

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 58

Частина 2



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

Головний редактор:

Шапошников К.С. – доктор економічних наук, професор

Члени редакційної колегії:

Велькі Януш – доктор економічних наук, професор

Гавкалова Н.Л. – доктор економічних наук, професор

Гальцова О.Л. – доктор економічних наук, професор

Дзієканські Павел – доктор економічних наук, професор

Іртищева І.О. – доктор економічних наук, професор

Коваль В.В. – доктор економічних наук, професор

Піллелієне Ліна – доктор економіки, професор маркетингу

Пономаренко Т.В. – доктор економічних наук, професор

Сафонов Ю.М. – доктор економічних наук, професор

Ситнік І.В. – доктор економічних наук, професор

Стеблянко І.О. – доктор економічних наук, професор

Електронна сторінка видання – www.bses.in.ua

Міжнародний цифровий ідентифікатор журналу:
<https://doi.org/10.32843/bses>

Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»

включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (Категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 28 грудня 2019 року № 1643 (Додаток 4)

Галузь науки: економічні.

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

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

Науковий журнал індексується у наукометричній базі **Index Copernicus**.

Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет відповідно до рішення вченої ради Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій (від 26 жовтня 2020 року протокол № 10).

Науковий журнал «Причорноморські економічні студії» зареєстровано Міністерством юстиції України (Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія КВ № 21934-11834Р від 23.03.2016 року)

ISSN (Print): 2524-0897

ISSN (Online): 2524-0900

© ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2020

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Дяченко Т.О., Анохіна О.О. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ.....	7
Кулаковська Т.А., Маркевич Л.С. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК МЕТОД ВИХОДУ З КРИЗОВИХ СТАНОВИЩ ПІДПРИЄМСТВ ВІНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ.....	12
Лебедєв І.В., Давиденко І.В. СОЦІАЛЬНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН І ЗАВДАННЯ	18
Ложачевська О.М., Виговська А.М. СТЕЙКХОЛДЕРСЬКИЙ ПІДХІД ДО КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ.....	24
Макаренко С.М. ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	28
Москаленко Д.М., Сильчук Т.А., Зуйко В.І. РОЗШИРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....	33
Овчиннікова В.О., Дудін Д.Д., Дьякова Н.М. СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ.....	39
Омельяненко О.М. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ КРЕАТИВНИХ ПОСЛУГ ІЗ ПОГЛЯДУ ПОБУДОВИ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ	45
Поліщук А.С. ТРАНСФОРМАЦІЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ОБОРОННОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ.....	51
Федоренко І.А., Коломієць Ю.О., Коломойцева К.Ю. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	56
Шацька З.Я., Романченко А.О. СТРАТЕГІЯ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ.....	63

РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Заюков І.В. ОЦІНЮВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РЕГІОНУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	68
Трушкіна Н.В. РОЗРОБЛЕННЯ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ (НА ПРИКЛАДІ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУ).....	76

РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Мареха І.С. СВІТОВА ПРАКТИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОДАТКІВ: АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ У НАЦІОНАЛЬНЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ.....	81
--	----

РОЗДІЛ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Гусятинський М.В., Татяніна С.М., Березинець Ю.В. АНТИКРИЗОВЕ ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ.....	87
Давидов І. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	93

Пріхно І.М., Частоколенко І.П., Григоренко К.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....	99
Хвостенко В.С., Шатов В.С. ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ОПЕРАТОРА ФОНДОВОГО РИНКУ.....	107
РОЗДІЛ 7. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Дутчак Р.Р., Дутчак В.Ф. ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ ДОКУМЕНТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ПРО ВАЛЮТНІ ОПЕРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ У ВИРІШЕННІ ГОСПОДАРСЬКИХ СПОРІВ ІЗ БАНКАМИ.....	114
Старенька О.М. ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЕРАТИВНОГО КОНТРОЛЮ В СИСТЕМІ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	121
РОЗДІЛ 8. СТАТИСТИКА	
Рудич А.І. СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ.....	127

CONTENTS

SECTION 3. ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Dyachenko Tatyana, Anokhina Oksana PECULIARITIES OF MARKETING ACTIVITY MANAGEMENT IN THE FOREIGN MARKET ENTERPRISE.....	7
Kulakovska Tetyana, Markevych Larysa DIVERSIFICATION OF PRODUCTION LIKE A METHOD TO OVERCOME CRISIS SITUATIONS OF ENTERPRISES IN THE WINE INDUSTRY.....	12
Lebedyev Ihor, Davydenko Iryna SOCIAL VECTOR OF TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE: STATE AND TASKS.....	18
Lozhachevska Olena, Vyhovska Anastasiia STAKEHOLDER APPROACH TO THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE COMPANIES.....	24
Makarenko Serhii FEATURES OF ANALYTICAL EVALUATION OF CHOICE OF INDUSTRIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY.....	28
Moskalenko Daryna, Sylchuk Tetiana, Zuiko Vira EXPANSION OF INNOVATIVE SERVICES IN HOSPITALITY SPHERE.....	33
Ovchynnikova Viktoria, Dudin Dmytro, Diakova Natalia SYSTEMATIZATION OF FACTORS OF INFLUENCE ON INVESTMENT ACTIVITY OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES.....	39
Omelyanenko Olena ANALYSIS OF FEATURES OF CREATIVE SERVICES FROM THE POINT OF VIEW OF BUSINESS STRATEGIES DEVELOPMENT.....	45
Polishchuk Anatoliy TRANSFORMATION OF THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF THE ENTERPRISES OF THE DEFENSE COMPLEX OF UKRAINE.....	51
Fedorenko Irina, Kolomiiets Yuliia, Kolomoytseva Kateryna ANALYSIS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY AS A COMPONENT OF THE MECHANISM OF MANAGING THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES.....	56
Shatska Zorina, Romanchenko Anna INTEGRATION STRATEGY OF HOTEL ENTERPRISES.....	63
SECTION 4. PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY	
Zayukov Ivan EVALUATION OF LABOR PRODUCTIVITY OF THE BLACK SEA ECONOMIC REGION AT THE CURRENT STAGE OF UKRAINE'S DEVELOPMENT.....	68
Trushkina Nataliia DEVELOPMENT OF A MODEL OF ECONOMIC GROWTH OF THE REGIONAL TRANSPORT AND LOGISTICS SYSTEM (ON THE EXAMPLE OF THE BLACK SEA ECONOMIC REGION).....	76
SECTION 5. ECONOMY OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT AND ENVIRONMENTAL DEFENCE	
Marekha Iryna GLOBAL PRACTICE OF ENVIRONMENTAL TAXES EFFICIENCY ESTIMATION: ANALYSIS OF THE OUTCOMES AND IMPLEMENTATION INTO NATIONAL NATURE MANAGEMENT	81
SECTION 6. MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Husiatynsky Mykola, Tatianina Svitlana, Berezynets Yuliya ANTI-CRISIS PUBLIC MANAGEMENT OF BANKING ACTIVITY.....	87
Davydov Ivan INSTRUMENTS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE SYSTEM OF HIGHER EDUCATION.....	93
Prikhno Iryna, Chastokolenko Ihor, Hryhorenko Kostiantyn EFFICIENCY OF REGIONAL FINANCIAL POLICY IN UKRAINE.....	99

Khvostenko Vladyslav, Shatov Vadym
WAYS OF FORMING A FINANCIAL RISK MANAGEMENT SYSTEM
OF THE STOCK MARKET OPERATOR.....107

SECTION 7. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Dutchak Ruslan, Dutchak Vira
THE LEGAL ANALYSIS OF ACCOUNTING DOCUMENTS ABOUT FOREIGN EXCHANGE
TRANSACTIONS OF ENTERPRISES IN THE SOLUTION BUSINESS DISPUTES WITH BANKS.....114

Starenka Olha
ORGANIZATION OF OPERATIONAL CONTROL
IN THE INTERNAL CONTROL SYSTEM AT ENTERPRISES.....121

SECTION 8. STATISTICS

Rudych Alla
STATISTICAL ASSESSMENT OF THE STATE AND TRENDS
OF DEVELOPMENT DAIRY MARKET OF UKRAINE.....127

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

PECULIARITIES OF MARKETING ACTIVITY MANAGEMENT IN THE FOREIGN MARKET ENTERPRISE

УДК 339.1

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-21>

Дяченко Т.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Національний транспортний університет
Анохіна О.О.
студентка
Національний транспортний університет

Dyachenko Tatyana

National Transport University

Anokhina Oksana

National Transport University

Статтю присвячено питанням особливостей управління маркетинговою діяльністю підприємства на зовнішньому ринку. Розглянуто особливості управління маркетингом із боку менеджерів та основні види маркетингової діяльності в компанії ЗЕД. Досліджено модель управління маркетингом на підприємстві. Визначено основні етапи ефективного управління міжнародною маркетинговою діяльністю. Управління маркетинговою діяльністю в умовах ЗЕД є масштабним та складним процесом, але його здійснення дає змогу підприємству підвищити ефективність продукту, збільшити конкурентну перевагу на внутрішньому ринку та здобути економію на масштабі. Досліджено питання впливу фактору виходу компанії на зовнішній ринок, а також більш детально розглянуто етапи ефективного управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства. Установлено, що також важливим питанням є організація та контролювання міжнародної маркетингової стратегії.

Ключові слова: маркетингова діяльність, конкурентна перевага, ефективність продукту, зовнішній ринок.

Стаття посвящена вопросам особенно-

ности предприятия на внешнем рынке. Рассмотрены особенности управления маркетингом со стороны менеджеров и основные виды маркетинговой деятельности в компании ВЭД. Исследована модель управления маркетингом на предприятии. Определены основные этапы эффективного управления международной маркетинговой деятельностью. Управление маркетинговой деятельностью в условиях ВЭД является масштабным и сложным процессом, но его осуществление позволяет предприятию повысить эффективность продукта, увеличить конкурентное преимущество на внутреннем рынке и получить экономию на масштабе. Исследован вопрос влияния фактора выхода компании на внешний рынок, а также более подробно рассмотрены этапы эффективного управления международной маркетинговой деятельностью предприятия. Установлено, что также важным вопросом является организация и контроль международной маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, конкурентное преимущество, эффективность продукта, внешний рынок.

The article is devoted to the peculiarities of the marketing management activity in the foreign market enterprise. The peculiarities of marketing management of managers and the main types of marketing activities in the company are considered. The main stages of effective management of the international marketing activities are identified. Management of marketing activities in terms of foreign economic activity is a large-scale and complex process, but its implementation allows the company to increase its product efficiency, increase competitive advantage in the domestic market and gain economies of scale. The question of influence of the factor of the company exit on the foreign market is investigated and also the issue of effective management of the international marketing activity in the enterprise is considered in more detail in this article. It is established that the organization and control of the international marketing strategy is also an important issue. This article pays attention to the world practice of marketing in foreign countries as well. It was considered that to successfully conduct marketing activities in the company successful marketologists require the definition of "Personas and customer cards", analysis of statistics and marketing goals, and assessment of possible risks and failures in marketing activities. There is information on the marketing function, which plays a major role in establishing and maintaining contacts between the company and its markets. In this article, you can consider the features of marketing management in the foreign trade company. In order to analyze the opinion of managers on the importance of different marketing activities, you can consider a research model that includes the main factors and results. This article also discusses the selection of your customer segment for the products and services which the company offers. You can easily create customized products and services for your customers when they are properly segmented. The article is useful for marketing and management students, marketing professors, scientists and analytics.

Key words: marketing activity, competitive advantage, product efficiency, foreign market.

Постановка проблеми. Існує незаперечний інтерес управління маркетинговою діяльністю майже в усіх секторах економіки для протидії зростаючій місцевій та глобальній конкуренції. Оскільки показники стратегії розвитку ринку регресують на відміну від показників ефективності, взаємозв'язок між стратегією розвитку маркетингу та результатами діяльності фірми є суттєвим, результати розвитку нових сегментів ринку впливають на обсяги продажів і загальний товарообіг.

Ребрендинг, акції, упаковка різної кількості дають змогу отримати доступ на нові сегменти ринку

під час відкриття торгових точок, а також вихід на зовнішній ринок. Інтернаціоналізація компаній та управління міжкультурними командами сьогодні є частиною повсякденного життя співробітників та керівників. Тим не менше людей, які правильно реагують на нові виклики, що стоять сьогодні перед ними, дуже мало. Як результат, управління міжкультурними командами або міжнародними проектами часто закінчується хаосом у разі застосування традиційних методів. Це загрожує не лише власній кар'єрі менеджера, а й успішній інтернаціоналізації або навіть існуванню компанії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сьогодні існує безліч публікацій на тему особливостей маркетингової діяльності в компанії з метою виходу на зовнішній ринок. Дослідженню особливостей управління маркетинговою діяльністю підприємства на зовнішньому ринку присвятили свої праці багато вітчизняних та іноземних авторів: Р.Г. Айсіна, О.М. Антоненко, О.І. Тревого, Р.М. Костюкевич, Г.Л. Багієв, І.А. Арєнков, Д. Шіплі, Л.Г. Вайнціммер, М. Прібова та ін.

Незважаючи на велику кількість наукових праць, на безліч стратегій удосконалення маркетинг-менеджменту на підприємстві, не існує конкретних порад, рекомендацій із застосування маркетингової діяльності у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Постановка завдання. Мета дослідження – представити особливості управління маркетинговою діяльністю на підприємстві ЗЕД, що допоможе приймати кращі рішення та ефективніше керувати міжнародною організацією.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діяльність та успіх компаній залежать від численних взаємопов'язаних внутрішніх та зовнішніх чинників, які постійно аналізуються як ученими, так і практиками. Однак дуже складна природа предмета вимагає розподілу проблеми на більш конкретні аспекти аналізу. Маркетингова функція відіграє головну роль у встановленні та підтримці контактів між компанією та її ринками. Проте роль маркетингу широка, і вона залежить від характеристики компанії та її стратегії.

У цій статті можна розглянути особливості управління маркетингом у ЗЕД компанії з боку менеджерів організації. Для аналізу думки менеджерів щодо важливості різних маркетингових заходів розглянемо модель дослідження, що включає основні фактори та результати (рис. 1).

Отже, з рисунку чітко видно, що управління маркетингом є ключовою умовою забезпечення стабільного рівня попиту на товар. Узагальнене визначення маркетингового менеджменту – це процес, основними складниками якого є аналіз, планування, реалізація планів та контроль над здійсненням заходів, спрямованих на встановлення, зміцнення і підтримання взаємовигідних обмінів із цільовими ринками для досягнення цілей підприємства [2, с. 19–20].

Маркетинговий менеджмент має проводитися відповідно до узгодженого плану маркетингу, який є частиною загального плану діяльності та розвитку підприємства. Відповідно, формування цілей підприємства, розроблення стратегії та концепції маркетингу залежать від меж зовнішнього та внутрішнього середовища, в якому воно функціонує.

Маркетинговий менеджмент у компанії, що орієнтується на зовнішній ринок, передбачає орієнтацію на потреби ринку, стратегічний підхід, швидку

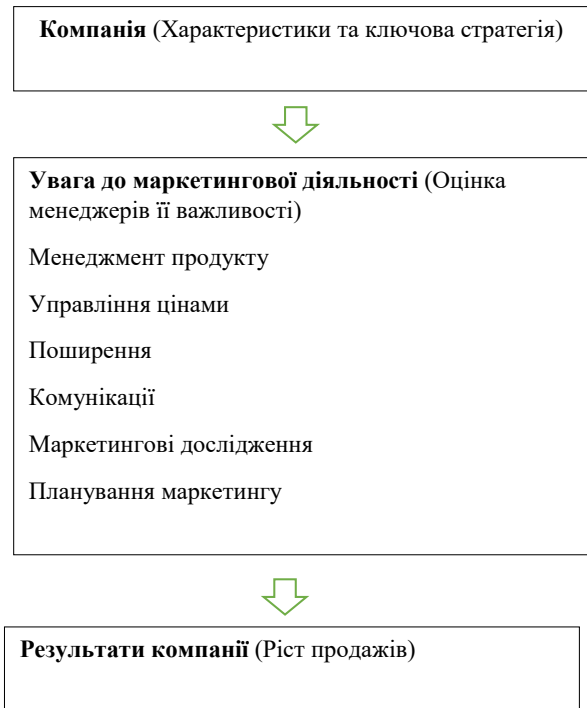


Рис. 1. Модель управління маркетингом у ЗЕД компанії

адаптацію до змін зовнішнього середовища, забезпечення конкурентоспроможності, тому для успішного управління маркетинговою діяльністю важливими є рівень освіти працівників та стимулювання їх із боку керівництва [1, с. 138].

Також варто не забувати, що маркетинг у компанії ЗЕД вимагає від маркетолога бути особливо креативним, знаходити цікаві ідеї та ділитися ними з колегами. Що ж робить маркетинг креативним? Історично термін «маркетинговий креатив» асоціювався зі словами та малюнками, які входять до рекламних кампаній. Але маркетинг, як і інші корпоративні функції, став більш складним та суворим. Маркетологи повинні освоїти аналітику даних, досвід клієнтів та дизайн продукту.

По-перше, клієнти сьогодні – не просто споживачі, вони також є творцями, розробляючи вміст та ідеї і стикаючись із проблемами разом із вами. Креативність у маркетингу вимагає роботи з клієнтами від самого початку, щоб переплести їхній досвід з вашими зусиллями та щоб розширити досягнення вашої компанії.

По-друге, кожен маркетолог вважає, що досвід клієнта важливий. Але більшість маркетологів зосереджується лише на частинах цього досвіду, що знаходяться під їхнім безпосереднім контролем. Креативні маркетологи розглядають кейс ширше і звертають увагу на весь досвід споживачів – від початку до кінця. Сюди відносяться товар, процес покупки, можливість надати підтримку та відносини з клієнтами. Це,

звичайно, вимагає часу та ресурсів, а також використання творчого мислення до незнайомих проблем.

По-третє, вимірність цифрового залучення означає, що ми тепер можемо точно знати, що працює, а що не працює. Це дає маркетингу можливість виміряти та управляти собою по-новому. Раніше маркетинг вимірював успіх, дотримуючись бюджетів та виграючи творчі нагороди. Сьогодні здатність вимірювати дані та коригувати стратегії в режимі реального часу дає змогу маркетингу довести свою цінність для бізнесу абсолютно новими способами.

Маркетингова діяльність дає змогу досягти кращої частки ринку, зростання доходів та прибутковості. Передусім вона визначає потреби клієнтів та задовольняє їх за допомогою індивідуальних продуктів і послуг. Розглянемо основні види маркетингової діяльності в ЗЕД компанії.

1. Деякі організації не проводять дослідження ринку, яке є однією з основних видів маркетингової діяльності, і від нього легко відмовитися. Але потрібно знати, що без належного дослідження ринку ваші маркетингові стратегії здебільшого не будуть ефективними. Під час дослідження ринку потрібно взяти також до уваги точкові можливості, зниження ризику невдач, тобто оцінку ризиків, а також тестування самого продукту.

2. Маркетинг став орієнтованим на споживача. Отже, ви повинні вміти визначати та вибирати свій сегмент клієнтів для продуктів та послуг, які ви пропонуєте. Ви можете легко створювати індивідуальні продукти та послуги для своїх клієнтів, коли вони належним чином сегментовані. Сегментування клієнтів також дасть змогу визначити найкращі канали для здійснення маркетингу, що може заощадити ваші витрати в довгостроковій перспективі.

3. Установіть канали розподілу продукції на зовнішній ринок. Каналами розповсюдження можуть бути роздрібні магазини, склади, магазини, оптові продавці, соціальні медіа чи магазини електронної комерції в Інтернеті або їх поєднання.

4. Ефективне обслуговування клієнтів відіграє важливу роль в індивідуальному досвіді клієнтів. Отже, досвідчений маркетинголог має забезпечити відмінне обслуговування клієнтів та розуміти, чого хоче замовник. Клієнти сьогодні шукають доброзичливих і безпроблемних послуг, отже, для збільшення продажів підприємство повинне бути орієнтоване на клієнтів.

На особливості управління маркетинговою діяльністю в компанії ЗЕД також впливає фактор виходу компанії на зовнішній ринок. Розглянемо більш детально етапи ефективного управління міжнародною маркетинговою діяльністю:

1. Вибір ринку для здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

2. Проведення ретельного маркетингового дослідження. На початку зовнішньоекономічної діяльності варто зрозуміти вплив на бізнес, тому маркетингове дослідження має містити:

- аналіз сегментації ринку, щоб визначити, чи буде проданий продукт на місцевому ринку;
- аналіз існування попиту, що не задовольняє місцевий виробник;
- SWOT-аналіз відносно конкуренції;
- аналіз розміру та можливостей ринку, прогнозування часу, впродовж якого можливо досягти цільової частки ринку [3].

3. Визначення «готовності» продукту для його продажу та представлення на зовнішній ринок. Головним тут є те, щоб товар відповідав смаку, вимогам закордонних споживачів, а також тенденціям моди, дизайну тощо.

4. Розроблення маркетингової стратегії. Сюди входять:

- розроблення маркетингового плану та визначення ключових показників ефективності;
- сегментація іноземного ринку, вибір цільової ніші;
- визначення комплексу маркетингу з урахуванням особливостей вибраного ринку;
- прийняття рішення щодо створення нового бренду або використання існуючого.

5. Узгодження стратегії міжнародного маркетингу та її подальше контролювання.

Малим або середнім корпораціям може бути важко спочатку скласти міжнародний маркетинговий план, оскільки вони, як правило, не мають досвіду чи бюджету для запуску кампанії. Співпрацюючи з іншою групою або наймаючи маркетингових експертів, що знають іноземні ринки, менші компанії можуть будувати свої культурні дослідження та проводити більш успішні кампанії.

Незалежно від того, вирішує компанія співпрацювати з іншим закордонним агентством або наймає представника міжнародного маркетингу, найважливішим аспектом побудови успішної міжнародної маркетингової кампанії є дослідження, які вони проводять. Дослідження повідомлятимуть маркетингову місію компанії у міру їх продовження, даючи їй змогу максимізувати потенціал на нових ринках.

Після завершення дослідження та вибору ринку експерти повинні вивчити та змінити маркетингову стратегію бренду так, щоб вона відповідала їхній цільовій демографічній групі. Найм працівників із країни експорту допоможе забезпечити належне та чутливе вирішення всіх культурних відмінностей.

