND TRENDS OF USE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN AGRICULTURAL COMPLEX IN THE GLOBALIZATION CONDITIONS.....	53
Robul Yuriy MARKETING POLICY, MARKETING SYSTEMS AND SUBJECTIVE WELL-BEING.....	57
Ruda Tatiana, Artemenko Andriy DEVELOPMENT OF SOFTWARE ON CONTROLS ON THE MOVEMENT OF MARITIME CONTAINERS AND ACCESSORIES TO THEM THROUGH CUSTOMS.....	62
Sytnyk Natalia, Shyshkova Yulia APPROACHES TO STRATEGIC PLANNING OF THE STATE POLICY OF TECHNOLOGICAL MODERNIZATION AND RE-INDUSTRIALIZATION OF ECONOMY	67
Sichka Ivan COMMERCIAL CONCESSION AS A FORM OF INVESTMENT IN RESTAURANT BUSINESS.....	74
Skachkov Oleksandr, Voitenko Kateryna BUILDING OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS OF THE MACHINE-BUILDING INDUSTRY IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION.....	79
Tymoshenko Nataliia, Melekh Nataliia GLOBAL CAUSES AND CURRENT TRENDS IN DIGITAL INNOVATIONS IN UKRAINE AND IN THE WORLD.....	84
Sheiko Iryna, Storozhenko Oleksandra PERSPECTIVES AND POSITIONING OF THE UKRAINIAN INFORMATION TECHNOLOGY SECTOR AT GLOBAL DIGITALIZATION PROCESS.....	90

SECTION 3

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Bezoluk Bohdan BUSINESS PROCESSES OF THE ENTERPRISE: GENERAL CHARACTERISTICS, ECONOMIC ESSENCE AND THEIR OPTIMIZATION.....	97
Buha Natalia, Tychynska Anna REGION'S ORGANIC BRAND FORMATION.....	101
Vovk Olha, Dolhopolova Yuliya PERFORMANCE MANAGEMENT OF INNOVATIVE RENEWAL OF THE AVIATION ENTERPRISES' BASIC ASSETS.....	106