Для міжнародного бренду, що розвивається, для досягнення успіху необхідне встановлення партнерських відносин та створення мереж з іншими компаніями в країні. Партнери в межах цільового ринку допомагають новим компаніям

закріпитися на ринках, де вони інакше пройшли б непоміченими.

Також важливо постійно переглядати міжнародну маркетингову стратегію. Навіть якщо компанія відправляє представників для поїздок на зовнішній ринок, набагато складніше тримати руку на пульсі закордонної маркетингової кампанії. Це означає, що результати слід відстежувати надзвичайно ретельно і регулярно проводити уточнення, щоб допомогти товару закріпитися на відповідному рівні для успіху.

Однією з помилок компаній є те, що вони ставляться до зарубіжного ринку, як до тієї самої культури. США, наприклад, не зовсім схожі на інші країни, але вони мають різні ринки збуту. Насправді, продуктові магазини невеликого формату та їхні готові страви могли б працювати краще в міських умовах зі щільною атмосферою та на замських площах. Розуміння усіх культурних, практичних та юридичних відмінностей та подолання їх завдяки розумній локалізації ключових маркетингових заходів – ключ до успішного його продажу на ринку (що можна підсумувати як «взяти до уваги прогалини»).

Але маркетинг B2B залежить від взаємозв'язку, і взаємозв'язок складно скласти, якщо покупець не відчуває близькості до вас. B2B-угоди укладаються між людьми, а не лише цифровим шляхом. Ділові відносини базуються на довірі. І довіра заснована, принаймні частково, на почутті взаєморозуміння. Міжкультурне розуміння є ключем до глобального успіху. І вміння розмовляти мовою вашого нового ринку дуже важливе.

Ризики загубитися в перекладі між Європою та США є, можливо, більш тонкими, ніж ризики, з якими стикалися компанії під час переходу на ринки Азії.

Деякі маркетингові заходи, наприклад, найкраще вести централізовано в Європі, а деякі найкраще локалізувати на ринку США.

Проводячи маркетинг зовнішнього ринку, найкращі європейські маркетологи B2B локализують таке:

1. «Персона та карти подорожей покупця».

Персона представляє певну групу клієнтів вашої компанії. Як бренд (або компанія, роботодавець тощо) ви можете використовувати цю подорож користувача, щоб співпереживати кожному кроку ваших клієнтів та поліпшувати їхній досвід із вашою послугою чи товаром. *Карти подорожей* візуалізують досвід клієнта (або користувача, або працівника, громадянина тощо) протягом певного часу.

Процес картографування подорожей може допомогти створити конкурентні переваги та збільшити дохід компанії. Клієнти впливають один на одного і довіряють рекомендаціям друзів та

сім'ї більше, ніж прямому спілкуванню з компанією. Задовольнивши своїх клієнтів, працівники компанії можуть заохочити їх поділитися позитивним досвідом. Зрештою, люди готові платити більше за хороше обслуговування клієнтів та задоволення.

Покупці у США часто є більш прямими, ніж європейські. Там, де репутація бренду може бути ключовим фактором прийняття рішень в Європі, рентабельність інвестицій (ROI) – «покажи мені гроші» – набагато важливіша у США. Отже, варто створити пост в Інтернеті, активно взаємодіяти зі своїми потенційними клієнтами, скласти дослідження дзвінків та провести опитування. Потім вони пристосовуються і, відповідно, будують свої «персона та карти подорожей».

2. Статистика та ціль маркетингової діяльності.

Дані – це лише інформація, якщо з ними не можна працювати з розумінням. Маркетологи з найкращими практиками роблять дані корисними завдяки поведінковій, демографічній та психографічній інформації. Тут розуміння нюансів різних регіонів та міст США може допомогти вам ефективно досягти своїх перспектив.

3. Облік місцевих правил збору даних та правила конфіденційності.

Найкращі практики європейських маркетологів B2B беруть стратегічну сегментацію, розроблену централізовано, та локализують її, щоб забезпечити вимірювання, доступність та прибуток цільових сегментів. Виконання локалізованих кампаній може виконуватися місцевою командою або централізованою командою спільних ресурсів, але ці кампанії повинні розроблятися і виконуватися з урахуванням місцевого націлювання, збору даних та правил конфіденційності.

Висновки з проведеного дослідження. Особливістю маркетингової діяльності, яка націлена на зовнішній ринок, є те, що людина чи організація зобов'язуються збільшити продажі послуг та продуктів, а також поліпшити свій бренд, щоб заохотити потенційних іноземних покупців скористатися цими послугами та товарами.

Маркетингова діяльність дає змогу краще розуміти своїх клієнтів та створити більше потенційних клієнтів для своїх продуктів та послуг, адже ніколи не буде достатнім мати чудовий товар чи послугу для більшості організацій та підприємств. Без ефективної маркетингової діяльності бренд та товар не стануть відомими на зовнішньому ринку.

Таким чином, по-перше, потрібно скласти ефективний список маркетингової діяльності для збільшення продажів і доходу. Ці заходи повинні бути належним чином сплановані, інакше вони не матимуть успіху. По-друге, доцільним є спочатку вибір ринку для здійснення ЗЕД-діяльності та проведення маркетингового дослідження. Наступним

етапом є визначення готовності продукту до продажу та розроблення подальшої маркетингової стратегії.

Варто також звернути увагу на світову практику ведення маркетингу в зарубіжних країнах, тобто для успішного ведення маркетингової діяльності в компанії ЗЕД необхідними є визначення «персони та карти покупців», аналізування статистики та цілей маркетингу, а також оцінка можливих ризиків та невдач під час ведення маркетингової діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Артимонова І.В. Засади та напрями впровадження сучасної концепції маркетингу у практичну діяльність аграрних товаровиробників. *Вісник Білоцерківського державного аграрного університету*. 2009. С. 136–140.
2. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход. Санкт-Петербург, 2002. 864 с.
3. Dibb S. Marketing planning best practice. *The Marketing Review*, 2002. Vol. 2. № 2. P. 441–459. DOI : <https://doi.org/10.1362/1469347012863871>.

4. Purlys C. Enterprise's Export Marketing and Promotion Strategy : 9th International Scientific Conference. Kaunas, 2007. P. 289–300.

REFERENCES:

1. Artimonova I.V. (2009) *Zasady ta napryamy vprovadzhennya suchasnoyi kontseptsiyi marketynhu u praktychnu diyalnist ahrarnykh tovarovyrobnykiv* [Principles and directions of implementation of the modern concept of marketing in the practical activities of agricultural producers]. *Bila Tserkva State Agrarian University Bulletin*, pp. 136–140.
2. O'Shaughnessy J. (2002) *Konkurentnyy marketing: strategicheskyy podkhod* [Competitive marketing: a strategic approach]. SPb. (in Russian)
3. Dibb, S. (2002) [Marketing planning best practice. *The Marketing Review*]. *The Marketing Review* (electronic journal), vol. 2, no 2, pp. 441–459. Available at: <https://www.ingentaconnect.com/content/westburn/tmr/2001/00000002/00000004/art00005> (accessed 13 October 2020).
4. Purlys C. (2007) [Enterprise's Export Marketing and Promotion Strategy], 9th International Scientific Conference, Kaunas, pp. 289-300.

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК МЕТОД ВИХОДУ З КРИЗОВИХ СТАНОВИЩ ПІДПРИЄМСТВ ВІНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ

DIVERSIFICATION OF PRODUCTION LIKE A METHOD TO OVERCOME CRISIS SITUATIONS OF ENTERPRISES IN THE WINE INDUSTRY

УДК 338.12.017

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-22>**Кулаковська Т.А.**к.е.н., доцент кафедри економіки
промисловостіОдеська національна академія
харчових технологій**Маркевич Л.С.**

магістр

Одеська національна академія
харчових технологій**Kulakovska Tetyana**Odessa National Academy
of Food Technologies**Markevych Larysa**Odessa National Academy
of Food Technologies

У статті охарактеризовано роль виноробної галузі в суспільстві та її значення для економіки країни. Проаналізовано джерела, що розглядали питання наблизеної тематики, відзначено вплив сучасних науковців на поліпшення стану галузі в Україні та популяризацію культури споживання алкогольних напоїв серед населення. На основі дослідження сучасного стану виноградарсько-виноробної галузі України проаналізовано зміни, що відбулися через низку несприятливих подій, визначено основні напрями та перспективи її ефективного розвитку. Досліджено вплив пандемії COVID-19 на світову алкогольну промисловість. Проведено порівняння з негативними наслідками інших несприятливих періодів для виноробної галузі. Наведено статистичні дані щодо споживання алкоголю в Україні за перше півріччя 2020 р., сучасні тенденції у світі алкоголю та лідерів продажу. Розглянуто поняття диверсифікації та її види загалом, а також застосування диверсифікації виробництва як інструмента для виходу з кризових ситуацій та поліпшення конкурентної позиції на ринку алкогольних напоїв підприємств виноробної галузі.

Ключові слова: виноробна галузь, виноробство, диверсифікація, криза, пандемія, обсяг виробництва, карантин, товарообіг вин.

В статтю описані роль винодельческой отрасли в обществе и ее значение для эко-

номики страны. Проанализированы источники, которые рассматривали вопросы приближенной тематики, отмечено влияние современных ученых на улучшение состояния отрасли в Украине и популяризацию культуры потребления алкогольных напитков среди населения. На основе исследования современного состояния виноградарско-винодельческой отрасли Украины проанализированы изменения, произошедшие из-за ряда неблагоприятных событий, определены основные направления и перспективы ее эффективного развития. Исследовано влияние пандемии COVID-19 на мировую алкогольную промышленность. Проведено сравнение с негативными последствиями других неблагоприятных периодов для винодельческой отрасли. Приведены статистические данные о потреблении алкоголя в Украине за первое полугодие 2020 г., современных тенденциях в мире алкоголя и лидерах продаж. Рассмотрено понятие диверсификации и ее виды в целом, а также применение диверсификации производства как инструмента для выхода из кризисных ситуаций и улучшения конкурентной позиции на рынке алкогольных напитков предприятий винодельческой отрасли.

Ключевые слова: винодельческая отрасль, виноделие, диверсификация, кризис, пандемия, объем производства, карантин, товарооборот вин.

This article describes the role of the wine industry in society and its importance for the economy. The sources that considered the issues of approximate topics were analyzed, the influence of modern scientists on the improvement of the state of the industry in Ukraine and the popularization of the culture of alcohol consumption among the population was noted, new measures for the development of wine tourism, promotion and popularization of small producers were mentioned. Based on the study of the current state of the viticulture and wine industry of Ukraine, the changes that occurred due to a number of adverse events were analyzed, the main directions and prospects of its effective development were identified. It was also investigated the impact of the COVID-19 pandemic on the global alcohol industry and its contribution to changing alcohol preferences among the population, and a forecast based on International Wine & Spirit Research was provided to overcome the quarantine crisis in the alcohol industry by 2024. A comparison was made with the negative consequences of other unfavorable periods for the wine industry (phylloxera, anti-alcohol campaign, climate change, closure of restaurants, bars, festivals and other trading platforms due to quarantine measures). Statistics on wine and spirits consumption in Ukraine for the first half of 2020, current trends in the world of alcohol and sales leaders were presented, it was explained why new drinks have become popular and why some types of alcohol have now lost their popularity. The concept of diversification and its types in general was considered, as well as the use of production diversification as a tool for overcoming crisis situations and improving the competitive position in the market of alcoholic beverages of wine enterprises. Emphasis was placed on the importance of choosing the right diversification strategy or a combination of several strategies. A good example was given in the article – the winery "Kolonist", which demonstrated how to diversify the range of products using secondary products of grape processing (seeds, skins, juice, pomace, etc).

Key words: wine industry, winemaking, diversification, crisis, pandemic, production volume, quarantine, wine trade.

Постановка проблеми. Галузі виноградарства і виноробства були й є важливими бюджетотворюючими складниками агропромислового комплексу у світі та Україні. Підвищення рівня конкурентоспроможності українських виноробів є головною вимогою, яка зумовлює перспективи їх ефективного розвитку на внутрішньому і зовнішньому ринках. Зважаючи на тенденції активного розвитку світового ринку виноробної продукції, зростання споживання вина і посилення конкуренції між вітчизняними та закордонними виробниками, визначення основних пріоритетів та можливостей реалізації потенціалу згаданої галузі в Україні шля-

хом диверсифікації виробництва заслуговують на особливу увагу під час карантинних заходів, спричинених пандемією. Тому аналіз стану галузі до обмежень та після них, а також прогнозування та алгоритм дій щодо оптимального виходу виноградарських та виноробних підприємств із даної ситуації залишаються актуальними питаннями не лише практичного, а й наукового рівня.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Даній темі присвячено численні публікації видатних діячів науки, а також регулярно збираються та аналізуються статистичні дані по всьому світу такими організаціями, як Wine & Spirits, Wine

Magazine, Укрстат, IWSR (International Wine & Spirit Research), де аналізуються темпи розвитку виноробної галузі, вплив кризових ситуацій, сучасні тенденції та модні віяння серед різних верств населення щодо споживання алкоголю тощо.

Уже тривалий час чисельні публікації науковців свідчать про зростаючий інтерес до сучасних проблем, що виникають на шляху розвитку виноградарства та виноробства. Зокрема, в науковій публікації В.О. Бойко, Н.О. Аверчевої та Л.О. Бойко [1, с. 61–70] визначено основні складники потенціалу виноградарсько-виноробної галузі України, досліджено сучасний стан її розвитку та окреслено проблеми, які потребують першочергового вирішення, визначено основні напрями розвитку виноградарсько-виноробної галузі країни в умовах посилення рівня конкуренції на внутрішньому ринку та інтеграційних процесів у Європі та світі. Сучасні тенденції розвитку виноградарства і виноробства в Україні та регіонах розглядають О.А. Авласенко [2], М.М. Попова [3, с. 136–142].

Тему виробництва, реалізації та споживання алкогольних напоїв в Україні та світі у своїй публікації висвітили О. Субочев та Є. Киян [4].

І.О. Седіковою та Н.А. Петрочко проведено системне дослідження напрямів упровадження стратегії диверсифікації та комплексу заходів щодо впровадження даної стратегії на підприємствах виноробної галузі, а також її ефективного використання для забезпечення конкурентоспроможності підприємства [5, с. 44–50].

Значним є внесок у розвиток галузі та розроблення шляхів популяризації, диверсифікації виробників алкогольної продукції наукових співробітників Національного наукового центру «Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова», що проводять регулярні тренінги для виноградарів та виноробів, а також займаються питанням упровадження системи географічних зазначень у сфері виноробства.

Просуюють гастрономічний туризм працівники кафедри КНУ імені Тараса Шевченка, кафедри географії України. О.О. Мотузенко має численні публікації, де розглядає питання ролі виноробних підприємств у розвитку еногастрономічного туризму. У співпраці з О.Б. Ткаченко він розробляє першу в Україні «Дорогу вина та смаку Української Бессарабії» – еногастрономічний туристичний маршрут, що охоплює локальних виробників та допомагає популяризувати їхню продукцію. Такий самий маршрут розробляється й для Закарпаття.

Сучасні події вимагають подальшого вивчення проблемних питань, що виникають на шляху виноробної галузі.

Постановка завдання. На основі дослідження сучасного стану виноградарсько-виноробної галузі України проаналізувати зміни, що відбулися через

низку несприятливих подій, визначити основні напрями та перспективи її ефективного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Галузь виноградарства та виноробства зазнала багато перешкод за роки свого становлення:

– Філоксера – епіфітотія, яка почалася в 1863–1869 рр., уразила виноградники долини Рони та Бордо. Вона поширилася на країни Європи: Іспанію (1868 р.), Німеччину (1870 р.), Угорщину, Австрію, Італію (1888 р.), Шампань (1891 р.). У 1887 р. філоксера з'явилася на Африканському континенті. Далі – виноградники Австралії і Каліфорнії. В Україні філоксера була поширена в Криму, на півдні країни та на Закарпатті. Протиотруту було знайдено тільки в кінці XIX ст., коли європейські лози стали щепити на коріння американських аборигенних сортів винограду, проте всі заражені виноградні насадження та ті, що не мали стійкості до хвороби, довелося знищити. Це призвело до колосальних утрат у виноробній галузі [6].

– Антиалкогольна кампанія (1985–1987 рр.), унаслідок якої знищувалися посадки виноградників та було втрачено безліч унікальних, потенціальних сортів винограду. Площа виноградників на території України скоротилася на 30%. У 1998 р. кількість вироблених в Україні вин знизилася на 73,3% порівняно з 1991 р. Причиною цьому слугувало не тільки викорчовування виноградників, а й розпайовування земель [7].

– Глобальне потепління та зміна клімату. Аномальні температури в регіонах вирощування винограду, відсутність опадів, пожежі наносять шкоду виноградарству вже не перший рік. В Австралії остання пожежа знищила понад 1 500 га виноградників. Україна теж потерпає від посух. Весна-літо 2020 р. були найпосушливішими для Бессарабії за останні 10 років. Унаслідок цього винороби втратили від 30% до 50% урожаю, загинуло багато виноградних рослин, незадовільна якість урожаю призводить до додаткових фінансових витрат задля виробництва продукції.

– Пандемія COVID-19 призвела до тривалого закриття таких каналів збуту готової алкогольної продукції, як ресторани, бари, фестивалі, а також було призупинено експорт в інші країни.

Очікується, що світові обсяги виробництва алкогольних напоїв відновляться до 2024 р. Світове споживання алкоголю зросло 2018 р., однак нові дослідження IWSR (International Wine & Spirit Research) прогнозують, що COVID-19 зменшить приріст обсягів виробництва алкогольної продукції у всьому світі на п'ятирічний термін [8].

Наприклад, Іспанія має найнижчі ціни за останні 20 років для нової кампанії 2020/2021 рр., які приблизно відповідають показникам урожаю 2014 р., через поточну ситуацію на міжнародному ринку, головним чином, через наслідки COVID-19

та загальне зниження споживання на міжнародних ринках. З огляду на дану ситуацію, іспанські кооперативи та малі виробники вимагають установити фіксований мінімум вартості виноробної продукції, оскільки нинішня ціна нижче собівартості виробництва.

Загальне глобальне споживання алкоголю, зумовлене збільшенням споживання пива та слабоалкогольних напоїв, зросло на 0,1% в обсязі та 3,6% у вартості у 2019 р. Однак збитки, понесені протягом місяців майже повної зупинки роботи барів та ресторанів цього року у всьому світі, не було компенсовано збільшенням продажів алкогольних напоїв у роздрібних та електронних комерційних каналах. IWSR очікує, що це призведе до падіння прибутку в 2020 р., і за підрахунками до 2024 р. буде досягнуто такого рівня, що був до COVID-19. Якщо порівнювати вплив нинішньої ситуації на ринок алкогольних напоїв та фінансову кризу 2008 р, то вплив останньої був менш серйозним, що видно з рис. 1.

Довгострокове глобальне зменшення споживання вина спостерігалось й у 2019 р. В основних регіонах Північно-Західної Європи обсяги споживання вина в останні роки сповільнювалися, а у США споживання вина минулого року вперше за останні 25 років скоротилося. Своєю чергою, ігристе вино, споживання та виробництво якого, за прогнозами, до 2024 р. відновиться більшою мірою, ніж тихе вино, оскільки споживачі все частіше переходять на цілорічне споживання цього продукту.

Серед традиційних категорій алкогольних напоїв джин був найбільш швидкозростаючим у 2019 р., але це зростання дещо сповільнилося через втому споживачів європейських ринків від цього напою.

Безалкогольні напої були найбільш швидкозростаючим сегментом у 2019 р., хоча вони все ще займають невелику частку ринку. Третій рік

поспіль ready to drink напої (RTD) займають лідируючі позиції за обсягами споживання, а в 2019 р. вони були найбільш швидкозростаючою категорією алкогольних напоїв. Незважаючи на те що RTD представляють лише невелику частину ринку алкогольних напоїв, вони сприяли більш ніж подвоєному зростанню вартості галузі, ніж виноробство, в 2019 р. Значна частина цього інтересу та зростання у цій категорії підживлюються інноваціями та зручністю жестяної тари. До чинників, що сприяли популярності даної категорії напоїв, відносять інноваційність, доступність, зручність та привабливість для молоді [8].

Отже, у світі ми бачимо важке положення виноробної галузі. Своєю чергою, українські виробники зіштовхнулися з такими самими перешкодами, проте ми маємо більш позитивну тенденцію та навіть збільшення продажів у деяких категоріях алкогольної продукції.

З огляду на дані роздрібного товарообігу вин у першому півріччі 2020 р. в Україні, ми можемо спостерігати такі тенденції:

- за перші шість місяців року в Україні було реалізовано тихого вина на 4,4 млрд грн, це на 19% більше, ніж за той же період 2019 р.;
- половина проданих вин – українського виробництва (2,1 млрд грн);
- значно зросли продажі тихих вин у карантинний період (II квартал) – 2,3 млрд грн, + 21% до II кварталу 2019 р., особливо імпортних вин (1,2 млрд грн, + 34%), продажі українських вин зросли на 9% (1,1 млрд грн);
- у другому кварталі року продажі ігристих вин впали на 16%, скоріше за все, це говорить про несвятковий настрій українців на ізоляції;
- компанії, що активно розвивали онлайн-продажі, змогли збільшити оборот цього сегмента до + 300%, але ці обсяги так і не перекрыли втрати через закриті в період ізоляції ресторани [9]. Дані зображено на рис. 2.



Рис. 1. Загальний обсяг споживання алкоголю у світі, 2005–2024 рр.



Рис. 2. Роздрібний товарооборот вина

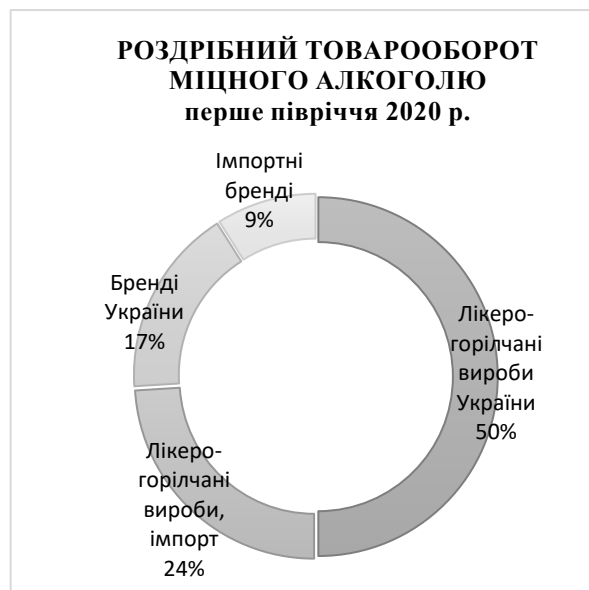


Рис. 3. Роздрібний товарооборот міцного алкоголю

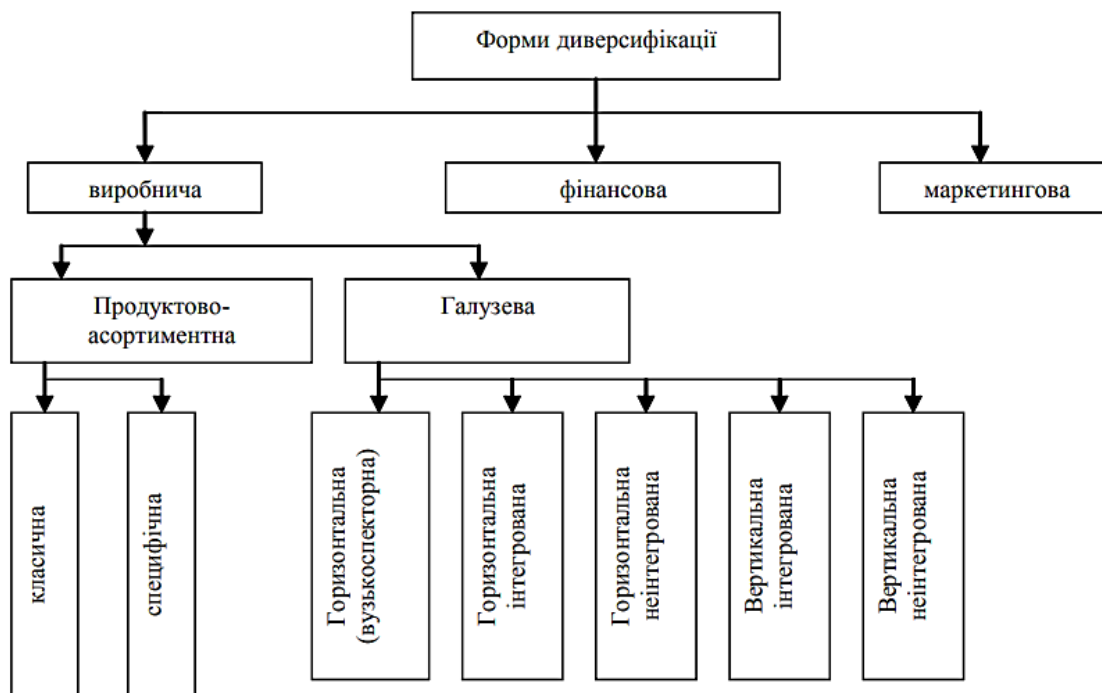


Рис. 4. Форми диверсифікації

Джерело: складено за [10, с. 18–21]

Що стосується міцного алкоголю, то лівову частку продажів становив сегмент лікоро-горілчаних виробів (переважно горілка). Загалом роздрібні продажі за перші півроку зросли, але не так суттєво, як продажі вин, – на 9,8% порівняно з аналогічним періодом минулого року.

У другому карантинному кварталі року продажі алкоголю впали на 8% порівнянні з першим кварталом, здебільшого за рахунок скорочення продажу імпорتنих напоїв. У цілому імпорт займає

30% від загальних продажів лікоро-горілчаних виробів та бренді у роздрібній торгівлі (рис. 3) [9].

Тож диверсифікація виробництва є одним із можливих рішень для поліпшення становища підприємств. Вибір правильної стратегії диверсифікації – комплексне рішення, що вимагає дослідження ринку, огляду конкурентів, аналізу фінансового потенціалу підприємства, вибору оптимального напрямку, що за найнижчих капіталовкладень сприятиме позитивному результату (рис. 4).

Серед виробників алкогольної продукції найпоширенішим методом урізноманітнити лінійку продукції, що виробляється, є випуск напою за новою технологією, іншої класифікації тощо. Це найменш затратний варіант, проте його вплив на конкурентоспроможність виробництва теж не вагомий. Так, виноробні гіганти (ТОВ «Виноробна компанія «Шато Чизай», ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо», ТОВ «Винтрест», ПАТ «Одеса-випром») окрім тихих вин освоюють технології ігристих вин, брендів, дистилатів та інших продуктів, які можна виготовляти з тієї самої вхідної сировини – винограду. Виділити можна сімейну виноробню «Колоніст», асортимент продукції якої охоплює тихі вина, ігристі вина, вина спеціального типу (портвейн), масло виноградного насіння, бальзамічний оцет, мило. У 2020 р. підприємство планує випустити на ринок косметичну олію та розробляє схему виробництва виноградного соку.

Варіантом диверсифікації може бути орієнтація підприємства не лише на виробництво харчових продуктів, а й ухил в аграрну сферу (виращування саджанців, здача в оренду виноградних насаджень або, навпаки, укладення угоди на бартерних чи грошових умовах із місцевими жителями про оренду території під насадження та обробку земель без викупу тощо).

Важливим напрямом є розвиток маркетингової диверсифікації, яка включає у себе створення власної торгової мережі та розширення каналів збуту продукції. Новий баланс між локальними та електронними комерційними каналами змусить власників брендів більш творчо думати про свої товарні стратегії та те, як вони диверсифікують свої канали збуту. Карантинні заходи довели виробникам алкогольної продукції, що їхній товар має попит завжди. А задовольнити цей попит, компенсувати закриті шляхи збуту у ресторани та залишитися на плаву змогли ті, хто мав електронні канали збуту своєї продукції (Інтернет-магазини, рекламу у соцмережах, регулярно нагадував про себе споживачам та проводив акції та розіграші власної продукції). Відомі виробники, котрі в минулому поклалися на роздрібний канал торгівлі та роздрібних продажів, щоб стимулювати впізнаваність бренду та зацікавлення споживачів, часто вважалися найбільш інноваційними та успішними брендами.

Висновки з проведеного дослідження. Галузь, що займається виробництвом алкогольних напоїв, повинна регулярно здійснювати диверсифікацію та проводити аналіз ринку, конкурентоспроможності та нових тенденції, щоб оптимально виходити з несприятливих, кризових зовнішніх та внутрішніх ситуацій для забезпечення фінансової стабільності підприємства. Потрібно прорахувати всі переваги та недоліки вибраної стратегії дивер-

сифікації з огляду на постійний аналіз поточної ситуації, можливості практичної реалізації розробленої корпоративної місії, оцінку привабливості галузі та конкурентної позиції. Споживач змінив свої пріоритети та ввів нові тенденції на ринок, тому довгострокові плани, що будувалися підприємствами на майбутнє, вже не є актуальними. Усе ж прибутки від онлайн-продажів не компенсують збитки від відсутності збуту в барах, ресторанах, туристичній сфері. До цього часу багато власників брендів розглядали вітрини Інтернет-магазинів насамперед як розширення своїх маркетингових відділів. Але тепер вони визнають набагато більшу можливість побудувати міцніші стосунки зі споживачами та стимулювати покупки, а також мати доступ до цінних даних про те, хто їхні споживачі, що вони купують і як вони це купують.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бойко В.О., Аверчева Н.О., Бойко Л.О. Виноградарсько-виноробна галузь України – перспективний напрям агробізнесу. *Економіка АПК*. 2019. № 3. С. 61–70.
2. Авласенко О.А. Сучасні тенденції розвитку виноробства в Україні і її регіонах. *Ефективна економіка*. 2014. № 6. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3128> (дата звернення: 16.09.2020).
3. Попова М.М. Сучасний стан виноградарства і виноробства України та роль її окремих регіонів у розвитку галузі. *Бізнес Інформ*. 2014. № 7. С. 136–142.
4. Субочев О., Киян Є. Ринок алкогольної продукції. *Рейтинг. Бізнес в офіційних цифрах*. 2019. URL : <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/> (дата звернення: 05.10.2020).
5. Седікова І.О., Петрочко Н.А. Дослідження напрямів впровадження стратегії диверсифікації на підприємствах виноробної галузі. *Економіка харчової промисловості*. 2017. Т. 9. Вип. 1/2017. С. 44–50.
6. Філоксера виноградна. *Вікіпедія : вільна енциклопедія*. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Філоксера_виноградна. Історія_поширення (дата звернення: 08.10.2020).
7. Антиалкогольна кампанія М. Горбачова. *Вікіпедія : вільна енциклопедія*. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Антиалкогольна_кампанія_М._Горбачова (дата звернення: 08.10.2020).
8. Global beverage alcohol is not expected to rebound until 2024. *IWSR drinks maker analysis*. 2020. URL : <https://www.theiwsr.com/global-beverage-alcohol-is-not-expected-to-rebound-until-2024/> (дата звернення: 15.10.2020).
9. Розничний товарооборот вин, алкоголя и пива в первом полугодии 2020. *Wine & Spirits*. 2020. URL : <https://wineandspirits.com.ua/wsbsales-6-2020/> (дата звернення: 23.09.2020).
10. Скоробогатов М.М., Куцерубова О.І. Диверсифікація як один зі шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах. *Економічний вісник Донбасу*. 2011. № 3(25). С. 18–21.

REFERENCES:

1. Bojko V.O., Avercheva N.O., Bojko L.O. (2019) Vynoghradarsjko-vynorobna ghaluzj Ukrainy – perspektyvnyj naprjam aghrobiznesu [Vineyard-wine industry in Ukraine – a promising trend of agribusiness]. *Economics of agro-industrial complex*, no. 3. pp. 61–70.
2. Avlasenko O.A. (2014) Suchasni tendenciji rozvytku vynorobstva v Ukraini i jiji rehionakh [Modern trends in winemaking in Ukraine and its regions]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy] (electronic journal), no. 6. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3128> (accessed 16 September 2020).
3. Popova M.M. (2014) Suchasnyj stan vynoghradarstva i vynorobstva Ukrainy ta rolj jiji okremykh rehioniv u rozvytku ghaluzi [The current state of viticulture and winemaking in Ukraine and the role of its individual regions in the development of the industry]. *Business inform*, no. 7, pp. 136–142.
4. Subochev O., Kyjan Je. (2019) Rynok alkoholnoj produkciji. [Alcohol market]. *Rejtyng. Biznes v oficijnykh cyfrakh*. [Rating. Business in official figures]. Available at: <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/> (accessed 5 October 2020).
5. Sedikova I.O., Petrochko N.A. (2017) Doslidzhenja naprjamiv vprovadzhenja strateghiji dyversyfikaciji na pidpryjemstvakh vynorobnoj ghaluzi [Research of directions of introduction of strategy of diversification at the enterprises of wine branch]. *Economics of the food industry*, vol. 9, no. 6, pp. 44–50.
6. Filoksera vynoghradna [Grape phylloxera]. *Wikipedia: free encyclopedia*. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Філоксера_виноградна.Історія_поширення (accessed 8 October 2020).
7. Antyalkogoljna kampanija M. Ghorbachova. [Anti-alcohol campaign of Mikhail Gorbachev]. *Wikipedia: free encyclopedia*. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Антиалкогольна_кампанія_М._Горбачова (accessed 8 October 2020).
8. Global beverage alcohol is not expected to rebound until 2024. *IWSR drinks maker analysis*. Available at: <https://www.theiwsr.com/global-beverage-alcohol-is-not-expected-to-rebound-until-2024/> (accessed 15 October 2020).
9. Roznichnyy tovarooborot vin, alkogolya i piva v pervom polugodii 2020. [The retail trade wines, alcohol and beer in the first half of 2020]. *Wine & Spirits*. Available at: <https://wineandspirits.com.ua/wsbsales-6-2020/> (accessed 23 September 2020).
10. Skoroboghatov M.M., Kucerubova O.I. (2011) Dyversyfikacija jak odyn izshljakhiv pidvyshhennja efektyvnosti dijajlnosti pidpryjemstv u suchasnykh umovakh. [Diversification as one of the ways to increase the efficiency of enterprises in modern conditions]. *Economic Bulletin of Donbass*, no. 3 (25), pp. 18–21.

СОЦІАЛЬНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН І ЗАВДАННЯ
SOCIAL VECTOR OF TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE: STATE AND TASKS

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-23>**Лебедев І.В.**д.е.н., доцент,
доцент кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний
університет**Давиденко І.В.**к.е.н., доцент,
завідувачка кафедри туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний
університет**Lebedev Ihor**

Odessa National Economic University

Davydenko Iryna

Odessa National Economic University

У статті розглянуто перебіг процесу впровадження в Україні соціального туризму у взаємозв'язку реалізацію Програми ООН «Цілі сталого розвитку – 2030». На засадах соціоекономічної парадигми, комплексного методологічного підходу (насамперед системного і ситуаційного підходів) із використанням загальнонаукових методів (історичного і логічного, порівняння, контент-аналізу, узагальнення та інших), а також спеціальних методів аналізу соціальних і економічних результатів туристичної діяльності досліджено сутність поняття «соціальний туризм», його специфічні функції, принципи, форми і методи впровадження. Дано уточнення формулювань понять «соціальний туризм» і «сталий туризм». Висновки ґрунтуються на великому масиві даних Державної служби статистики України і зарубіжних джерел. Запропоновано рекомендації щодо впровадження в Україні сталого, соціально спрямованого, доступного і конкурентоспроможного туризму.

Ключові слова: соціальний туризм, сталий туризм, доступний і конкурентоспроможний туризм, соціальні функції туризму.

В статье рассмотрен ход внедрения в Украине социального туризма во взаимос-

вязи с реализацией Программы ООН «Цели устойчивого развития – 2030». На основе социоэкономической парадигмы, комплексного методологического подхода (прежде всего системного и ситуационного подходов) с использованием общенаучных методов (исторического и логического, сравнения, контент-анализа, обобщения и других), а также специальных методов анализа социальных и экономических результатов туристической деятельности исследованы сущность понятия «социальный туризм», его специфические функции, принципы, формы и методы внедрения. Даны уточненные формулировки понятия «социальный туризм» и «устойчивый туризм». Выводы обоснованы с использованием обширного массива данных Государственной службы статистики Украины и зарубежных источников. Предложены рекомендации по внедрению в Украине устойчивого, социально направленного, доступного и конкурентоспособного туризма.

Ключевые слова: социальный туризм, устойчивый туризм, доступный и конкурентоспособный туризм, социальные функции туризма.

The article deals with the implementation of social tourism in Ukraine in conjunction with realization of the UN's program Sustainable Development Goals – 2030, because the state of the tourism sector, its effectiveness, sustainability and dynamism crucially depends on the socio-economic situation in society, progress towards sustainable development. On the basis of socio-economic paradigm, comprehensive methodological approach (primarily systemic and situational approaches), using general scientific methods (historical and logical, comparison, content analysis, generalization, etc.), as well special methods of analysis of social and economic results of tourism activities, the essence of the concept of social tourism, its functions, principles, forms and methods of implementation were investigated. It is emphasized that tourism, as a multifaceted socio-economic phenomenon, performs specific functions and has a dual nature: on the one hand – uses resources, means of tourism, on the other – produces social and economic results and replenishes resources. As a social institution, tourism is interconnected with many spheres of public life, has a complex impact on them, contributing to development, complexity and improvement. During the introduction of sustainable social tourism in Ukraine, some positive results were achieved: increase in income from the sale of tourist services, decrease in some indicators of poverty, which is a deterrent to the consumption of tourist services etc. At the same time, the following problems remain unresolved: 111th place in the world ranking on the indicator “Decent Work and economic development”; socio-political tensions, the multiple excess of outbound tourism over inbound and inland, poorly developed tourism infrastructure, lack of a system of partnership of state and non-state institutions in the coordination of tourism activities. The wording of the concept of “social tourism” and “sustainable tourism” are clarified. Recommendations for the implementation of sustainable, socially oriented, accessible and effective tourism in Ukraine are offered.

Key words: social tourism, sustainable tourism, accessible and competitive tourism, social functions of tourism.

Постановка проблеми. Сучасний туризм є не лише ефективним сектором економіки, а й впливовим чинником соціального розвитку. Соціальна роль туризму проявляється через виконання низки специфічних функцій: оздоровчої, пізнавальної, виховної, комунікативної, культурно-просвітницької, естетичної, спортивної та ін. Туризм як багатоаспектне соціально-економічне явище має подвійну природу: з одного боку, використовує ресурси, засоби здійснення туристичної діяльності, з іншого – виробляє соціальні результати і поповнює ресурси. Як соціальний інститут туризм взаємопов'язаний із багатьма сферами суспільного життя, комплексно впливає на них, сприяючи розвитку, ускладненню і вдосконаленню. Стан туристичної сфери, її результативність, стійкість і динамічність вирішальною мірою залежать від соціально-економічної ситуації в суспільстві, прогресу в досягненні сталого розвитку.

Питання забезпечення сталого розвитку стоять у порядку денному перед Україною і міжнародною спільнотою вже кілька років. Організація Об'єднаних Націй, Всесвітня туристична організація, Комісія Європейського Союзу та інші міжнародні інститути прийняли низку програмних документів, спрямованих на досягнення сталого розвитку у різних сферах, у тому числі туризмі, і проводять активну роботу з їх реалізації, здійснюють моніторинг та періодично публікують звіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У нашому дослідженні ми спиралися, передусім, на документи офіційних органів: Резолюцію Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року» [1], Доповідь Всесвітньої туристичної організації «Туризм у Порядку денному 2030» [2], Національну доповідь і моніторинговий звіт «Цілі сталого розвитку: Україна» 2017 р. і 2019 р. [3], що

були представлені Державною службою статистики України та Міністерством економічного розвитку і торгівлі, а також статистичні дані.

У «Добровільному національному огляді щодо Цілей сталого розвитку в Україні» [4], підготовленому Міжвідомчою робочою групою у складі науковців і держслужбовців, досить докладно викладений аналіз виконання поставлених завдань. Однак у ньому основну увагу приділено викладу не досягнутих результатів (поки ще досить скоромних), а планів на майбутнє.

Соціальні аспекти розвитку рекреації та туризму в Україні розглянуто у статті вчених Інституту демографії та соціальних досліджень Академії наук України І.С. Каленюк і Т.М. Котенко, у якій на підставі аналізу статистичних даних зроблено висновок, що «на сучасному етапі рекреаційно-туристична сфера України знаходиться під впливом великої кількості негативних чинників» [5, с. 99].

У статті Н.О. Дугієнко і О.О. Кондрацької [6] йдеться про соціальний туризм, який автори вважають найважливішим видом сталого туризму, причому соціальний туризм вони розглядають переважно з погляду допомоги в здійсненні подорожей соціально вразливим категоріям населення – інвалідам і особам похилого віку, хоча за останні тридцять років істотно скоротилося охоплення оздоровленням та туризмом інших категорій населення – дітей, молоді та людей працездатного віку, які теж цього потребують.

У зазначених та інших наукових публікаціях дається аналіз стану туризму в Україні і визнається його важкий стан, але практичні рекомендації для його поліпшення мають переважно декларативний характер і зводяться здебільшого до вдосконалення існуючої системи управління туризмом, розроблення нових регламентуючих документів і очікування іноземних інвестицій (що в нинішній ситуації малоймовірно).

Постановка завдання. Метою дослідження є оцінка соціального складника сталого розвитку туризму в Україні та розроблення практичних рекомендацій щодо впровадження доступного соціально спрямованого і результативного туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна, як й інші країни – члени ООН, приєдналася до глобального процесу забезпечення сталого розвитку згідно з Резолюцією ГА ООН від 25 вересня 2015 р. № 70/1, у якій було визначено 17 загальних Цілей сталого розвитку, 169 відповідних завдань і 232 показники [1], які потім були конкретизовані для окремих країн з урахуванням їхньої національної специфіки. Для України було встановлено цільові орієнтири на три етапи – 2020, 2025 і 2030 рр., визначено 86 конкретних завдань, сформовано перелік індикаторів для моніторингу зі 183 показників [7], передбачено періодичну звітність про їх виконання.

Як зазначено в аналітичній доповіді «Добровільний національний огляд щодо Цілей сталого розвитку в Україні», за період 2015–2019 рр. були отримані позитивні результати у виконанні 15-ти з 17-ти цілей, що дало змогу посісти 41-е місце в глобальному рейтингу. При цьому результати виконання за окремими цілями не є рівномірним – від 20% до 80% [4, с. 6].

Для впровадження сталого соціально спрямованого туризму вирішальне значення має реалізація цілі «Гідна праця та економічне зростання». За деякими показниками Україна має певні позитивні зрушення: ВВП у фактичних цінах і за ПКС у дол. США збільшився на 1,4% у 2019 р. відносно 2015 р.; рівень безробіття зменшився на 0,9%; сукупні середньомісячні ресурси домогосподарств зросли у 2,3 рази. Однак у цілому результати не такі хороші: у 2019 р. за рейтингом за цією ціллю Україна знаходилася на 111-му місці у світі.

Реалізація цілі «Подолання бідності» також тісно взаємопов'язана з упровадженням сталого соціально спрямованого туризму, оскільки, з одного боку, підвищення добробуту населення стимулює платоспроможний попит на туристичні послуги, а з іншого – туризм здійснює зворотний вплив, надає робочі місця, заробітну плату і сприяє розвитку суміжних галузей економіки. За період 2015–2019 р. отримано такі позитивні результати:

- зменшення частки осіб, добове споживання яких є нижчим за 5,05 дол США за ПКС, з 2,4% до 0,3%;

- зменшення частки витрат на харчування у сукупних витратах домогосподарств з 54,6% до 48,5%, але значною мірою це відбулося не завдяки підвищенню доходів населення, а через збільшення частки витрат на оплату послуг житлово-комунального господарства.

Значна частка населення України за міжнародними стандартами все ще залишається бідною: понад 40% людей мають середньодушові еквівалентні сукупні витрати нижчі за прожитковий мінімум, частка витрат на харчування і оплату житлово-комунальних послуг у сукупних витратах домогосподарств – близько 75%. Бідність населення є стримуючим чинником у споживанні туристичних послуг.