Horshkova Liudmyla FEATURES OF FESTIVAL TOURISM AS A COMPLEX IST-TOURISM.....	111
Gromova Olena, Orobinskiy Oleksandr COMMUNICATION POLICY IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE.....	118
Gromova Olena, Shylova Olena MECHANISM OF USE OF LOGISTIC OUTSOURCING IN ACTIVITIES OF UKRAINIAN COMPANIES.....	122
Zhygalkevych Zhanna, Chuhlib Viktoriia PROJECT AND RISK MANAGEMENT: APPROACHES AND METHODS.....	126
Karacharova Katerina, Yeromina Marina, Koshak Nikita TO THE ISSUE OF IMPLEMENTATION HIGH-SPEED MOVEMENT IN UKRAINE.....	131
Kovalova Viktoriia LEVELS OF OCCURRENCE OF PERSONNEL RISKS AND MEASURES TO REDUCE THEM IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM.....	135
Koptieva Hanna CURRENT STATE AND TRENDS OF RETAIL ENTERPRISES.....	140
Krykhovetska Zoriana, Kropelnytska Svitlana, Kondur Oksana PROJECT ACTIVITIES AS A FACTOR OF IMPROVING COMPETITIVENESS OF DOMESTIC HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS (HEES).....	144
Lemish Kateryna, Cheremisina Tetiana, Bulankina Oleksandra IMPROVEMENT OF HUMAN CAPITAL MANAGEMENT ORGANIZATION.....	153
Malytz Viktoriia, Tarasenko Yuliia ADAPTATION OF PERSONNEL AS A METHOD OF FORMING THE HUMAN RESOURCES POLICY.....	158
Pandas Anastasiia, Pyslytsia Olga ECONOMIC RATIONALE FOR THE GROWTH OF THE PROFITABILITY OF THE CONSTRUCTION ENTERPRISE.....	163
Pashchenko Olha, Honcharenko Nataliia COMMUNICATION MANAGEMENT AS A FUNDAMENTAL FACTOR IN BUILDING A BUSINESS REPUTATION.....	167
Pylypenko Lyubomyr, Redko Mariana ANALYSIS OF THE ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF ERP SYSTEM IMPLEMENTATION IN ENTERPRISES.....	172
Ponomarenko Ihor, Yarema Katerina INTERNET MARKETING AS A TOOL TO ENSURE COMPANY'S COMPETITIVENESS.....	179
Rohovaia Taisiia, Kalinina Olha FEATURES OF LOGISTIC SYSTEM MANAGEMENT OF OIL AND GAS ENTERPRISES.....	184
Rozumei Svitlana, Nikolaienko Iryna, Kelep Yuliia FEATURES OF INTERNET MARKETING IN MODERN CONDITIONS	190
Sachynska Liudmyla FORMATION OF A SYSTEM OF MANAGEMENT OF LOGISTICS COSTS AT THE ENTERPRISE.....	197
Sytnyk Yosyf DEVELOPMENT OF PERSONAL COMPETENCES AND MOTIVATION OF INTELLECTUAL ACTIVITY OF THE PERSONNEL OF ENTERPRISES.....	202
Sivakova Olga, Rahman Mahbubur WAYS TO IMPROVE THE SMALL ENTERPRISE MARKETING ACTIVITIES.....	211
Sokolova Hanna THE MODERN STATE OF ECONOMIC CULTURE OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION.....	216
Shykina Olga RESEARCH OF OPERATION OF MARRIOTT INTERNATIONAL HOTEL CHAIN.....	222
Shyra Taras MODELING OF ENTERPRISE CORPORATE SECURITY SYSTEM FUNCTIONING.....	228
Shtangret Andriy, Karaym Miroslava, Shtangret Iryna STRATEGIC MANAGEMENT OF ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE.....	233
SECTION 4	
DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Pakulina Alevtyna, Holovko-Marchenko Inna, Pakulina Hanna PERSONNEL CONTROLLING IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION.....	237

Shchokina Evgeniia, Dorofieieva Inna HUMAN RESOURCES RECRUITING AS A COMPONENT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REGION.....	245
Shchokina Evgeniia, Tsaryuck Julia, Denisova Elisaveta EFFECTIVE SOCIAL COMMUNICATIONS.....	251
SECTION 5	
ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION	
Arestov Serhii DEFINITION OF THE BASIC PRINCIPLES OF THE CONCEPT OF CONCEPT DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTALLY SECURITY TOURISM IN ODESSA REGION.....	257
SECTION 6	
DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Volkova Nataliia SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF PERSONNEL ADAPTATION.....	263
Koryagina Tetyana, Kozorog Darya, Norenko Anastasiya SOCIAL ASPECTS OF ECONOMIC GROWTH OF UKRAINE.....	270
Pavlyuk Tetiana SOCIAL PROTECTION OF UKRAINE'S POPULATION.....	277
Pavlyuk Tetiana, Novak Irina POVERTY IN UKRAINE AND ITS CAUSES.....	282
Pogrebnyak Anna, Misaylo Olena SOCIAL ANALYSIS OF THE DAIRY INDUSTRY IN THE LVIV REGION.....	288
Royenko Vita EVOLUTION OF THE ECONOMIC ROLE OF THE STATE.....	294
SECTION 7	
MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Gulyk Tetyana, Kerbikova Alla, Horban' Irina PRINCIPLES AND ESSENCE OF CAPITAL MANAGEMENT COMPANIES.....	300
Lyvdar Marta, Yaroshevych Natalya, Stepanova Anastasiia THE DEMOGRAPHIC SITUATION IN UKRAINE: PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION.....	304
Likhonosova Ganna, Kolesnik Vladislav FINANCIAL CATALYSTS OF OPTIMIZATION MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE MANAGEMENT.....	310
Mandra Natalya, Laktionova Olga INTERNATIONAL MARKET OF SERVICES, DIGITAL FORMAT, TRENDS.....	315
Panchenko Victoria DIRECTIONS OF EXTERNAL PUBLIC DEBT MANAGEMENT OPTIMIZING.....	320
Sytnyk Inna METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE FUNCTIONING OF NEW SUBJECTS OF THE PAYMENT SYSTEM OF UKRAINE UNDER THE CONDITION OF ITS TRANSFORMATION.....	328
Tereshchenko Tetiana, Dolhareva Yaroslava TRADITIONAL AND ALTERNATIVE FORMS OF FINANCING FLOATING ASSETS OF THE ENTERPRISE.....	334
Tkachuk Natalia THEORETICAL ASPECTS OF THE ESSENCE AND PECULIARITIES OF THE BANK CONSOLIDATION PROCESS.....	340
Torianyk Zhanna, Shevchenko Viktoriia, Nedviga Liliia PERSPECTIVES FOR DEVELOPMENT OF BANKING SECTOR IN UKRAINE.....	346
Fursova Viktoriya, Savostianova Hanna ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE DEPOSIT GUARANTEE FUND.....	351
Khmilevska Anastasiia EFFICIENCY OF REALIZATION OF CONTACTLESS TECHNOLOGY PAYMENTS IN UKRAINE AND WORLD.....	355