У глобальному індексі продовольчої безпеки 2019 р. Україна посіла 76-е місце зі 113 із загальною оцінкою 57,1 бали. Зростання цін на продукти харчування за період 2015–2019 рр. становило 86%. За рахунок продукції тваринного походження калорійність раціону забезпечується лише на 29% за оптимального рівня 55% [4, с. 24]. Розвиток таких видів туризму, як сільський, фольклорний, кінський, гастрономічний, винний та ін., може доповняти традиційну сільськогосподарську діяльність і призвести до більш стійкого розвитку сільського господарства, збільшення виробництва

і реалізації продукції, надання робочих місць, благоустрою території і підвищення їх привабливості для відвідувачів.

Значна роль туризму і в реалізації цілі «Міцне здоров'я і благополуччя» шляхом використання сприятливого впливу природних чинників на стан організму, надання оптимального режиму фізичних навантажень, розвитку адаптивних можливостей і підтримки організму на належному рівні фізичної підготовки, що сприятиме зміцненню здоров'я населення, фізичних і психічних сил працівників і тим самим підвищенню продуктивності праці. Це особливо важливо для України, враховуючи незадовільні показники захворюваності населення, насамперед за такими соціально небезпечними захворюваннями, як COVID-19, туберкульоз, серцево-судинні, психічні, за якими Україна посідає одне з перших місць у Європі. Кількість хворих з уперше в житті встановленим діагнозом активного туберкульозу зменшилася з 59,5 у 2015 р. до 50,5 у 2019 р., однак кількість хворих з уперше в житті встановленим діагнозом ВІЛ на 100 тис населення неухильно збільшувалася з 37 у 2015 р. до 42,8 у 2019 р. Унаслідок недостатнього фінансування системи охорони здоров'я та сумнівних експериментів її колишнього керівництва, за даними соціологічних досліджень, майже 69% хворих займаються самолікуванням, не звертаючись у медичні заклади. 39,2% сільських домогосподарств страждали через незабезпеченість населеного пункту своєчасними послугами швидкої медичної допомоги.

Велике значення для туризму й якості життя у цілому має належне функціонування систем водопостачання та водовідведення. У реалізації цілі «Чиста вода та належні санітарні умови» досягнутий прогрес у виконанні чотирьох завдань із 12. Так, частка сільського населення, яке має доступ до централізованого водопостачання, збільшилася з 25% до 30%, частка скидів недостатньо очищених стічних вод зменшилася до 13,7%, однак за другими показниками поліпшення не спостерігається: якість проб питної води, що не відповідають стандарту за органолептичними, фізико-хімічними та санітарно-токсикологічними показниками, збільшилася із 17,5% до 24,4%; частка сільського населення, яке має доступ до централізованих систем водовідведення, зменшилася з 3% до 2,5%.

Просування у виконанні цілі «Скорочення нерівності» є своєрідним мірилом успіху у виконанні завдань із боротьби з бідністю, забезпечення гідної праці та економічного зростання. Світовий досвід свідчить, що відсутність справедливості у розподілі результатів економічної діяльності має більш негативні наслідки для сталого розвитку суспільства, ніж економічний спад. Серед завдань, які вимірюють прогрес досягнення цієї цілі, вдалося досягти прогресу у підвищенні середньомісячної

заробітної плати штатних працівників з 4 195 грн у 2015 р. до 10 407 грн у 2019 р. і середнього розміру пенсії з 1 573 грн у 2015 р. до 3 474,16 грн у 2019 р.

Згідно з офіційними даними, у досліджуваній період середньомісячна заробітна плата (доходи) десятої децильної групи працівників перевищувала першу групу (децильний коефіцієнт) у 31,2 рази, частка у сукупному доході 10% найбідніших становила у середньому 4,2%, найбагатших – 21,6% [8]. Індекс Джині коливався у межах 24–26%, що значно менше, ніж у країнах – членах ЄС. Підстав для задоволення цим мало, тому що, по-перше, середньомісячна заробітна плата в Україні у 4–6 разів нижча, ніж у сусідніх країнах – членах ЄС [9]; по-друге, на думку багатьох експертів, реальний коефіцієнт Джині в Україні значно вищий за офіційний показник унаслідок високого рівня «тінізації» економіки і недосконалості методології досліджень найбагатших верств населення.

Підвищення добробуту населення сприяло зростанню попиту на туристичні послуги, завдяки чому в досліджуваній період дохід від надання туристичних послуг збільшився у 4,46 рази, кількість туристів, обслужених туроператорами і тур агентами, зросла у три рази. Однак кількість працівників у суб'єктах господарювання туристичної діяльності зменшилася на 40%.

Співвідношення туристичних потоків складається неблагополучно. У 2019 р., наприклад, кількість в'їзних туристів становила 86,8 тис осіб, виїзних туристів – 5 524,9 тис осіб, внутрішніх туристів – 520,4 тис осіб, тобто кількість виїзних туристів перебільшила кількість в'їзних у 64 рази і внутрішніх – у 11 разів. Це суттєво відрізняється від рекомендації Всесвітньої туристичної організації: кількість виїзних туристів має дорівнювати кількості в'їзних і бути у чотири рази менше кількості внутрішніх.

Багаторазове перевищення виїзного туризму над внутрішнім свідчить про наявність в Україні суттєвої нерівності громадян, оскільки зарубіжний туризм дорогий і недоступний малозабезпеченим громадянам, а дешевого практично немає. Ключем до вирішення цієї проблеми може стати розвиток соціального туризму, що має включати широкий комплекс заходів, таких як поширення недорогих видів туризму (пішохідного, велосипедного, автомобільного, човнового тощо), відновлення мережі недорогих закладів лікування та відпочинку (санаторіїв, туристичних баз, дитячих літніх таборів), надання пільг малозабезпеченим і непрацездатним громадянам (дітям, інвалідам і пенсіонерам). Соціальний туризм має отримати пільги в системі оподаткування і субсидії за кошти державного та місцевих бюджетів, підприємств і організацій, благодійних фондів тощо.

У просуванні до досягнення цілі «Сталий розвиток міст і громад» позитивна динаміка у період 2015–2019 рр. мала місце у збільшенні площі природно-заповідного фонду на 14%, довжини автомобільних доріг із твердим покриттям на 3%, кількості суб'єктів туристичної діяльності на 17%.

Ціль «Відповідальне споживання та виробництво» спрямована на зменшення використання природних ресурсів, відходів виробництва і споживання, антропогенного навантаження на довкілля. Це сприятиме реалізації найважливішого принципу сталого соціально спрямованого туризму – задоволення потреб нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Необхідність упровадження моделі сталого соціально спрямованого туризму зумовлена тим, що поряд із відомими позитивними ефектами туризм має й негативні наслідки: забруднення навколишнього середовища відходами виробництва, життєдіяльності та побутовим сміттям, погіршення ландшафтів, шкода, нанесена історичним і природним пам'яткам, культурна деградація територій тощо. Такі види туризму, як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають шкоди природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення на деяких територіях певних видів флори та фауни. Зростання у туристських регіонах чисельності відвідувачів, працівників і населення, будівництво нових туристичних об'єктів збільшують використання природних ресурсів і навантаження на навколишнє середовище.

В Україні проводиться певна робота з упровадження відповідального виробництва і споживання, є деякі позитивні зрушення, але залишається чимало невирішених проблем: стан земель невпинно погіршується, відбувається виснажливе використання земельних, лісових і водних ресурсів, що спричиняє незворотні втрати природних ресурсів та біологічного різноманіття. Частка природно-заповідних територій хоча і збільшилася, проте становить лише 6,8% від загальної площі країни й є недостатньою [10, с. 330].

Сприятливе навколишнє середовище – природне й антропогенне – є вирішальним фактором для виконання туризмом його головної соціальної функції – відтворення сил і внутрішніх ресурсів людей як головного чинника виробництва, зміцнення фізичного і психічного здоров'я населення. Умови сучасного життя супроводжуються урбанізацією, інформаційними перевантаженнями, ізоляцією від природи, погіршенням екологічної обстановки. Це призводить до накопичення фізичної і психологічної втоми, що, своєю чергою, призводить до збільшення конфліктних ситуацій на виробництві та в побуті, погіршення здоров'я, знижує трудову і життєву активність. Туризм допомагає подоланню цих негативних наслідків, сприяє

релаксації, всебічному і практично повному оновленню організму, оскільки людині надається можливість тимчасово покинути місце постійного проживання і трудової діяльності, змінити повсякденну звичну обстановку.

Упровадженню сталого соціально орієнтованого туризму сприятиме виконання цілей «Збереження морських ресурсів» і «Захист та відновлення екосистем суші». У цьому аспекті є деякі позитивні зрушення, такі як присудження восьмий рік поспіль міжнародного екологічного сертифікату якості «Голубий флаг» морському пляжу у місті Чорноморськ поблизу Одеси. Цей сертифікат отримують ті пляжі, які відповідають майже 30 критеріям, таким як якість води, інформування населення, безпека та якість сервісу. Однак санітарно-екологічний стан вод на пляжах самої «перлини у моря» часто не відповідає санітарним нормам, що призводить до їх закриття по кілька разів протягом літнього сезону.

Ціль «Мир, справедливість та сильні інститути» охоплює такі важливі напрями, як зміцнення миру і безпеки, забезпечення верховенства права, викорінення корупції та зміцнення соціальної згуртованості. Для розвитку туризму в Україні є вельми актуальними такі завдання, як розбудова згідно з Конституцією правової соціальної держави, встановлення соціального миру і злагоди, миролюбного й відкритого громадянського суспільства, забезпечення рівності всіх перед законом, доступності справедливого правосуддя, зниження злочинності і зміцнення правопорядку, створення ефективних, відповідальних, підзвітних інституцій усіх рівнів, заснованих на широкій участі громадськості.

Із 21 індикатора, що вимірюють виконання цієї цілі, за 18-ма спостерігається позитивна динаміка, але у цілому ситуація невтішна: у рейтингу глобальної конкурентоспроможності за субіндексом «інституції (державні та суспільні установи)» Україна посідає 104-е місце зі 141. Чисельність потерпілих від кримінальних правопорушень, пов'язаних із фізичним насильством, у розрахунку на 100 тис осіб не зменшилася. Рівень довіри громадян до суду у середньому становив 10,75%.

Це негативно впливає на громадську думку. Згідно з результатами соціологічного дослідження, проведеного Інститутом аналізу і прогнозування з 16 по 26 липня 2020 р. у 24 областях України та Києві, 57% респондентів оцінили політичну ситуацію в Україні як напружену, 67,4% опитаних вважають, що події в Україні розвиваються в неправильному напрямі [11]. Така ситуація у громадській думці вимагає прийняття енергійних заходів для поліпшення морально-психологічної обстановки у суспільстві, і соціально орієнтований туризм як комплексне соціально-економічне явище міг би надати істотну допомогу у цій справі.

Виконуючи низку різноманітних функцій, туризм сприяє впровадженню здорового способу життя, реалізації принципів колективізму, відкритості, партнерства, дружби, співробітництва і крос-культурної взаємодії.

Ціль «Партнерство заради сталого розвитку» спрямована на формування суспільних відносин на принципах соціальної відповідальності, солідарності, довіри і передбачає партнерство за участю багатьох зацікавлених сторін: центральних і місцевих органів державної влади, підприємництва і громадських організацій. Однак у цій сфері в Україні існують серйозні проблеми, і, на думку відомих державних і громадських діячів, учених і публіцистів, «розвиток суспільства став набувати кризового характеру. Не тільки економічна криза, банкрутства, зростання безробіття, зниження доходів, економічна неспроможність країн, а й деструкція культури, моральна деградація, посилення протестних настроїв стали ознаками сучасного розвитку подій» [12, с. 166].

Завдяки своїй міжгалузевій природі туризм здатний зміцнювати приватне-державне партнерство та залучати численні зацікавлені сторони різного рівня – міжнародні, національні, регіональні та місцеві – до спільної роботи для досягнення спільних цілей. В Україні проводиться певна робота у напрямі багатостороннього партнерства у сфері туризму: створено низку неурядових організацій, які об'єднують суб'єктів туристичної діяльності (Туристична асоціація України, Всеукраїнський союз працівників асоціацій, підприємств та організації туристичної сфери, Асоціація індустрії гостинності та ін.). У 1996 р. Постановою Кабінету Міністрів було утворено Національну раду по туризму як позавідомчий колегіальний орган, якому доручено здійснювати координацію діяльності органів виконавчої влади і неурядових організацій, пов'язаної з реалізацією державної політики в галузі туризму як одного із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки [13], але потім ця рада була ліквідована. Відсутність національного координаційного органу з туризму є однією з причин його недостатньо динамічного розвитку.

Висновки з проведеного дослідження.

У ході впровадження сталого соціально спрямованого туризму Україні поки ще не вдалося отримати вагомий позитивні результати. Треба активізувати зусилля з реалізації таких завдань:

- забезпечення збалансованості економічного, соціального та екологічного складників сталого розвитку, які можуть зміцнювати, посилювати один одного і тим самим створювати ефект синергії;

- посилення ролі туризму у досягненні економічного процвітання, соціальної справедливості та єдності, захисту довкілля та культур;

- підвищення доступності соціального туризму для різних груп населення шляхом надання субсидій, розширення сезону та збільшення видів внутрішнього туризму, таких як оздоровчий, природний («зелений»), сільський, велосипедний, спортивний, самодіяльний, гастрономічний, винний, фольклорний тощо;

- мінімізація забруднення і деградація навколишнього середовища, раціональне використання обмежених ресурсів;

- підтримка і збільшення культурного багатства і біорізноманіття шляхом здійснення внеску в їх пізнання і збереження.

Пропонуємо уточнені формулювання ключових понять дослідження:

соціальний туризм – це подорожі з метою відпочинку, оздоровлення, залучення до природи і культурно-історичної спадщини, що здійснюються громадянами різних соціальних груп, отримують пільги в системі оподаткування і субсидії за кошти державного і місцевих бюджетів, підприємств і організацій, благодійних фондів тощо;

- сталий розвиток туризму – це орієнтований на довгостроковий період такий розвиток туризму, за якого на основі раціонального використання ресурсів відбуваються прогресивні зміни, що спрямовані не лише на кількісне зростання, а й на якісний розвиток з урахуванням інтересів сьогоденних і прийдешніх поколінь; досягається баланс у реалізації соціальних, економічних і природоохоронних цілей в інтересах суспільства, туристів, підприємців, місцевого населення [14, с. 171].

Уважаємо за необхідне налагодити на засадах соціального партнерства роботу Національної ради по туризму як позавідомчого колегіального органу з метою координації роботи державних і недержавних інституцій з упровадження в Україні сталого соціально спрямованого, доступного й ефективного туризму.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року : Резолюція Генеральної Асамблеї ООН від 25 вересня 2015 р. № 70/1. URL : <http://sdg.org.ua/ua/resources-2/344-2030-2015> (дата звернення: 20.09.2020).

2. Tourism in the 2030 agenda. URL : <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda> (дата звернення: 20.09.2020).

3. Цілі сталого розвитку: Україна. Національна доповідь / М-во економічного розвитку і торгівлі України, 2017. 174 с. URL : <http://sdg.org.ua/en/resources> (дата звернення: 26.09.2020).

4. Добровільний національний огляд щодо Цілей сталого розвитку в Україні. URL : <https://bit.ly/3e7iz0u> (дата звернення: 26.9.2020).

5. Каленюк І.С., Котенко Т.М. Соціальні аспекти розвитку рекреації та туризму в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2016. № 2(27). С. 89–101.

6. Дугієнко Н.О., Кондрацька О.О. Особливості стратегії сталого розвитку туризму в Україні. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2019. Вип. 1. С. 84–89.

7. Офіційний сайт «Цілі сталого розвитку в Україні». URL : <http://sdg.org.ua/ua/sdgs-and-governments> (дата звернення: 28.09.2020).

8. Мировой атлас данных. Украина. Бедность. URL : <https://knoema.ru/atlas/> (дата звернення: 30.09.2020).

9. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2017 році. *Державна служба статистики України* : офіційний сайт. 2018. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018\)zb/07/zv_vrdu2017_.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018)zb/07/zv_vrdu2017_.pdf) (дата звернення: 30.09.2020).

10. Людський розвиток в Україні: інституційне підґрунтя соціальної відповідальності : колективна монографія / за ред. Е.М. Лібанової ; відпов. за випуск О.В. Макарова, О.М. Хмелевська ; Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України. Київ, 2017. 368 с.

11. До Верховної Ради проходять чотири партії – опитування. URL : <https://1news.com.ua/ukraine/doverhovnoyi-rady-prohodyat-chotyry-partiyi-opytuvannya.html> (дата звернення: 30.09.2020).

12. Економічна ефективність vs соціальна справедливість: пріоритети розвитку України на етапі подолання кризи : колективна монографія / НАН України, Секція суспільних і гуманітарних наук. Київ, 2019. 350 с.

13. Про Національну раду по туризму : Постанова Кабінету Міністрів України від 13 березня 1996 р. № 322. URL : https://ips.ligazakon.net/document/kp960322?an=923560&ed=2000_09_28 (дата звернення: 2.10.2020).

14. Лебедєв І.В. Сталий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 3 (67). С. 164–173.

REFERENCES:

1. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development: Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015 № 70/1. Available at: <http://sdg.org.ua/ua/resources-2/344-2030-2015> (accessed 20 September 2020).

2. Tourism in the 2030 agenda. Available at: <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda> (accessed 20 September 2020).

3. Tsili Staloho Rozvytku: Ukraina. Natsionalna dopovid. 2017 / M-vo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy, 2017. [Sustainable Development Goals: Ukraine. National baseline report. / Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine 2017.] 174 s. Available at: <http://sdg.org.ua/en/resources> (accessed 26 September 2020).

4. Dobrovilnyi natsionalnyi ohliad shchodo Tsilei staloho rozvytku v Ukraini. [Voluntary national review of

the Sustainable Development Goals in Ukraine]. Available at: <https://bit.ly/3e7iz0u> (accessed 26 September 2020).

5. Kaleniuk I.S., Kotenko T.M. (2016). Sotsialni aspekty rozvytku rekreatsii ta turyzmu v Ukraini [Social aspects of recreation and tourism development in Ukraine]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika*, № 2(27). pp. 89-101.

6. Duhiienko N.O., Kondratska O.O. (2019). Osoblyvosti stratehii staloho rozvytku turyzmu v Ukraini. [Features of the strategy of sustainable tourism development in Ukraine]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. vol. 1, pp. 84-89.

7. Sustainable Development Goals in Ukraine. Available at: <http://sdg.org.ua/ua/sdgs-and-governments> (accessed 28 September 2020).

8. Myrovoi atlas dannykh. Ukrayna. Bednost. [World Data Atlas]. Available at: <https://knoema.ru/atlas/> (accessed 30 September 2020).

9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) Vytraty i resursy domohospodarstv Ukrainy u 2017 rotsi. [Expenditures and resources of Ukrainian households in 2017]. Available at: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018\)zb/07/zv_vrdu2017_.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018)zb/07/zv_vrdu2017_.pdf) (accessed 30 September 2020).

10. Liudskyi rozvytok v Ukraini: instytutsiine pidgruntia sotsialnoi vidpovidalnosti : kol. monohr. (2017) [Human development in Ukraine: the institutional basis of social responsibility] / za red. E.M. Libanovoi; vidpov. za vypusk O.V. Makarova, O.M. Khmelevska; In-t demohrafii ta sotsialnykh doslidzhen imeni M.V. Ptukhy NAN Ukrainy. Kyiv. (in Ukrainian)

11. Do Verkhovnoi Rady prokhodiat chotyry partii – opytuvannya. [Four parties are running for the Verkhovna Rada]. Available at: <https://1news.com.ua/ukraine/doverhovnoyi-rady-prohodyat-chotyry-partiyi-opytuvannya.html>. (accessed 30 September 2020).

12. Ekonomichna efektyvnist vs sotsialna spravedyvist: priorytety rozvytku Ukrainy na etapi podolannya kryzy: kol. monohr. (2019) [Economic efficiency vs social justice: priorities of Ukraine's development at the stage of overcoming the crisis: col. monograph] / NAN Ukrainy, Sektsiia suspilnykh i humanitarnykh nauk. Kyiv. (in Ukrainian)

13. Pro Natsionalnu radu po turyzmu: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 13 bereznia 1996 r. N 322. [About the National Council on Tourism: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of March 13, 1996 N 322] Available at: https://ips.ligazakon.net/document/kp960322?an=923560&ed=2000_09_28 (accessed 2 October 2020).

14. Lebediev I.V. (2018). Stalyi rozvytok turyzmu: dosvid Yevropeiskoho Soiuzu i zavdannia dlia Ukrainy [Sustainable tourism development: European Union experience and tasks for Ukraine] *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen: Zb. naukovykh prats. Odeskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet*. № 3 (67), pp. 162-173.

СТЕЙКХОЛДЕРСЬКИЙ ПІДХІД ДО КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ

STAKEHOLDER APPROACH TO THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE COMPANIES

Розвиток стейкхолдерської теорії в концепції корпоративної соціальної відповідальності передбачає необхідність проведення системної взаємодії з групами зацікавлених осіб, що сприяє зростанню довгострокових конкурентних переваг та забезпеченню стійкого розвитку бізнесу. У статті запропоновано концептуальну модель ефективного управління відносинами зі стейкхолдерами, яка базується на положеннях інструментального, ресурсного, колабораційного підходів, а також підходу відносин до концепції корпоративної соціальної відповідальності. Розроблена модель є стратегічною системою цілей, завдань побудови взаємовигідних відносин з групами зацікавлених сторін та відображає комплекс умов, принципів, механізму та інструментів його реалізації. Впровадження розробленого підходу до ефективного стейкхолдер-менеджменту дасть змогу формувати та реалізовувати стратегію розвитку суб'єкта корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: стейкхолдери, стейкхолдерський підхід, корпоративна соціальна відповідальність.

Развитие стейкхолдерской теории в концепции корпоративной социальной

ответственности предполагает необходимость проведения системного взаимодействия с группами заинтересованных лиц, что способствует росту долгосрочных конкурентных преимуществ и обеспечению устойчивого развития бизнеса. В статье предложена концептуальная модель эффективного управления отношениями со стейкхолдерами, основанная на положениях инструментального, ресурсного, коллаборационных подходов, а также подхода отношений к концепции корпоративной социальной ответственности. Разработанная модель является стратегической системой целей, заданий построения взаимовыгодных отношений с группами заинтересованных сторон и отражает комплекс условий, принципов, механизма и инструментов его реализации. Внедрение разработанного подхода к эффективному стейкхолдер-менеджменту позволит формировать и реализовывать стратегию развития субъекта корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: стейкхолдеры, стейкхолдерский подход, корпоративная социальная ответственность.

УДК 330.872

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-24>

Ложачевська О.М.

д.е.н., професор
Національний транспортний університет

Виговська А.М.

магістрант
Національний транспортний університет

Lozhachevska Olena

National Transport University

Vyhovska Anastasiia

National Transport University

Development of the stakeholder theory within the framework of the concept of corporate social responsibility presupposes the need for carrying out systematic activities to interact with stakeholder groups, which contributes to the growth of long-term competitive advantages and sustainable business development. The subject of the research is the problem of forming interaction with stakeholders as factor of ensuring the effectiveness of strategic management of the enterprise's corporate social responsibility. Aim of the paper is a justification of collaborative approach to stakeholder management within the framework of corporate social responsibility with the definition of interaction tools with stakeholders. A set of general and specific methods such as systematic approach, historical and logical analysis, and dialectical method of phenomena and processes cognition is used to achieve the aim of the research. The article proposes a conceptual model of effective management of stakeholders relations, based on aspects of instrumental, resource, relational and collaborative approaches to the concept of corporate social responsibility. The developed model is a strategic system of goals, tasks of building mutually beneficial relations with stakeholder groups and it reflects a set of conditions, principles, mechanism and tools for its implementation. The main goal of effective stakeholder management is set as ensuring sustainable business development, which is mediated by the integration of stakeholder interests in the corporate governance system, forming and implementing the relational potential, achieving a certain level of corporate social responsibility, and creating long-term competitive advantages. In the development of a relational approach to stakeholder management, the article proposes a new economic category – "relational potential", as the enterprise's ability to benefit from the effective use of relational assets, based on the system of relationships between the enterprise and stakeholder groups, which contributes to the growth of its competitive advantages. Introduction of the elaborated conceptual approach to effective stakeholder management will allow formulating and implementing the corporate social responsibility development strategy in accordance with the interests of key stakeholder groups and ensure effective achievement of the strategic goals.

Key words: stakeholders, stakeholder approach, corporate social responsibility.

Постановка проблеми. Зміни, які відбуваються у світі зі збільшенням корпоративного сектору, організацій громадянського суспільства, вимагають поширення передової практики корпоративної соціальної відповідальності. Зростає роль міжнародних інститутів з вироблення стандартів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), які використовуються світовим бізнесом. Зростаюча значимість громадянського суспільства вносить корективи в підприємницьку практику й корпоративні соціальні програми. Нові суспільні запити стимулюють пошуки механізмів взаємодії з більш широким і різноманітним колом зацікавлених сторін в участі у корпоративних проєктах суб'єктів господарювання. Протягом останніх десятиліть

інтерес менеджерів до питання взаємовідносин із зацікавленими сторонами постійно підсилюється, оскільки важко знайти ефективний механізм узгодження інтересів стейкхолдерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концепція зацікавлених сторін є однією з найбільш поширених з науково-практичної точки зору, вона покладена в основу «стейкхолдерської теорії фірми» як самостійний напрям загального та стратегічного менеджменту. Фактично поява такого підходу стала великим проривом у розвитку КСВ бізнесу перед суспільством. Проблеми розвитку стейкхолдерського підходу в концепції соціальної відповідальності присвячені наукові праці як зарубіжних, так і вітчизняних учених. Серед них

слід назвати таких, як О. Алексєєва, В. Апопій, М. Березіна, О. Даниленко, В. Євтушенко, А. Керол, Р. Каплан, Н. Козлова, А. Колот, Н. Краснокутська, Н. Міценко, І. Міщук, Т. Мостенська, О. Охріменко, Л. Петрашко, М. Саприкіна, А. Череп.

Сьогодні існує потреба не тільки вирішення практичних проблем та налагодження діалогу з боку вітчизняних підприємств із стейкхолдерами, але й розроблення теоретично-методичних рекомендацій, які б стали основою для його реалізації щодо зростання ділової репутації компанії та можливої оцінки результатів цієї співпраці для стейкхолдерів.

Постановка завдання. Мета статті полягає в аналізі та вдосконаленні теоретичних й практичних положень щодо реалізації стейкхолдерського підходу до КСВ вітчизняними підприємствами в контексті формування ефективної співпраці компанії та стейкхолдерів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше поняття «зацікавленість сторін» було застосовано у 1963 році Р. Стюартом, Н. Адлером і М. Дошером у своїй доповіді, де вони стали використовувати старий шотландський термін «стейкхолдер» у значенні «законний претендент на що-небудь, що має цінність». Далі теорію стейкхолдерів розробив і відобразив у своїй монографії «Стратегічний менеджмент: стейкхолдерський підхід» (1984 рік) професор ділового адміністрування Університету Вірджинії Е. Фрімен. Поняття «стейкхолдер» від англ. “stakeholder” у першоджерелах трактується як особа або компанія, яка інвестувала в бізнес і володіє його частиною. Словник сучасної англійської мови до стейкхолдерів відносить тих, хто зацікавлений в успіху плану або проєкту, системи або організації (наприклад, працівник у компанії або батько дитини в школі). Як видно з наведених визначень, велику роль у трактуваннях поняття «стейкхолдер» відіграють позиції зацікавленості (вигоди) представників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. У вітчизняній практиці поняття «стейкхолдер» також стало звичним в управлінській практиці, його активне вживання пов'язано з трансформацією економічних відносин на межі 90-х років і формуванням корпоративного менеджменту. Нині не сформувалося єдиної думки про зміст цього наукового поняття, розглянемо деякі з них [7].

Застосування стейкхолдерського підходу в корпоративному управлінні, безумовно, здійснює позитивний вплив на процес прийняття рішень. Так, під час розроблення або реалізації стратегії менеджмент компанії бере до обліку найрізноманітніші потреби для місцевого співтовариства, органів влади, міноритарних акціонерів, основних власників та інших зацікавлених сторін. Очевидно, що врахувати інтереси всіх стейкхолдерів неможливо. Проте, застосовуючи стейкхолдерський під-

хід, менеджмент реалізує принципи корпоративної соціальної відповідальності, приймає більш усвідомлені та ефективні рішення, більш етичні та соціально відповідальні [2].

Для українських компаній, особливо непублічних, імплементація стейкхолдерського підходу не є можливою з низки об'єктивних причин. З огляду на особливу конфігурацію української економіки застосування стейкхолдерського підходу має розглядатися в контексті вітчизняної моделі корпоративного управління з її особливостями й корпоративною культурою.

Українська економіка, що розвивається, характеризується нерозвиненим інституційним середовищем і слабкою правозастосовною системою. За таких умов вигода від опортуністичної поведінки збільшується, а ступінь концентрації власності зростає, тоді як ефективна правова система регламентує дії менеджерів, знижує ризик опортунізму, що полегшує завдання контролю для власників, тоді витрати моніторингу нижчі, а у власників немає стимулу укрупнюватися, тому концентрація власності знижується. Такі зовнішні причини обумовлюють більший ухил української моделі корпоративного управління в інсайдерську модель, як наслідок, врахування інтересів тільки мажоритарних акціонерів. Крім цього, очевидно, що нерозвинене інституційне середовище й недосконалість законодавства перешкоджають веденню прозорого бізнесу.

Відсутність необхідних законодавчих актів, що захищають інтереси інвесторів, і неефективність державного регулювання фінансового ринку призводять до відсутності у компаній стимулів оперативно та якісно розкривати інформацію для інвесторів. Цей факт не сприяє розумінню процесів, що відбуваються в компаніях [8].

Варто зазначити, що в межах національної правової системи відсутні норми щодо нематеріальних ресурсів компаній, що ускладнює облік і захист інтересів нефінансових стейкхолдерів, які стосуються соціального, організаційного та інтелектуального капіталу [6].

Законодавча система має забезпечувати умови для можливості створення інтелектуального капіталу. Варто відзначити, що в епоху постіндустріального суспільства проблема задоволення нематеріальних інтересів стейкхолдерів стоїть особливо гостро, оскільки саме інтелектуальний капітал створює основу для формування конкурентної переваги більшості найбільш успішних і динамічних компаній [7].

Безумовно, є внутрішні причини, які перешкоджають застосуванню стейкхолдерського підходу в корпоративному управлінні серед українських компаній. Так, неадаптивна й перевантажена організаційна структура призводить до того, що компанії повільно відповідають ринковим змінам [2].

Дані попередніх досліджень свідчать про те, що українські компанії враховують інтереси таких стейкхолдерів, як місцеві органи влади, на прохання яких компанії беруть активну участь у житті регіонів. При цьому важливо врахувати, що така участь не свідчить про корпоративну соціальну відповідальність, а, найімовірніше, вказує на прорахований компроміс з органами влади щодо обліку їх інтересів. Також варто відзначити короткозорість рішень менеджменту більшості компаній, адже основним завданням ставиться максимізація вартості акціонерного капіталу в короткостроковому періоді. Такі рішення приводять до перерозподілу потоків вигід на адресу власників на шкоду потокам, які можуть бути спрямовані на реалізацію суспільних потреб і потреб інших зацікавлених сторін [3].

Таким чином, нерозвинені інститути, проблема правозастосування, концентрація капіталу, пірамідальні бізнес-групи, бюрократичні організаційні структури та інші причини створюють умови, за яких неможливо врахувати інтереси міноритарних акціонерів, персоналу, громадських груп, некомерційних організацій та інших зацікавлених сторін. Очевидно, що зараз більшість українських компаній, корпоративне управління яких, як правило, характеризується рисами моделі інсайдерського типу, не можуть перейти на корпоративний стиль управління зі стейкхолдерським підходом.

Перехід до аутсайдерської моделі може бути здійснений шляхом зниження концентрації власності у вітчизняних компаніях. Одним з рішень може стати вихід компаній на фондові ринки через IPO, що приведе до розпорощення власності й стимулюватиме дотримання правил якісного корпоративного управління [1].

Однак великі власники сьогодні не готові зменшувати частку володіння у своїх компаніях і бізнес-групах з описаних вище причин. Безумовно, має пройти час, поки держава створить умови для можливості застосування стейкхолдерського підходу [4].

Таким чином, стримуючими факторами імплементації стейкхолдерського підходу є правове середовище й нерозвинені інститути. Так, важливо створити правову систему, що захищає права міноритарних акціонерів, що забезпечить більш високу вартість неконтрольованих пакетів акцій. Більш того, необхідно розробити законопроекти, що регламентують політику компаній щодо інтелектуального, соціального та організаційного капіталу.

На наш погляд, створення необхідних умов для застосування стейкхолдерського підходу також передбачає проведення державної політики щодо корпоративної соціальної відповідальності. Необхідні законодавчі акти, що регламентують права та обов'язки корпорацій у реалізації програм корпора-

тивної соціальної відповідальності. Важливе місце в такій політиці посідає впровадження механізму популяризації та заохочення державою діяльності бізнесу у вирішенні пріоритетних соціально-економічних завдань. Держава має прагнути розвивати нове мислення, в рамках якого стейкхолдери є одним з ключових моментів системи корпоративного управління. При цьому перед менеджментом має стояти завдання задоволення інтересів різних груп стейкхолдерів, а не безумовний пріоритет інтересів акціонерів компанії [5].

Таким чином, розвиток корпоративної соціальної відповідальності має здійснюватися на основі розроблення національних політик у цій галузі, реалізації освітніх і стимулюючих програм. Крім певних заходів щодо стимулювання й підтримки бізнесу, важливою є також система контролю, що законодавчо зобов'язує компанії надавати звітність з реалізації відповідальності компанії перед працівниками та місцевими спільнотами.

Компанії мають не тільки надавати обов'язкову фінансову звітність, але й публікувати звіти зі сталого розвитку, а також екологічні та соціальні звіти. Як було зазначено вище, існує низка внутрішніх для компаній причин, що обмежують задоволення інтересів усіх стейкхолдерів. Отже, не тільки зовнішнє, але й внутрішнє корпоративне середовище потребує реформування. Компанії мають переглянути системи менеджменту, оптимізувати організаційні структури й здійснювати управління відповідно до розроблених міжнародних стандартів [1].

Для прозорого ведення бізнесу великого значення набуває ефективна організаційна структура, що характеризується невеликою кількістю рівнів управління, оптимізацією нечисленних структур, виключенням дублюючих функцій. Все це дає змогу зробити прозорим розподіл ресурсів і персоналізувати відповідальність [3].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, імплементація стейкхолдерського підходу є однією з конкурентних переваг, що дають змогу пристосовуватися до зовнішнього середовища та ефективно управляти бізнесом. Проте нерозвинене інституційне середовище й проблема правозастосування, з одного боку, та ухил корпоративного управління в інсайдерську модель, з іншого боку, перешкоджають впровадженню стейкхолдерського підходу в систему корпоративного управління українських компаній.

Нині держава повинна створювати умови, що стимулюють українські компанії до ведення соціально відповідального бізнесу, причому менеджмент має проводити послідовну політику щодо реформування системи управління в бік аутсайдерської моделі, що дає змогу імплементувати стейкхолдерський підхід.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аммарі А. Класифікація стейкхолдерів на основі взаємних очікувань. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 8. С. 150–155.
2. Бержанір А. Становлення взаємодії влади, бізнесу і суспільства в ринкових умовах. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 3. С. 18–21.
3. Єпіфанова І. Світовий досвід фінансування інноваційної діяльності підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2013. № 776. С. 249–254. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_776_39 (дата звернення: 15.07.2020).
4. Захаркін О. Соціально-відповідальне інноваційне інвестування на основі стейкхолдерського підходу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. № 12. Ч. 1. С. 97–101.
5. Череп А. Врахування інтересів стейкхолдерів при управлінні ефективністю діяльності підприємства. *Міжнародна економічна політика*. 2012. Спецвип., ч. 1. С. 596–602.
6. Шилепницький П. Основні характеристики соціальної відповідальності корпорацій на сучасному етапі. *Ефективна економіка*. 2010. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_4_12 (дата звернення: 16.07.2020).
7. Ясінська Ю. Цінність ділової репутації підприємства як економічної категорії. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Економічна*. 2015. № 47. С. 63–67. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2015_47_14 (дата звернення: 29.07.2020).
8. Охріменко О., Іванова Т. Соціальна відповідальність : навчальний посібник. Київ : НТУУ «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
2. Berzhanir A. (2013) Stanovlennia vzaiemodii vlady, biznesu i suspilstva v rynkovykh umovakh [Formation of interaction of power, business and society in market conditions]. *Sustainable economic development*, no. 3, pp. 18–21.
3. Iepifanova I. (2013) Svitovyi dosvid finansuvannia innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv [World experience in financing innovative activities of enterprises]. *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development* (electronic journal), vol. 11, no. 776, pp. 249–254. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_776_39 (accessed: 15 July 2020).
4. Zakharkin O. (2015) Sotsialno-vidpovidalne innovatsiine investuvannia na osnovi steikholderskoho pidkходу [Socially responsible innovative investment based on the stakeholder approach]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences*, vol. 1, no. 12, pp. 97–101.
5. Cherep A. (2012) Vrakhuvannia interesiv steikholderiv pry upravlinni efektyvnistiu diialnosti pidpriemstva [Taking into account the interests of stakeholders in managing the efficiency of the enterprise]. *International economic policy : special issue 1*, vol. 1, no. 1, pp. 596–602.
6. Shylepnytskyi P. (2010) Osnovni kharakterystyky sotsialnoi vidpovidalnosti korporatsii na suchasnomu etapi [The main characteristics of social responsibility of corporations at the present stage]. *Efficient economy*, vol. 3, no. 4. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_4_12 (accessed: 16 July 2020).
7. Iasinska Yu. Tsinnist dilovoi reputatsii pidpriemstva yak ekonomichnoi katehorii [The value of the business reputation of the enterprise as an economic category]. *Bulletin of the Lviv Commercial Academy. The series is economic*, no. 47, pp. 63–67. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2015_47_14 (accessed: 29 July 2020).
8. Okhrimenko O., Ivanova T. (2015) *Sotsialna vidpovidalnist* [Social responsibility]. Kyiv: NTUU "Kyiv Polytechnic Institute" (in Ukrainian).

REFERENCES:

1. Ammari A. (2012) Klasyfikatsiia steikholderiv na osnovi vzaiemnykh ochikuvan [Classification of stakeholders based on common expectations]. *Current economic problems*, no. 8, pp. 150–155.

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

FEATURES OF ANALYTICAL EVALUATION OF CHOICE OF INDUSTRIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY

Стаття присвячена проблемам вибору стратегії розвитку підприємства та необхідності формування методичного забезпечення такого вибору. Доведено, що однією з найважливіших складових частин під час розроблення та обґрунтування доцільності впровадження інноваційної стратегії розвитку є надання об'єктивної оцінки ефективності управління підприємством. Для максимізації ефективності командної роботи залучених експертів та рівня обґрунтованості проведеного SWOT-аналізу запропоновано запровадити методичний підхід до визначення коефіцієнта компетентності залучених фахівців на підставі розроблення системи оцінювання кількісних та якісних характеристик і переведення їх у єдину шкалу. Обґрунтовано використання комбінованих методик щодо визначення оптимального обсягу виробництва з урахуванням можливих коливань між обсягами попиту та пропозиції. Запропоновано систему розроблення та вибору інноваційної стратегії розвитку промислового підприємства.

Ключові слова: менеджмент, аналітичний інструмент, оцінка, підприємство, інноваційна стратегія.

необхідності формування методичного забезпечення такого вибору. Доведено, що однією з важливіших складових частин при розробці та обґрунтуванні цілесобразності впровадження інноваційної стратегії розвитку є надання об'єктивної оцінки ефективності управління підприємством. Для максимізації ефективності командної роботи залучених експертів та рівня обґрунтованості проведеного SWOT-аналізу запропоновано запровадити методичний підхід до визначення коефіцієнта компетентності залучених фахівців на основі розробки системи оцінювання кількісних та якісних характеристик і переведення їх в єдину шкалу. Обґрунтовано використання комбінованих методик касательно определения оптимального объема производства с учетом возможных колебаний между объемами спроса и предложения. Предложена система разработки и выбора инновационной стратегии развития промышленного предприятия.

Ключевые слова: менеджмент, аналитический инструмент, оценка, предприятие, инновационная стратегия.

Стаття посвящена проблемам выбора стратегии развития предприятия и

УДК 338.45:658.5.012.14

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-25>

Макаренко С.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки,
менеджменту та адміністрування
Херсонський державний університет

Makarenko Serhii

Kherson State University

The article is devoted to the problems of choice of development strategy of an enterprise and the necessity of formation of methodological support for this choice. Approaches to forming of innovation strategy of an enterprise are viewed. Linking an innovative strategy with the formation of an effective organizational structure, optimizing internal business processes, creating effective business models, methodological support of its choice must include a set of analytical tools which enable to develop alternative strategies, choose the best of them and also to evaluate the effectiveness of their implementation. The innovation process requires strategic planning and market-oriented management. It is proved that one of the most important components in the development and justification of the feasibility of implementing an innovative strategy is an objective assessment of the efficiency of management of the enterprise and its individual components. The need to aggregate all indicators is due to the fact that the object of modelling (the effective functioning of the enterprise) requires not only generalizing characteristics, but also the ordering of its individual elements according to certain properties and principles. The methodological aspects of business process modeling must meet the requirements of strategic management, taking into account the specific features of each enterprise and being based on the principles of project management, such as teamwork, systematic approach, process approach, quality management system, balanced scorecard and the principle of continuous improvement. The success of innovation management depends on the ability to create stimulating internal and external framework conditions for innovation. To implement these tasks, it becomes necessary to develop practical recommendations for the management of an enterprise with a clear and science based algorithm of actions for managing the introduction of modern innovative technologies in the activities of an enterprise as the basis for increasing his competitiveness. The complexity of the development of such measures is due to the lack of general recommendations on specific technologies for managing this process.

Key words: management, analytical tool, evaluation, enterprise, innovative strategy.

Постановка проблеми. У сучасних умовах нестабільного внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища, що характеризуються як зростання виробничих витрат на закупівлю мінімально необхідного асортименту лікарських засобів для втримання поширення гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, так і можливим призупиненням господарської діяльності підприємства внаслідок введення карантину та примусової ізоляції працівників втримати наявні позиції зможе лише те підприємство, топ-менеджмент якого забезпечив формування інноваційної стратегії розвитку. Стратегія як комплексна модель управління суб'єктом господарювання спрямована на розвиток підпри-

ємства в майбутньому з максимальним урахуванням наслідків можливих подій в навколишньому бізнес-середовищі. Керівники підприємств, у яких розвинуто на високому рівні стратегічне мислення та які можуть оперативнo здійснювати аналітичне оцінювання й визначати оптимальну стратегію розвитку, зможуть втримати наявні позиції та забезпечити нарощування фінансового й виробничого потенціалів навіть в умовах зниження купівельної спроможності потенційної групи споживачів та зростання вартості сировини й матеріалів. Зазначене визначило актуальність теми дослідження, її завдання та зміст.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукової літератури показав, що дослі-

дженню проблем, які пов'язані з розробленням стратегії розвитку підприємства, присвячені роботи таких науковців, як Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук [1], Л.В. Білозор [2], К.Ю. Вергал [3], Б. Грепон [8], С.Ю. Ілляшенко [5]. У літературі висвітлюються підходи до формування інноваційних ідей, напрями реалізації інноваційних проєктів на підприємствах, можливі шляхи впровадження інновацій тощо. Значна увага наукової спільноти прикута до методів стратегічного аналізу, стратегічного позиціонування, розроблення конкурентних та товарних стратегій підприємства, особливостей проведення стратегічних змін на підприємстві. Незважаючи на вагомий напруження, залишаються проблеми, що потребують додаткового наукового аналізу, особливо щодо розроблення системи аналітичного оцінювання вибору стратегії розвитку підприємства.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні різних методик та розробленні оптимальної системи аналітичного оцінювання вибору стратегії розвитку підприємства на прикладі промислової галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з найважливіших причин помилок і прорахунків під час здійснення господарської діяльності промислового підприємства, що в подальшому може призвести до отримання збиткового фінансового результату та навіть банкрутства, є відсутність чіткої стратегії розвитку та комплексу заходів для забезпечення перманентного економічного зростання.