SECTION 8

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Atamas Petro, Taus Karina

IMPROVING COMPANY LABOR ACCOUNTING..... 360

Bezverkhnia Yuliia

RELEVANCE OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN MODERN ENTERPRISES..... 365

Berenda Nadiya, Avielina Karyna

INFORMATION PROVIDING INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE..... 369

Illiashenko Kateryna

THE APPLICATION OF DATA MINING METHODS IN ACCOUNTING..... 374

Malakhova Anzhela, Martynenko OlenaTHE MAIN PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT
OF MICRO BUSINESS, ITS ACCOUNTING AND TAXATION..... 377**Mishchenko Tetiana**NEW APPROACHES TO THE CLASSIFICATION
OF INFORMATION SUPPORT FOR LEGAL EXPERTISE..... 384

SECTION 9

STATISTICS

Chemikos Artem, Rahman MahbuburANALYSIS OF THE INSURANCE SERVICES MARKET OF UKRAINE
AND DEVELOPMENT OF ITS IMPROVEMENT PROJECT..... 390**Chemikos Artem, Sivakova Olga, Jevtushenko Victoria**

INTERNATIONAL MARKETING DEVELOPMENT AT ENTERPRISE UNDER GLOBALIZATION..... 395

Shatskova Liubov, Timchenko TetianaANALYSIS OF DEVELOPMENT TRENDS OF ACTIVITY OF ECONOMIC ENTITIES
OF UKRAINE IN THE SPHERE OF PROVIDING SOCIAL ASSISTANCE..... 398

SECTION 10

MATHEMATICAL METHODS, MODELS

AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Kapral Olha

TYPES OF CONTENT AND CONTENT THAT HELPS DRIVE SALES..... 403

Rikota Valentina, Kovpak ElviraFORECASTING THE DYNAMICS OF THE PFTS STOCK INDEX
BY USING THE ARIMA-GARCH MODEL..... 407**Chernousova Zhanna, Komarnytska Alona**

MODELING MONETIZATION CASH CIRCULATION IN UKRAINE..... 412

Наукове видання

ПРИАЗОВСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК

Електронний науковий журнал

6(17) 2019

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *В.О. Удовиченко*

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей. Висловлені у цих статтях думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань.

Засновник:

Класичний приватний університет

Адреса редакції журналу: вул. Жуковського, 70-б, каб. 219,
м. Запоріжжя, Україна, 69002

Відповідальний секретар: Трохимець Олена Іванівна

E-mail: journal@rev.kpu.zp.ua

Телефон: +38 (095) 369-23-67