Розроблення стратегії розвитку підприємства являє собою складний процес пошуку найбільш раціональних напрямів функціонування, нових можливостей для створення стійких конкурентних переваг, забезпечення бажаної позиції на відповідному сегменті ринку [4]. Під час забезпечення вибору оптимальної стратегії розвитку підприємства необхідно щонайменше здійснити стратегічний аналіз діяльності підприємства як основи для визначення альтернативних стратегій розвитку.

Серед основних методів, які використовуються під час проведення стратегічного аналізу діяльності підприємства, слід назвати SWOT-аналіз, матрицю SPACE, матрицю BCG (Бостонської консалтингової групи), «екран бізнесу» GE, модель п'яти сил конкуренції М. Портера, аналіз стратегічних груп конкурентів, аналіз розбіжностей, STEEP-аналіз, аналіз ланцюга вартості. Серед основних результатів використання зазначених методів слід назвати отримання оцінки стратегічних можливостей підприємства, ефективності впровадження попередньої стратегії, достатності ресурсів для досягнення бажаних цілей, визначення ключових чинників, від яких залежить успіх підприємства на ринку [4].

Водночас окремої уваги заслуговує механізм проведення стратегічного аналізу діяльності підприємства, що передбачає створення робочої групи та залучення до її складу провідних фахівців галузі. Так, відповідно до методики проведення SWOT-аналізу, передбачено, що створена робоча група експертів здійснює співставлення сильних і слабких сторін діяльності об'єкта дослідження; залежно від взаємовідносин підприємства, оточення визначаються загрози для господарської діяльності та можливості розвитку у майбутньому. Водночас отримані результати здебільшого мають лише загальний характер без можливого визначення рівня впливу на загальний результативний фактор, а саме рівень конкурентоспроможності підприємства.

Для максимізації ефективності командної роботи залучених експертів та рівня обґрунтованості проведеного SWOT-аналізу доцільно запровадити методичний підхід до визначення коефіцієнта компетентності залучених фахівців на підставі розроблення дієвої системи оцінювання кількісних та якісних характеристик і переведення їх у єдину шкалу. Так, відповідно до раніше проведених досліджень [9; 10], запропоновано здійснювати розрахунок коефіцієнта компетентності експертів з урахуванням досвіду роботи, рівня освіти, масштабу управлінської діяльності. Водночас для збільшення рівня якості процесу розрахунку коефіцієнта компетентності з огляду на різнобічний розвиток вітчизняних фахівців необхідно також додатково враховувати досвід роботи на суміжних посадах (або загальний досвід), наявність відзнак та заохочень за результатами діяльності, продуктивність праці (у натуральних або умовних одиницях виміру). Також після переведення вищезазначених показників у кількісні одиниці виміру з урахуванням коливань усередині досліджуваної групи експертів зазначені показники мають бути переведені у єдину шкалу оцінювання. Вищезазначене дасть змогу не лише визначити рівень компетентності залучених експертів у середині досліджуваної групи, але й за результатами проведеного опитування розрахувати питому вагу впливу досліджуваної групи факторів на загальний результативний показник (валовий внутрішній продукт / валовий регіональний продукт). Нехтування цими пропозиціями або формальне ставлення до процедури проведення SWOT-аналізу може призвести до отримання необґрунтованих висновків та можливого лобювання інтересів зацікавленої групи осіб під час визначення ключових напрямів фінансування.

У сучасних умовах функціонування зазначені недоліки простежуються не лише під час розроблення програм розвитку промислових підприємств, але й під час формування регіональних стратегій соціально-економічного розвитку. Так,

під час розроблення Стратегії розвитку Херсонської області на період 2021–2027 років було створено робочу групу, до складу якої увійшли 158 представників органів державної влади, місцевого самоврядування, наукової спільноти, бізнесу та громадських організацій. Водночас на жодному засіданні робочої групи загалом та за окремими напрямками не було забезпечено присутність хоча б половини залучених експертів, що свідчить про виключно кількісний характер роботи створеної групи. Також під час визначення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз для економіки Херсонщини враховувалися лише суб'єктивні погляди певних експертів без урахування їх досвіду роботи, наявності освіти тощо. Як наслідок, отримані матеріали за результатами проведеного SWOT-аналізу для Херсонської області мають декларативний характер без конкретної деталізації, що не дає змогу визначити питому вагу впливу цих факторів на економіку регіону та рівень ефективності від інвестування коштів за визначеними напрямками розвитку.

Результати проведеного дослідження у науковій праці [6] свідчать про те, що процес розроблення щорічних програм (стратегії) соціально-економічного та культурного розвитку Херсонської області здійснюється у такій послідовності: збирання профільними структурними підрозділами районних державних адміністрацій, міськвиконкомів міст обласного значення інформації від суб'єктів господарювання регіону щодо їх планових показників функціонування; узагальнення районними державними адміністраціями, міськвиконкомами міст обласного значення наданої інформації, надання на її основі та тенденцій останніх років профільному структурному підрозділу обласної державної адміністрації пропозицій щодо кількісних та якісних змін показників розвитку адміністративно-територіальної одиниці на наступні роки й необхідного комплексу заходів для виконання поставлених завдань; аналіз та узагальнення структурним підрозділом обласної державної адміністрації наданих пропозицій, формування проєкту програми (стратегії) соціально-економічного та культурного розвитку області; погодження проєкту програми (стратегії) розвитку області у встановленому порядку з головою обласної державної адміністрації та його заступниками (схвалення розпорядженням голови обласної державної адміністрації), посадовими особами та депутатами обласної ради, внесення за необхідності зауважень та пропозицій; затвердження на сесії обласної ради програми (стратегії) розвитку області.

Як бачимо з наведеного ланцюга дій, під час розроблення програм (стратегій) розвитку області робота розпочинається з визначення баз спостереження та пошуку джерел інформації, що суттєво ускладнює моделювання соціально-еко-

мічних процесів розвитку області, адже беруться за основу показники економічного та соціального розвитку, які можуть не здійснювати суттєвого впливу на загальний результативний показник розвитку регіону.

Аналогічні ускладнення можуть виникати на підприємствах під час розроблення відповідних стратегій розвитку, особливо щодо визначення ключових показників та методики оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. Стратегія розвитку промислового підприємства має перш за все передбачати ефективне використання основного та оборотного капіталів і створення нових механізмів інвестування у розвиток суб'єкта господарювання. Зазначене є можливим за рахунок запровадження всебічного дослідження процесів господарської діяльності підприємства та визначення оптимального обсягу виробництва продукції під час використання різних стратегій, що дасть змогу мінімізувати очікувані збитки в умовах невизначеності ринку та отримати максимальний прибуток. Для виконання вищезазначених завдань необхідно забезпечити комбінування різних методик щодо визначення оптимального обсягу виробництва (наприклад, шляхом порівняння обсягів граничного доходу та граничних витрат) з урахуванням можливих коливань між обсягами попиту та пропозиції за допомогою критеріїв Байєса, Лапласа, Вальда, Севіджа, Гурвіца.

Узагальнюючи отримані результати, на рис. 1 відображаємо запропоновану систему розроблення та вибору інноваційної стратегії розвитку промислового підприємства.

Для досягнення максимального ефекту від управління інноваційною діяльністю підприємства доцільно застосовувати поетапний підхід. При цьому залежно від виробничих та фінансових умов з урахуванням специфіки функціонування конкретної галузі етапи необхідно використовувати як окремо, так і в різних поєднаннях.

Висновки з проведеного дослідження. Результати проведеного дослідження свідчать про те, що у сучасних умовах ведення бізнесу для втримання наявних позицій та забезпечення перманентного нарощування виробничого й фінансового потенціалів топ-менеджменту вітчизняних промислових підприємств необхідно забезпечити розроблення системи аналітичного оцінювання та вибору інноваційної стратегії розвитку. Розроблений алгоритм дій дасть змогу не лише перевести різні якісні та кількісні показники у єдину шкалу, але й використати сучасні економіко-математичні моделі у процесі оцінювання та прогнозування рівня розвитку. Зазначене сприятиме отриманню обґрунтованої оцінки процесу реалізації інноваційної стратегії розвитку та оперативному внесенню змін з урахуванням змін у внутрішньому та зовнішньому бізнес-середовищі.

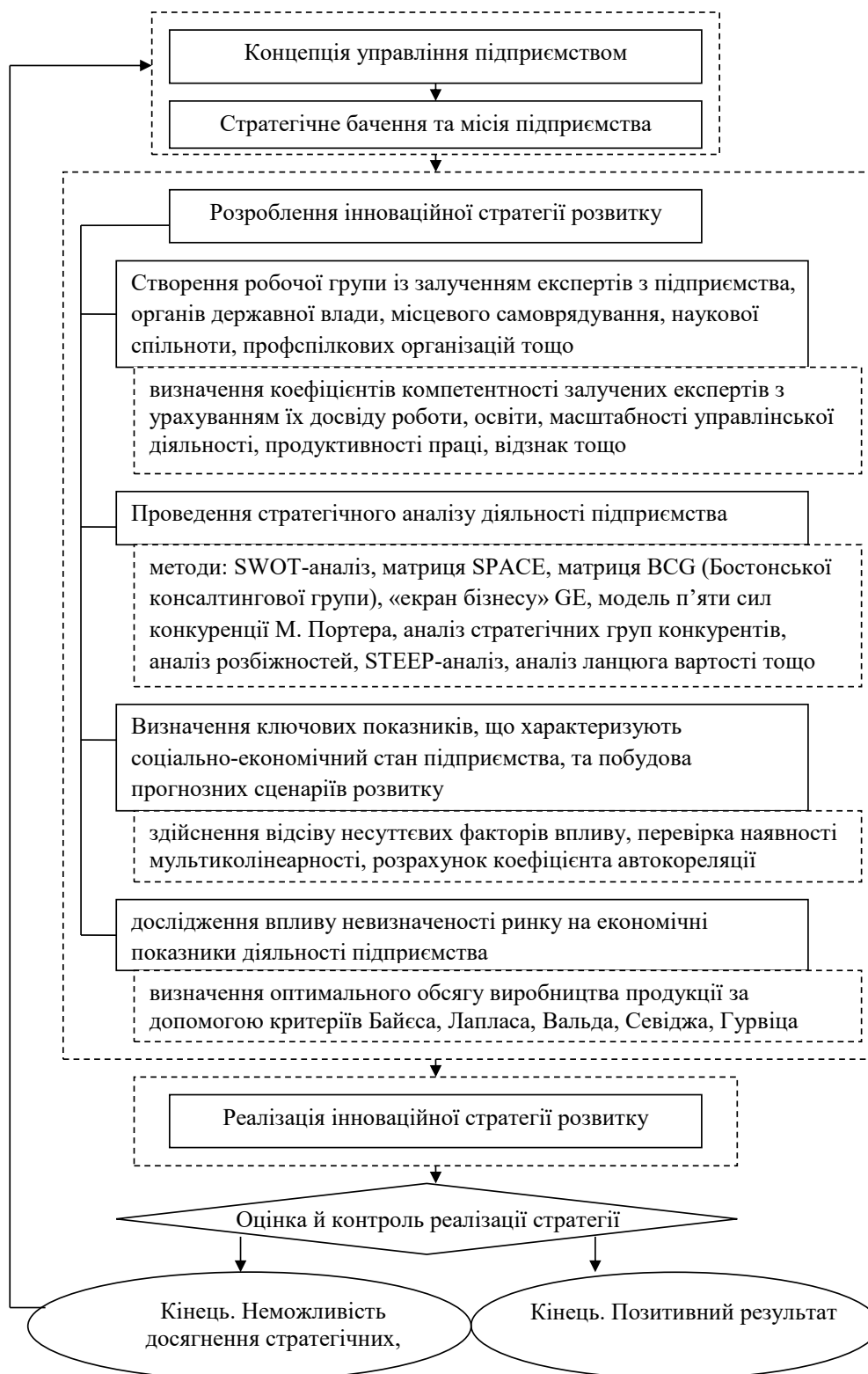


Рис. 1. Система розроблення та вибору інноваційної стратегії розвитку

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: Теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія. Київ : КНЕУ, 2003. 394 с.
 2. Білосор Л.В. Методологічні підходи щодо формування інноваційної продукції. *Економіка АПК*. 2012. № 9. С. 88–93.

3. Вергал К.Ю. Теоретико-методологічні основи розробки стратегії інноваційного розвитку підприємства. *Управління розвитком*. 2008. № 19. С. 27–28.
 4. Гаміє А.М. Методичне забезпечення вибору стратегії організаційного розвитку підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 8. С. 344–347.

5. Ілляшенко С.Ю. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. 615 с.

6. Макаренко С.М., Олійник Н.М. Визначення оптимальної стратегії розвитку регіону шляхом забезпечення постійного моделювання соціально-економічних процесів. *Проблеми формування нової економіки ХХІ століття* : матеріали ІІІ міжнародної науково-практичної конференції (Дніпропетровськ, 23–24 грудня 2010 року). Дніпропетровськ, 2010. Т. 3. С. 51–54.

7. Пригара О.Ю. Механізм розробки інноваційної стратегії розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://economy.nayka.com.ua> (дата звернення: 09.11.2020).

8. Grepon B., Duquet E. Innovation: mesures, redements et concurrence. *Econ et statist.* 2004. № 275–276.

9. Makarenko S.M., Oliinyk N.M., Kazakova T.S. Improving the method approach to the rating evaluation of employees as professional career development. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. No. 5. December. P. 179–187. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-179-187>.

10. Tyukhtenko N.A., Makarenko S.M. Economic and mathematic models for staff planning at enterprises of all ownership forms. *Actual problems of economics*. 2016. Vol. 1. No. 175. P. 435–442.

REFERENCES:

1. Antoniuk, L.L., Poruchnyk, A.M., & Savchuk, V. S. (2003). Innovatsii: Teoriia, mekhanizm rozrobky ta komertsializatsii : monohrafiia [Innovations: Theory, mechanism of development and commercialization]. Kyiv: KNEU (in Ukrainian).

2. Bilozor, L.V. (2012). Metodolohichni pidkhody shchodo formuvannia innovatsiinoi produktsii [Methodological approaches to the formation of innovative products]. *Ekonomika APK*, no. 9, pp. 88–93.

3. Verhal, K.Yu. (2008). Teoretyko-metodolohichni osnovy rozrobky stratehii innovatsiinoho rozvytku pid-

pryiemstva [Theoretical and methodological bases of development of strategy of innovative development of the enterprise]. *Upravlinnia rozvytkom*, no. 19, pp. 27–28.

4. Hamiie, A.M. (2015). Metodychne zabezpechennia vyboru stratehii orhanizatsiinoho rozvytku pidpryiemstva [Methodical support of the choice of enterprise's strategy of organizational development]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 8, pp. 344–347.

5. Illiashenko, S.Yu. (2008). Marketynh innovatsii i innovatsii v marketynhu: monohrafiia [Marketing innovation and innovation in marketing]. Sumy: VTD "Universytetska knyha". (in Ukrainian)

6. Makarenko, S.M., Oliinyk, N.M. (2010). Vyznachennia optymalnoi stratehii rozvytku rehionu shliakhom zabezpechennia postiinoho modeliuvannia sotsialno-ekonomichnykh protsesiv [Determining the optimal strategy for the development of the region by providing continuous modeling of socio-economic processes]. *Problemy formuvannia novoї ekonomiky KhKhl stolittia: ІІІ mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia*. Dni-propetrovsk. Tom 3, pp. 51–54.

7. Pryhara, O.Yu. (2018). Mekhanizm rozrobky innovatsiinoi stratehii rozvytku pidpryiemstva [Mechanism of development of innovative strategy of an enterprise]. *Efektynna ekonomika*, vol. 2. Available at: <http://economy.nayka.com.ua> (accessed 9 November 2020).

8. Grepon Bruno, Emmanuel Duquet. Innovation: mesures, redements et concurrence. *Econ et statist.* 2004. № 275–276.

9. Makarenko, S.M., Oliinyk, N.M., & Kazakova, T.S. Improving the method approach to the rating evaluation of employees as professional career development. *Baltic Journal of Economic Studies*, 2018. Vol. 4, no. 5. December, pp. 179–187. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-5-179-187>

10. Tyukhtenko, N.A., & Makarenko, S.M. (2016). Economic and mathematic models for staff planning at enterprises of all ownership forms. *Actual problems of economics*, vol. 1, no. 175, pp. 435–442 (in Ukrainian).

РОЗШИРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ EXPANSION OF INNOVATIVE SERVICES IN HOSPITALITY SPHERE

УДК 338.465.4

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-26>

Москаленко Д.М.

магістр

Національний університет харчових технологій

Сильчук Т.А.

д.т.н., професор кафедри

готельно-ресторанної справи

Національний університет харчових технологій

Зуйко В.І.

к.т.н., доцент кафедри технології

ресторанної і аюрведичної продукції

Національний університет харчових технологій

Moskalenko Daryna

National University of Food Technologies

Sylchuk Tetiana

National University of Food Technologies

Zuiko Vira

National University of Food Technologies

Проаналізовано особливості інноваційної діяльності у сфері готельної індустрії. Розглянуто поняття енотуризму, передумови його появи і становлення, особливості та перспективи. Наведено характеристику та світову практику винного туризму. Показано мультиплікативний ефект взаємодії енотуризму та готельної індустрії. Особлива увага приділяється розвитку цього напрямку в Україні: розкривається потенціал регіонів, показується унікальність місцевого виноградарства та виноробних технологій, дається короткий екскурс в історію винного туризму, описуються сучасний стан та державне регулювання галузі в країні. Розглянуто заходи підтримки для розвитку винного туризму в різних регіонах України. На підставі вивченого матеріалу проведено оцінку досягнутих результатів і запропоновано рекомендації щодо поліпшення ефективності функціонування готельних підприємств шляхом упровадження винних турів та розвитку енотуризму в Україні.

Ключові слова: готельний бізнес, індустрія гостинності, винний туризм, енотуризм, тематичні тури, виноробство.

Проанализированы особенности инновационной деятельности в сфере гостин-

ничной индустрии. Рассмотрены понятие энотуризма, предпосылки его появления и становления, особенности и перспективы. Приведена характеристика и мировая практика винного туризма. Показан мультипликативный эффект взаимодействия энотуризма и гостиничной индустрии. Особое внимание уделяется развитию этого направления в Украине: раскрывается потенциал регионов, показывается уникальность местного виноградарства и винодельческих технологий, дается краткий экскурс в историю винного туризма, описываются современное состояние и государственное регулирование отрасли в стране. Рассмотрены меры поддержки для развития винного туризма в различных регионах Украины. На основании изученного материала проведена оценка достигнутых результатов и предложены рекомендации относительно улучшения эффективности функционирования гостиничных предприятий путем внедрения винных туров, развития энотуризма в Украине.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, индустрия гостеприимства, винный туризм, энотуризм, тематические туры, виноделие.

Innovation in the hotel industry was analyzed. It is established that today one of the current innovative services of hospitality companies is the introduction of thematic tours, especially wine tours, which will promote the development of hotel business and wine tourism in general. The concepts of enotourism, the preconditions for its appearance and formation, features and prospects are considered. The world practice of wine tourism is described. The statistical data of the total volume of wine consumption in the world in 2008 – 2020 was analyzed. The multiplicative effect of the interaction of enotourism and the hotel industry is shown. It means that winemakers and owners of wine restaurants and houses offer tourists not only to visit wine cellars and taste different wines, but also food, accommodation, purchase of souvenirs (usually related to grapes and wine), various food products and products of their processing, and in some cases, even horseback riding, cycling, field trips. As a result, tourists of wineries often spend a significant part of their money not on the purchase of wine products and their tasting, but on tourist and recreational services. Special attention is paid to the development of this direction in Ukraine: the potential of the regions is revealed, the uniqueness of local viticulture and wine-making technologies is shown, a short excursion into the history of wine tourism is given, the current state and state regulation of the industry in the country are described. Support measures for the development of wine tourism in various regions of Ukraine are considered. Trends in the development of foreign wine accommodation facilities, the experience of which can be useful for Ukrainian hoteliers, are analyzed. The possibility and expediency of construction of wine hotels in the Black Sea, Transcarpathian and Azov regions of the country are substantiated, which can be a significant impetus for the development of wine tourism in Ukraine. Based on the material studied, the results achieved were assessed and recommendations were made to improve the efficiency of the functioning of hotel enterprises through the introduction of wine tours, construction of wine hotels and the development of wine tourism in Ukraine.

Key words: hotel business, hospitality industry, wine tourism, enotourism, thematic tours, winemaking.

Постановка проблеми. Готельний бізнес сьогодні є основним складником туристичної галузі України. Проте вітчизняні підприємства готельної індустрії потребують модернізації послуг. Активізація конкуренції в готельній галузі вимагає використання більш ефективних методів управління конкурентоспроможністю готельних підприємств та застосування різноманітних інновацій як одного з інструментів конкурентоспроможності підприємств готельного типу. Саме тому у сучасному готельному бізнесі стрімко розвиваються та впроваджуються нові форми інновацій.

Сьогодні однією з актуальних інноваційних послуг підприємств гостинності є впровадження тематичних турів, особливо винних, що сприятиме розвитку готельного бізнесу та енотуризму в цілому.

Доцільно припустити, що енотуризм – новий вид спеціалізованого тематичного туризму – стане

конкурентом розважального та зеленого туризму. Упровадження енотуризму та винних турів у готельних підприємствах як нового виду інновацій у готельній індустрії є своєчасним і актуальним питанням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням процесу виноробства, культури споживання вина та винним туризмом займалися такі закордонні вчені: Д. Гетс, Х. Джонсон, Б. Кемброн, М. Холл, а також Р. Паркер, Д. Ріджвей, Г. Вайнерчук, П. Мельтцер. Вітчизняні праці про виноробство та біологічні властивості вина, його вплив на здоров'я людини, питання поділу винного туризму за критеріями мети та технології організації подорожі представлені дослідженнями Г. Валуйка, В. Домарецького [1], В. Загоруйка, В. Рибінцева, Д. Баглей, О. Любіцевої, Д. Басюк [1; 2], Т. Божук.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у вивченні проблем та закономірностей розвитку винного туризму в Україні як досить перспективного напрямку туристично-готельного бізнесу, що може активізувати потенціал виноградарсько-виноробних регіонів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині індустрія гостинності перебуває в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Підприємства готельного господарства змушені доволі стрімко реагувати на зміни зовнішніх умов господарювання. Проте, незважаючи на нестабільну економічну та політичну ситуацію у світі, готельна індустрія продовжує активно розвиватися. Це зумовлено зростанням світового туризму та розширенням послуг, що пропонуються закладами готельного господарства.

За даними Всесвітньої туристичної організації, починаючи з 2021 р. одним із найпопулярніших видів міжнародного туризму стануть тематичні тури, зокрема винні. Винний туризм являє собою пізнавальну програму, пов'язану з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшою дегустацією готової продукції, а також відвідуванням визначних пам'яток даного регіону.

Винний туризм зародився і найбільш розвинутий у Європі (табл. 1). Це пов'язано з тим, що Європа є найбільшим у світі виробником і експортером вин та лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності становлять досить значну статтю доходу в бюджетах Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та Угорщини.

Таблиця 1

Загальний обсяг споживання вина у світі в 2008–2020 рр.

Рік	Загальний обсяг споживання вина, млн гл.	Темпи росту, %
2008	227,0	-
2014	239,5	+5,9
2015	242,3	- 0,86
2016	254,2	+1,2
2017	243,0	- 8,5
2018	238,7	- 1,77
2019	252,0	+6,2
2020 (прогноз)	262,1	+ 3,95

Джерело: складено авторами

Споживання вина у світі [2] з 2008 по 2019 р. має тенденцію до зростання – з 227,0 до 252,0 млн гл. (табл. 1). Пік споживання припав на 2016 р. – 254,2 млн гл. Згідно з прогнозами, до кінця 2020 р. виробництво вина може досягти 280,0 млн гл., з яких 165,0 млн будуть вироблені в Європі.

Статистичні дані виробництва вина у світі за 2008–2020 рр. (табл. 1) показують, що за кордо-

ном ідеально сформоване підґрунтя для розвитку винного туризму. Проте найпопулярніші винні готелі світу розташовані у найрозвиненіших виноробних регіонах Європи: Франції, Італії, Іспанії. Саме тому винні тури по цих країнах користуються високим попитом серед туристів із різних країн світу. Також для туриста, який подорожує винним маршрутом, пріоритетною є якість цих маршрутів, а отже, і зупинятиметься він у готелях, які розташовані поблизу виноробних господарств із найкращим рейтингом [3]. Нині винні готелі перетворюються на багатофункціональні винні курорти: льохи і дегустаційні зали, басейни і кабінети для енотерапії (лікування хронічних захворювань за допомогою вина), екскурсійні програми та лекції, музеї та тематичні виставки, майстер-класи і навчальні курси [3].

В Україні такий напрям діяльності, як винний туризм, лише починає поширюватися, тому європейський досвід функціонування винних готелів може бути корисним для українських готельєрів, тим паче, що, за прогнозами деяких спеціалістів у цій галузі, за сприятливих факторів через кілька десятків років український винний туризм може досягти європейського конкуруючого рівня [3].

Про значення, яке для деяких районів виноградарства і виноробства має енотуризм, може свідчити такий факт: в Ельзасі близько 23% виробленого вина купують туристи, а в Бургундії ці показники становлять 12%. Подібні тенденції спостерігаються і в інших країнах. Дослідження, проведені в Італії, показали, що 80% охоплених аналізом господарів виноградників дозволяли туристам купувати тут же вироблене ними вино. Більше того, у 95% випадках турист мав можливість придбати, крім вина, й інші продукти. Районом Італії, в якому можна спостерігати швидкий розвиток енотуризму, є Ломбардія, де організовано 15 винних маршрутів. Подорожуючи ними в 2015 р., можна було відвідати 207 винних ресторанів зі спеціально підготовленою для туристів «культурно-гастрономічною» програмою, а також переночувати в 275 агротуристських господарствах, спеціалізованих на вирощуванні винограду та виробництві вина. У виноробному районі Ваполіселла (провінція Верона) туристи можуть відвідати 78 виноградників і 13 винних ресторанів. Винний туризм пропагується також у відомому виноробному районі Соаве (також розташованому в провінції Верона). Тут свої послуги пропонують 24 господарства, які спеціалізуються на виноградарстві та виробництві вина. У всіх із них можна проводити закупівлю вина, крім того, в деяких можна купити масло, сири, овочі та ін. Вищенаведені приклади свідчать про те, що винний туризм володіє мультиплікативним ефектом та не обмежується лише споживанням вина. Так, винороби і власники винних ресторанів та будинків пропонують туристам не

лише відвідати винні погреби та провести дегустацію різних вин, а й послуги харчування, ночівлі, придбання сувенірів (найчастіше пов'язаних із виноградом і вином), різних продовольчих товарів і виробів їх переробки, а іноді навіть прогулянки на конях, велосипедні прогулянки, екскурсії по території. У підсумку найчастіше туристи виноробних господарств значну частину своїх коштів витрачають не на покупку винних виробів та їх дегустацію, а на туристично-рекреаційні послуги. Існує також імовірність споживання туристами вина, яке вони скуштували під час винного туру, на постійній основі, тобто прихильності туристів до певного типу вина, виробленому в певному місці, що підвищує доходи винних господарств у разі і встановлює безпосередній контакт виробників і туристів. Також зазначається істотний вплив енотуризму на локальний ринок, що проявляється у зростанні податкових відрахувань, що сприяють розвитку інших видів послуг.

Україна вважається європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. Проте на європейській і світовій ринки наша виноробна продукція просувається повільними темпами в силу низки об'єктивних економічних і політичних причин, серед яких: недостатнє фінансування виноробства з боку держави, відсутність податкових пільг, високі акцизні ставки, скорочення площ виноградників та обсяги виробництва виноматеріалів. Незважаючи на це, розвиток винного туризму суттєво впливає на рівень соціально-економічного розвитку виноробних регіонів і країни у цілому, є важливим складником агропромислового комплексу України. Динаміку обсягів виробництва та споживання вина в Україні за 2012–2019 рр. наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка обсягів виробництва та споживання вина в Україні за 2012–2019 рр.

Рік	Обсяг виробництва вина, млн літрів	Обсяг споживання вина млн літрів
2012	295,6	264,7
2013	170,0	186,8
2014	125,1	113,5
2015	117,2	86,6
2016	72,7	65,6
2017	64,7	53,8
2018	65,6	77,2
2019	66,4	68,0

Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України [4]

Згідно з даними табл. 2, починаючи з 2012 р. зменшуються обсяги виробництва вина. У 2013 р. було вироблено 170 млн літрів вина, а це майже

вдвічі (42,5%) менше порівняно з 2012 р. Станом на 2019 р. цей показник становить лише 66,4 млн літрів, тобто 22,5% від загального обсягу за 2012 р. Ми вважаємо, що такий різкий спад обсягу виробництва винної продукції пов'язаний з анексією Криму, оскільки на території АРК до 2013 р. вироблялося до 35% від загального обсягу по Україні. Причиною скорочення обсягів виробництва вина, на нашу думку, може бути імпорт дешевої продукції з невисокими показниками якості, оскільки вона стала серйозним конкурентом вітчизняного винного бізнесу.

Доцільно припустити, що енотуризм – новий вид спеціалізованого тематичного туризму, який є конкурентом розважального та зеленого туризму. Необхідно стимулювати просування української виноробної продукції на світовий і європейський ринки різними методами, у тому числі за допомогою винних турів усередині самої країни, які розширюватимуть уявлення про українське виноградарство та виноробство як для вітчизняних, так і для іноземних туристів (споживачів). З іншого боку, винний туризм може стати додатковою статтею доходів для місцевих і державного бюджетів України.

Слід також зауважити, що серед безлічі вигід, які несе енотуризм виробникам вина, на особливу увагу заслуговує виникнення у туристів (споживачів вина) прихильності до певного виду вина, виробленого в конкретному місці. Це сприяє не лише зростанню продажу вина і, відповідно, зростанню доходів виробника, а й дає можливість виникнення безпосереднього контакту між туристом і виробником (минаючи численних посередників), можливість отримання від туриста важливої інформації, що стосується оцінки пропонованого вина. Щодо втрат, пов'язаних із винним туризмом, які виникають серед виробників, можна відзначити додаткові фінансові витрати, пов'язані з прийомом туристів (головним чином, у зв'язку з необхідністю вкладення неминучих інвестицій), а також утратою часу.

Енотуризм має також певне культурне значення. З точки зору туриста такий вид подорожей дає йому змогу пізнати традиції виноробства, які сягають корінням в античні часи. Стосуються вони не тільки способів обробітку винограду і виробництва вина, а й різних звичаїв, пов'язаних зі збором винограду, його переробкою на сік і т. д. Своєю чергою, з погляду регіонів і місцевостей, в яких вирощується виноград, інтерес туристів до вина і виноробства дає змогу зберегти ці звичаї. Не слід забувати, що з вирощуванням винограду пов'язаний характерний тип «культурного пейзажу», на який накладаються не тільки виноробство, а й певний тип міської забудови, планування споруд і будівель. Тим самим можна сказати, що винний туризм сприяє підтримці і зміцненню культурного пейзажу.

Вино і подорожі завжди були тісно пов'язані, адже пригощання гостей національними напоями, передусім вином, є елементом гостинності практично в усіх народів світу [5]. Фахівців-виноробів та організаторів туристичного бізнесу об'єднує той факт, що вино – це мистецтво, яке по праву можна вважати культурною спадщиною і необхідно зберігати для прийдешніх поколінь. Але, на жаль, сьогодні винні тури недостатньо широко представлені на українському туристичному ринку, а також існує низка проблем, які перешкоджають розвитку та просуванню винних турів на європейський та світовий ринки. Основними проблемами в просуванні українських винних турів є:

- низький рівень інформатизації туристичного бізнесу;
- ліцензування виноробного бізнесу;
- винні тури – продукт поки що немасовий і специфічний, вони переважно цікаві суто фахівцям – сомельє або людям, пов'язаним із ресторанним бізнесом;
- нераціональне використання ресурсного потенціалу рекреації і туризму;
- відсутність узгодженої маркетингової діяльності у сфері туризму.

Для вирішення наведених вище проблем необхідно пропонувати винні тури по Україні для всіх туристів, як іноземних, так і вітчизняних; розробляти інноваційні підходи до організації енотурів, налагодити маркетингову діяльність у сфері туристичного бізнесу; належно оцінювати ресурсний потенціал рекреаційних регіонів України, а також розглядати винний туризм як принципово новий напрям туристичної галузі України.

Виноробний туризм базується на використанні природних, соціально-економічних умов, а також етнічних особливостей різних регіонів України, де є виноградарсько-виноробні господарства та заводи, що спеціалізуються на випуску виноробної продукції [5].

В Україні налічується низка регіонів, які характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Саме у цих регіонах доцільно організовувати енотури.

Розглядаючи виноробну сферу України за кількістю виробленого вина у процентному співвідношенні (рис. 1), можна визначити, що основні виноробні підприємства розташовані в Одеській (50%), Закарпатській (20%), Херсонській (15%) та Миколаївській (9%) областях. Ми вважаємо, що саме ці регіони є найбільш перспективними для розвитку енотуризму, оскільки вони якнайкраще підходять для розвитку та просування винного туризму, є центрами розвитку винного туризму в Україні, в них наявні необхідна туристична інфраструктура

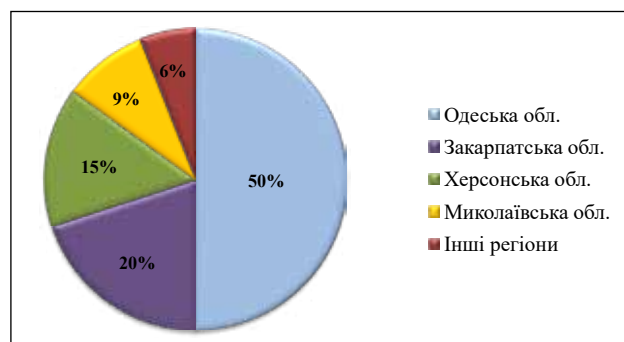


Рис. 1. Розподіл виробництва вина по регіонах України у 2019 р.

Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України [4]

та гарно розвинений виноробний комплекс із власними виробниками, марками та брендами.

За даними асоціації «Виноградари і винороби України» [6], в Одеській області вирощується в середньому половина українського винограду, і на цей же регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найбільш відомими виноробними підприємствами Півдня України вважаються «Одесавинпром» та «Одеський коньячний завод». Більша частина продукції виготовляється великими підприємствами, одне з яких – ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо». Щомісяця «Шабо» випускає близько 1 млн пляшок вина та 1,6 млн пляшок коньяку. Підприємство працює переважно на власній сировині, а в разі нестачі закуповує виноград у місцевих фермерів.

Херсонщина – благодатна і своєрідна виноробна область України. Природні умови тут дуже сприятливі для обробки виноградної культури, а специфічні ґрунтово-кліматичні умови місцевості дають змогу виробляти як тонкі, ніжні, свіжі столові, так і досить екстрактивні десертні вина [7]. Основним винним виробником Херсонської області є АТ «Князь Трубецької», що виробляє марочні сухі таврійські вина.

Миколаївська область представлена заводом «Коблево», який вважається одним із потужних виноробних підприємств України. Завод був побудований у 1982 р. та налічує у своєму володінні понад 2 500 га виноградних плантацій [7]. Також у Миколаївській області випускається винна продукція АТ «Радсад», добре відома як в Україні, так і за кордоном.

Регіоном із найбільш стійкими традиціями виноградарства та виноробства є Закарпаття. Тут на відміну від південних регіонів практично немає великих підприємств. Велика частина виробних потужностей розташована у радгоспах або приватних садибах. У рік такі підприємства виробляють від 1 тис до 25–30 тис літрів вина, а площі, які задіяні під виноградні плантації, становлять від 0,2 до 7 га. Серед відомих виноробних госпо-

дарств – орендне підприємство «Ужгородський коньячний завод», АПТП «Бобовище», ДП АПФ «Леанка» [7].

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що Україна володіє чималими туристичними можливостями і ресурсами для організації виноробного туризму. Для підвищення ефективності розвитку енотуристичного напрямку в Україні необхідно [8]:

- на державному рівні врегулювати законодавчі питання, що стосуються якості продукції, відповідності її міжнародним стандартам, та податкові питання, що стосуються акцизних зборів для виробників вин;

- створити інформативні багатомовні джерела інформації (карти, буклети, путівники по винних маршрутах і провідних винних підприємствах) для їх подальшого поширення серед дипломатичних і торгових представництв, туристів, що подорожують Україною;

- популяризувати серед громадян України культуру споживання вина;

- з урахуванням досвіду країн – лідерів даного виду туризму за державної підтримки розробити та втілити регіональні та національні програми розвитку винного туризму в Україні;

- розробити програми навчальних семінарів та майстер-класів із питань організації винних маршрутів, спеціалізованих атракцій, професійних та споживчих дегустацій тощо.

Таким чином, утілення всіх пропозицій щодо розвитку винного туризму в Україні сприятиме кількісному та якісному зростанню країни, забезпечуючи стимулювання економічного розвитку виноробних регіонів, підвищення економічної ефективності діяльності виноробних підприємств, зростання соціально-культурного рівня суспільства.

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження варто зазначити, що Україна має у своєму розпорядженні значні ресурси для організації та розвитку енотуризму. Кожен виноробний район виділяється своїми природними і соціально-економічними умовами формування. У чотирьох виноградарсько-виноробних регіонах України (Одеська, Миколаївська, Херсонська і Закарпатська області) є об'єкти, що відрізняються своєю індивідуальністю і виробляють певні марки вин. Для якнайшвидшого та ефективного розвитку винного туризму необхідне створення інституційних важелів формування конкурентних переваг винних турів на рівні регіонів, областей і держави у цілому, а також упровадження кредитно-фінансових механізмів підтримки малого і середнього бізнесу як у сфері виноградарства та виноробства, так і у сфері туристичних і готельних послуг.

Європейський досвід функціонування винних готелів може бути корисним для українських готе-

льєрів, і за сприятливих факторів український винний туризм може досягти європейського конкуруючого рівня.

Необхідно стимулювати просування української виноробної продукції на світовий та європейський ринки різними методами, у тому числі за допомогою винних турів усередині самої країни, які розширюватимуть уявлення про українське виноградарство та виноробство як для вітчизняних, так і для іноземних туристів (споживачів). Енотуризм як інновація в готельному бізнесі може стати додатковою статтею доходів для місцевих та державного бюджетів України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Винний туризм : підручник / С.В. Іванов та ін. Кам'янець-Подільський : ФОР Сисин О.В., 2012. 472 с.
2. Басюк Д.І. Теоретико-методологічні основи управління розвитком винного туризму в Україні : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка і управління національним господарством» ; НУХТ. Київ, 2015. 42 с.
3. Іщенко Т.І., Шидловська О.Б., Шолудько Ю.В. Винні готелі – новітній напрямок в індустрії гостинності України. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2013. №52. С. 42–47. URL : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/14214> (дата звернення: 03.11.2020).
4. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 03.11.2020).
5. Губська А.В. Новітні різновиди туризму в Україні: винний туризм. *Матеріали XI Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції «Сталлий розвиток міст»*, м. Харків, 24–26 квітня 2018 р. Ч. 4. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. 316 с. URL : https://eprints.kname.edu.ua/49621/1/ilovepdf_com-115-116.pdf (дата звернення: 03.11.2020).
6. Офіційний сайт асоціації виноградарів і виноробів України. URL : <http://awwu.org.ua> (дата звернення: 04.11.2020).
7. Пергат А.П. Винный туризм Украины как составляющая винных туров Европы. *Культура народов Причерноморья*. 2013. № 248. С. 85–89. URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/91211> (дата звернення: 04.11.2020).
8. Матвеев В.В. Винный туризм как рекламный фактор та інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. Вип. 10(4). С. 29–31. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_10\(4\)_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_10(4)_8) (дата звернення: 04.11.2020).

REFERENCES:

1. Ivanov S.V., Domareckyj V.O., Basjuk D.I. та in. (2012) *Vynnyj turyzm : pidruchnyk dlja studentiv vyshnykh navchalnykh zakladiv* [Wine tourism: a textbook for students of higher educational institutions]. Kam'janecj-Podiljskij : FOP Sysyn O. V. (in Ukrainian)

2. Basjuk D.I. (2015) Teoretyko-metodologichni osnovy upravlinnja rozvytkom vynnogho turyzmu v Ukraini [Theoretical and methodological bases for management of wine tourism development in Ukraine]. Doctor's thesis. Kyiv: NUFT (in Ukrainian)

3. Ishhenko T.I., Shydlovsjka O.B., Sholudjko Ju.V. (2013) Vynni ghoteli – novitnij naprjamok v industriji ghostynnosti Ukrainy [Wine hotels – the latest trend in the hospitality industry of Ukraine]. Naukovi praci Nacionaljnogho universytetu kharchovykh tekhnologij (electronic journal), vol. 13, no. 52, pp. 42-47. Available at: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/14214> (accessed 3 November 2020).

4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) Pereroblennya vynuohradu na vynomaterialy [Processing of grapes into wine materials]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 3 November 2020).

5. Ghubsjka A.V. (2018) Novitni riznovydy turyzmu v Ukraini: vynnyj turizm [The newest types of tourism in Ukraine: wine tourism]. Proceedings of the Materialy XI Vseukrajinsjkoji studentsjkoji naukovo-tekhnicnoji konferenciji «Stalyj rozvytok mist» (Ukraine, Kharkiv, April 24-28), Kharkiv: KhNUMGh im. O.M. Beketova, pp. 114-115.

Available at: https://eprints.kname.edu.ua/49621/1/ilove-pdf_com-115-116.pdf (accessed 3 November 2020).

6. Oficijnyj sajt asociaciji vynoghradariv i vynorobiv Ukrainy (2020) [Official site of the Association of Winegrowers and Winemakers of Ukraine]. Available at: <http://awwu.org.ua> (accessed 4 November 2020).

7. Pergat A.P. (2013) Vinnyy turizm Ukrainy, kak sostavlyayushchaya vinnykh turov Evropy [Wine tourism of Ukraine as part of European wine tours]. Proceedings of the Kul'tura narodov Prichernomor'ya (electronic journal), vol. 7, no. 248, pp. 85-89. Available at: <http://dspace.nbuuv.gov.ua/handle/123456789/91211> (accessed 4 November 2020).

8. Matvejev V.V. (2015) Vynnyj turizm jak reklamnyj faktor ta instrument dlja stymuljuvannja rozvytku konkurentnogho potencialu vynorobnykh pidprijemstv Ukrainy [Wine tourism as an advertising factor and a tool to stimulate the development of the competitive potential of Ukrainian wineries]. Naukovyj visnyk Khersonsjkogho derzhavnogho universytetu (electronic journal), serija: Ekonomichni nauky, vol. 10, no. 4, pp. 29-31. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_10\(4\)_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_10(4)_8) (accessed 4 November 2020).

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

SYSTEMATIZATION OF FACTORS OF INFLUENCE ON INVESTMENT ACTIVITY OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES

УДК 330.322:656.07

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-27>

Овчиннікова В.О.

д.е.н., доцент,
професор кафедри економіки
та управління виробничим
і комерційним бізнесом
Український державний університет
залізничного транспорту

Дудін Д.Д.

студент
Український державний університет
залізничного транспорту

Дьякова Н.М.

студент
Український державний університет
залізничного транспорту

Ovchynnikova Viktoriia

Ukrainian State University of Railway
Transport

Dudin Dmytro

Ukrainian State University of Railway
Transport

Diakova Natalia

Ukrainian State University of Railway
Transport

У статті встановлено, що нині підприємства залізничного транспорту відчувають гостру нестачу фінансових ресурсів і мають обмежені інвестиційні можливості не тільки для забезпечення перспективного інноваційного розвитку, але й для покриття поточних витрат, особливо в сегменті пасажирських перевезень, що мають збитковий характер. Проведений аналіз інвестиційної діяльності підприємств залізничного транспорту дав змогу систематизувати фактори впливу на їх інвестиційну діяльність на сучасному етапі їх розвитку, виділити фактори глобального, національного та галузевого рівнів. На особливу увагу заслуговують фактори галузевого рівня, які систематизовано за такими групами: організаційно-управлінські, виробничі, інноваційно-технологічні, фінансово-кредитні, інтелектуально-кадрові, інформаційні, інституціональні, бізнес-фактори, маркетингові. Це в перспективі дасть змогу виявити поточні та потенційні напрями інвестиційної політики, а також можливі джерела інвестиційного забезпечення їх реалізації.

Ключові слова: підприємства залізничного транспорту, інвестиції, інвестиційна діяльність, фактори, систематизація, інвестиційні можливості.

В статье установлено, что в настоящее время предприятия железнодорожного

транспорта испытывают острую нехватку финансовых ресурсов и имеют ограниченные инвестиционные возможности не только для обеспечения перспективного инновационного развития, но и для покрытия текущих расходов, особенно в сегменте пассажирских перевозок, имеющих убыточный характер. Проведенный анализ инвестиционной деятельности предприятий железнодорожного транспорта позволил систематизировать факторы влияния на их инвестиционную деятельность на современном этапе их развития, выделить факторы глобального, национального и отраслевого уровней. Особого внимания заслуживают факторы отраслевого уровня, систематизированные по таким группам: организационно-управленческие, производственные, инновационно-технологические, финансово-кредитные, интеллектуально-кадровые, информационные, институциональные, бизнес-факторы, маркетинговые. Это в перспективе позволит выявить текущие и потенциальные направления инвестиционной политики, а также возможные источники инвестиционного обеспечения их реализации.

Ключевые слова: предприятия железнодорожного транспорта, инвестиции, инвестиционная деятельность, факторы, систематизация, инвестиционные возможности.

In the article found that the railway enterprises are currently experiencing an acute shortage of financial resources and have limited investment opportunities not only to ensure promising innovative development, but also to cover current costs, especially in the segment of passenger traffic, which is unprofitable. Summarizing all the above, it should be noted that the operation of railway transport enterprises is currently taking place in difficult conditions due to the influence of both external threatening trends and internal crises. Not the least role in deepening the crisis of railway transport enterprises is played by the imperfection of the business process management system at enterprises against the background of slowing down reform processes and deepening the shadow nature of their implementation. The railway company is experiencing an acute shortage of financial resources and has limited investment opportunities not only to ensure promising innovative development, but also to cover current costs, especially in the segment of passenger traffic, which is unprofitable. The investment management system remains imperfect, which is characterized by the residual nature of the allocation of funds to meet investment needs, a high level of centralization of management, lack of strategic and program initiatives for investment activities of railway enterprises, uncertainty of investment needs and opportunities for their development. The analysis of investment activity of railway transport enterprises carried out in the article allowed systematizing the factors of influence on their investment activity at the present stage of their development, it was allocated – global, national and branch levels. The factors influencing the investment activity of railway transport enterprises of the branch level deserve special attention, which are systematized by the following groups: organizational-managerial, production, innovation-technological, financial-credit, intellectual-personnel, informational, institutional, business factors, marketing. In the long run, this will allow identifying current and potential directions of investment policy, as well as possible sources of investment support for their implementation.

Key words: railway transport enterprises, investments, investment activity, factors, systematization, investment opportunities.

Постановка проблеми. АТ «Укрзалізниця» як найбільше підприємство залізничного транспорту та одне з масштабних підприємств у країні значною мірою впливає на рівень економічного розвитку держави, створюючи базис для формування та зміцнення транспортно-виробничих взаємозв'язків, задоволення потреб населення у перевезеннях (у 2019 р. залізничним транспортом забезпечено близько 80% вантажообігу і 32% пасажирообороту країни [1]). Також АТ «Укрзалізниця» виконує низку важливих соціальних функцій, здійснюючи перевезення пільгових категорій населення, створюючи робочі місця для

населення, забезпечуючи реалізацію соціальних проєктів на регіональному та національному рівнях. Варто також відзначити важливу роль підприємств залізничного транспорту у формуванні ВВП країни, наповненні державного та місцевого бюджетів, створенні робочих місць для українського населення. Отже, АТ «Укрзалізниця» є одним з найбільших роботодавців України: її кадровий склад становить понад 260 тис. співробітників, або 1,6% від загальної кількості працюючих у країні. Завдяки діяльності товариства забезпечується формування близько 2,6% ВВП України [2].

Попри цей факт, залізнична компанія відчуває гостру нестачу фінансових ресурсів і має обмежені інвестиційні можливості не тільки для забезпечення перспективного інноваційного розвитку, але й для покриття поточних витрат, особливо в сегменті пасажирських перевезень, що мають збитковий характер, тому варто провести аналіз інвестиційної діяльності підприємств залізничного транспорту задля систематизації факторів впливу на цей вид діяльності, що в перспективі дасть змогу виявити поточні та перспективні напрями інвестиційної політики, а також потенційні джерела інвестиційного забезпечення їх реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення проблематики фінансового та інвестиційного забезпечення розвитку підприємств залізничного транспорту викликає зацікавлення багатьох учених, таких як О. Андрєєва, В. Дикань, О. Дикань, Г. Ейтутіс, Ю. Єлагін, М. Кондратюк, М. Корінь, В. Овчиннікова, Ю. Плугіна, І. Токмакова [3–10]. Науковцями досліджено питання обмеженості фінансових ресурсів підприємств залізничного транспорту, пошуку перспективних джерел їх інвестування, розроблення дієвих механізмів і моделей інвестиційного забезпечення розвитку залізничного транспорту.

Віддаючи належне науковим здобуткам у сфері фінансового та інвестиційного забезпечення розвитку залізничного транспорту, відзначаємо, що потребує детального аналізу діяльність підприємств залізничного транспорту з позиції оцінювання достатності та ефективності реалізації інвестиційних ресурсів, систематизації внутрішніх та зовнішніх факторів, які здійснюють негативний вплив на інвестиційні процеси, а також визначення ключових пріоритетів інвестиційної політики та виявлення найбільш нагальних напрямів інвестування задля підтримки наявного стану й забезпечення стратегічного розвитку підприємств залізничного транспорту.

Постановка завдання. Метою статті є здійснення аналізу інвестиційної діяльності підприємств залізничного транспорту, систематизація факторів впливу на цей вид діяльності.

Вклад основного матеріалу дослідження. Залізничний транспорт нині перебуває в досить скрутному становищі, що викликано насамперед поступовою втратою домінуючих позицій на вітчизняному ринку транспортно-логістичних послуг. На фоні суттєвого зниження якості залізничних перевезень і погіршення прозорості та прогнозованості тарифної політики АТ «Укрзалізниця» відбулися зниження лояльності клієнтів компанії та їх переорієнтація на користування іншими видами транспорту, зокрема автомобільним та річковим. За останні 10 років спостерігаються значне зниження обсягів перевезення вантажів залізничним транспортом і падіння його вантажообігу. Отже,

у 2019 р. залізничним транспортом перевезено 322,3 млн. т вантажів, що на 5,1% нижче попереднього року і на 35,4% менше порівняно з 2009 р. Початок 2020 р. також ознаменувався зниженням обсягів перевезень вантажів: за перший квартал поточного року їх розмір знизився на 2,6% порівняно з аналогічним періодом 2019 р. [1].

Найбільшу питому вагу в загальному обсязі перевезень вантажів мають внутрішні перевезення, адже їх частка складає 48,1% (154,9 млн. т). Питомий вклад експортних, імпортних та транзитних перевезень досяг рівня 33,3% (107,4 млн. т), 13,5% (43,6 млн. т) і 5,1% (16,4 млн. т) відповідно. Варто відзначити, що порівняно з аналогічними показниками 2018 р. скорочення обсягів перевезень вантажів відбулося за всіма видами сполучень: внутрішні перевезення зменшилися на 3,1%, експорт – на 7,5%, імпорт – на 0,6%, транзит – на 16,4% [2]. Стосовно динаміки вантажообігу залізничного транспорту за цей період слід зазначити, що якщо у 2008 р. його значення сягало позначки 256,9 млрд. т-км, то у 2018 р. – 186,3 млрд. т-км (падіння на 2,9% порівняно з попереднім роком і на 27,5% відносно 2008 р.) Значне схвилювання викликає той факт, що у 2014–2015 рр. залізничним транспортом було перевезено 82% вантажів, а у 2019 р. цей показник скоротився до рівня 70% [11]. Отже, попри наявність споживчого попиту на вантажні перевезення, АТ «Укрзалізниця» не здатна повноцінно реагувати на потреби бізнесу. Це зумовлено насамперед обмеженістю технічного ресурсу залізничного транспорту, погіршенням стану рухомого складу й залізничної інфраструктури, поглибленням техніко-технологічної відсталості виробничо-ремонтної бази, погіршенням оборотності вантажних вагонів, недосконалістю організаційно-управлінських процесів, відсутністю необхідного обсягу капіталовкладень у залізничну галузь.

Стосовно розвитку сектору пасажирських перевезень також варто відзначити скорочення обсягових показників роботи залізничного транспорту. Це значною мірою зумовлено тим, що, попри зростання попиту пасажирів на залізничні перевезення, «Українська залізниця» не в змозі забезпечити його повноцінне задоволення як за кількісними, так і за якісними показниками. Отже, у 2019 р. залізничним транспортом було перевезено 158,0 млн. осіб, що на 4,2% менше значення 2018 р. і на 64,5% нижче показника 2009 р. Динаміка пасажирообороту залізничного транспорту також є невтішною: за останні 10 років його значення скоротилося майже вдвічі (на 46,2% у 2019 р. порівняно з 2009 р.).

У цьому аспекті слід зазначити, що пасажирів неодноразово скаржилися на якість залізничних перевезень. Зокрема, значне невдоволення пасажирів викликають такі проблеми, як відсутність місць

за популярними напрямками і стан пасажирських вагонів: застарілий та морально зношений рухомий склад; низька швидкість поїздів і рівень безпеки перевезення; відсутність у більшості вагонів системи кондиціювання; незадовільний санітарно-гігієнічний стан; неякісна та непридатна постільна білизна. Ще більшого загострення це питання набуло внаслідок підвищення тарифів на перевезення за їх незмінної якості, а за деякими напрямками курсування поїздів – її значного погіршення.

Попри негативні тенденції скорочення обсягів вантажних і пасажирських перевезень залізничним транспортом останніми роками, АТ «Укрзалізниця» прогнозує значне покращення попиту на залізничні перевезення в майбутньому. Отже, в опублікованій стратегії розвитку компанії на 2019–2023 рр. розкрито базовий та оптимістичний прогнози зміни обсягів перевезень залізничним транспортом. Відповідно до базового сценарію прогнозу розвитку компанії до 2030 р., очікується збільшення потреби в залізничних перевезеннях на 17,4% порівняно з даними 2019 р. В оптимістичному прогнозі враховано можливість нарощення обсягів перевезень на 48,3%.

Важливо зазначити, що стратегія містить прогнозування зміни не тільки загального обсягу перевезень залізничного транспорту, але й за видами сполучення й багажу. У цьому аспекті слід підкреслити, що базою для представлення прогнозу стало врахування впливу таких факторів, як зміна обсягу споживання сировинних ресурсів, промислової та сільськогосподарської продукції; стратегічні напрями розвитку галузей, залежних від залізничного транспорту; можливість переорієнтації транзитних вантажопотоків; підвищення обсягів мультимодальних перевезень; відновлення залізничного сполучення з деякими територіями Донецької та Луганської областей [12].

Однак слід зазначити, що нині залізничною компанією не створено належного інноваційно-технологічного, технічного, виробничо-ремонтного та кадрового базису забезпечення таких обсягових та якісних темпів зростання. Однією з ключових перешкод розвитку залізничного транспорту, яка й досі не отримала належного вирішення, залишається фізично застарілий та морально зношений рухомий склад «Української залізниці». Отже, з кожним роком обсяг списання не придатних для експлуатації локомотивів і вагонів постійно зростає. За 2009–2019 рр. локомотивний парк скоротився на 19,3%, вагонний парк – на 20,5%, зокрема вантажних вагонів – на 19,1%, пасажирських вагонів – на 43,4%. Окрім цього, погіршуються якісні показники використання рухомого складу, що відображає неефективний характер діяльності залізничного транспорту загалом. Зокрема, середньодобова продуктивність локомотива у 2019 р. порівняно з 2009 р. збільшилась лише на 2,5% (відносно

2018 р. вона зменшилась на 13,6%); середньодобова продуктивність вантажного вагону знизилась на 33,0% (на 8,5%); середній час обігу вантажного вагону виріс на 71,4% (на 11,8%); середній простій вагону під вантажною операцією зріс на 72,9% (на 7,7%). Варто відзначити, що такі зміни, особливо критичне погіршення оборотності вантажних вагонів і зростання часу їх простою під технологічними операціями, зумовлюють підвищення операційних витрат діяльності залізничного транспорту й зниження дохідності перевезень.

Щодо запланованих та фактичних обсягів закупівлі нового тягового рухомого складу слід відзначити, що, відповідно до Комплексної програми оновлення рухомого складу України на 2008–2020 роки, було заплановано закупівлю 765 вантажних та 442 пасажирських електровозів і 125 пасажирських тепловозів [13]. Зокрема, у 2008–2010 рр. планувалось придбати 146 електровозів і 26 тепловозів. Однак з огляду на власні фінансові можливості залізниці було закуплено лише 45 електровозів (у 2008 р. – 34 од., у 2009 р. – 4 од., у 2010 р. – 7 од.) і 4 тепловози (у 2008 р.).

У подальшому, згідно з програмною ініціативою на 2012–2016 рр., передбачалася закупівля 509 локомотивів, зокрема у 2012 р. – 66 од., у 2013 р. – 104 од., у 2014 р. – 110 од., у 2015 р. – 114 од., у 2016 р. – 115 од. Така потреба була зумовлена нагальною необхідністю оновлення парку тягового рухомого складу, який, за попередніми розрахунками, мав скоротитися на 195 електровозів та 340 тепловозів протягом 2011–2015 рр. Однак у 2012 р. було придбано лише 4 електровози, у 2013 р. – 9 електровозів та 1 тепловоз, за 2014–2017 рр. відсутня інформація про здійснення таких закупівель, у 2018–2019 рр. закуплено 30 тепловозів у рамках контракту з американською корпорацією “General Electric”. До кінця поточного року планується придбати ще 5 тепловозів цієї компанії. Стосовно майбутніх планів на закупівлю нового тягового рухомого складу слід зазначити, що у 2020 р. заплановано придбати 42 локомотиви, у 2021 р. – 38 од., у 2022 р. – 40 од., у 2023–2024 рр. – по 55 од. щорічно, у 2025 р. – 45 од. Загалом парк тягового рухомого складу має поповнитися на 310 од., з яких 90 од. складають пасажирські локомотиви, 70 од. – вантажні локомотиви, решта 150 од. – електровози різного типу. Інвестиційні потреби за цим напрямом оцінюють майже в 50 млрд. грн. [14; 15].

Підсумовуючи все вищесказане, зазначаємо, що функціонування підприємств залізничного транспорту нині відбувається в складних умовах, зумовлених впливом як зовнішніх загрозливих тенденцій, так і внутрішніх кризових явищ. Не останню роль у поглибленні кризового стану підприємств залізничного транспорту відіграє недосконалість системи управління бізнес-процесами

на підприємствах на фоні сповільнення реформацийних процесів і поглиблення тіньового характеру їх реалізації. Недосконалою залишається система управління інвестиційною діяльністю, яка характеризується залишковим характером виділення коштів на задоволення інвестиційних потреб, високим рівнем централізації управління, відсутністю стратегічних і програмних ініціатив розвитку інвестиційної діяльності підприємств залізничного транспорту, невизначеністю інвестиційних потреб і можливостей їх розвитку тощо. Зважаючи на зазначене, виділимо фактори глобального, національного та галузевого рівнів, які здійснили найбільш вагомий вплив на інвестиційну діяльність підприємств залізничного транспорту на сучасному етапі їх розвитку. Серед факторів глобального рівня слід акцентувати увагу на таких: посилення міжнародного співробітництва підприємств у сфері транспортно-логістичного обслуговування; підвищення рівня інтелектуально-інноваційного розвитку суб'єктів ринку транспортно-логістичних послуг; розбудова міжнародної транспортно-логістичної інфраструктури; посилення тенденцій глобалізації та інтеграції транспортно-логістичних компаній; підвищення ролі маркетингових, зокрема комунікаційних, стратегій у завоюванні конкурентних позицій підприємств на ринку; масштабна інтелектуалізація та інформатизація ринку транспортно-логістичних послуг; нівелювання законодавчих, митних, інфраструктурних та інших бар'єрів розвитку транскордонного транспортно-логістичного співробітництва; впровадження принципів соціально відповідального господарювання бізнес-структур; збільшення обсягів інвестицій у реалізацію інфраструктурних проєктів; цифровізація бізнес-процесів; реалізація спільних проєктів розвитку міжнародної транспортно-логістичної інфраструктури; активізація процесів інтернаціоналізації і диверсифікації бізнесу.

До факторів національного рівня варто віднести такі: політична нестабільність у суспільстві; загальний кризовий стан національної економіки; високий рівень боргових зобов'язань держави; несприятливий інвестиційний клімат; недосконалість національного законодавства у сфері управління інвестиційною діяльністю; девальвація курсу національної валюти; високий рівень корупції та хабарництва; підвищення рівня інфляції; підвищення вартості паливно-енергетичних ресурсів; висока вартість банківського кредитування; зниження інвестиційної привабливості національної економіки; посилення податкового тиску; дефіцит бюджету; декларативний характер реалізації стратегічних і програмних ініціатив соціально-економічного розвитку країни; високий рівень злочинності й тіньового впливу кримінальних груп; низька дієвість інституцій стимулювання та залучення інвестицій до національної економіки; фіс-

кальний характер податкової системи; державне регулювання тарифної політики; недосконалість механізму пільгового оподаткування підприємств соціально значущих галузей економіки.

На особливу увагу заслуговують фактори впливу на інвестиційну діяльність підприємств залізничного транспорту галузевого рівня, які систематизовано за такими групами:

1) організаційно-управлінські фактори, серед яких виділено асиметричний характер локального формування інвестиційних ресурсів залізничного транспорту й централізовано-розподільного методу їх використання; фрагментарний характер управління інвестиційними процесами на підприємствах залізничного транспорту; недосконалість процесів управління життєвим циклом інфраструктурних проєктів; збереження перехресного субсидювання пасажирських перевезень залізничного транспорту; недосконалість системи управління бізнес-процесами; відсутність стратегії управління інвестиційною діяльністю підприємств залізничного транспорту; уповільнення процесів реформування залізничної галузі; тіньовий характер формування тарифів на залізничні перевезення й ціноутворення на інші послуги;

2) виробничі фактори, які включають високий рівень фізичного та морального зносу залізничної інфраструктури й рухомого складу; неналежний рівень матеріально-технічного забезпечення підприємств; високу вартість матеріалів, запчастин, вузлів та агрегатів для задоволення потреб виробничо-ремонтного господарства; зношеність і технічну застарілість виробничо-ремонтної бази залізничного транспорту;

3) інноваційно-технологічні фактори, які пов'язані з низьким рівнем впровадження інноваційних технологій у галузі; відсутністю цифрових інтелектуально-інноваційних технологій; складністю експлуатації рухомого складу іноземного виробництва; нерозвиненістю власної інноваційної інфраструктури; недосконалістю інноваційного середовища для генерації та комерціалізації інноваційних ідей; застарілістю та незадовільним станом засобів залізничної автоматики, телемеханіки та зв'язку;

4) фінансово-кредитні фактори, до яких належать обмеженість власних фінансових ресурсів; нерозвиненість сучасних форм фінансування; низька рентабельність залізничних перевезень; збитковість пасажирських перевезень; низький кредитний рейтинг; неефективна амортизаційна політика; зависока вартість залучених коштів та їх подальшого обслуговування;

5) інтелектуально-кадрові фактори, які включають відсутність сприятливих умов для реалізації інтелектуального потенціалу персоналу; неефективність кадрової політики; низький рівень соціальної захищеності працівників; відтік висо-

кокваліфікованого персоналу; недосконалість корпоративної культури; недосконалість і низьку дієвість системи мотивації працівників до високо результативної праці; неуккомплектованість кадрів, зокрема робітничих професій; низький рівень оплати праці персоналу;

6) інформаційні фактори, серед яких виділено низький рівень інформаційної безпеки; недосконалість і застарілість інформаційно-комунікаційних технологій співпраці з ключовими стейкхолдерами; низький рівень захисту комерційної інформації; незадовільний рівень використання сучасних інформаційних технологій; функціональну обмеженість корпоративної інформаційної системи;

7) інституціональні фактори, які пов'язані з недосконалістю механізму компенсації пільгових пасажирських перевезень органами державної влади та місцевого самоврядування; нерозвиненістю форм міжгалузевої співпраці залізничного транспорту; декларативним характером відносин органів влади та підприємств залізничного транспорту;

8) бізнес-фактори, які включають нерозвиненість форм співфінансування інвестиційних проєктів розвитку залізничного транспорту за участю бізнес-партнерів; недосконалість системи публичних закупівель і дискримінаційний характер оцінювання тендерних пропозицій; незадовільний рівень прозорості операційної та інвестиційної діяльності підприємств залізничного транспорту;

9) маркетингові фактори, до яких віднесено погіршення лояльності споживачів до послуг залізничного транспорту; посилення незадоволеності споживачів якістю послуг залізничного транспорту; недосконалість діалогової взаємодії та неефективність комунікацій зі споживачами.

Висновки з проведеного дослідження. Варто зазначити, що нині погіршення інвестиційних можливостей підприємств залізничного транспорту зумовлено впливом низки негативних факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. У таких умовах активізація інвестиційних процесів у залізничній галузі значною мірою залежить від створення передумов для формування та розвитку інвестиційного потенціалу підприємств залізничного транспорту, що передбачає безпосередньо формування сприятливого середовища для залучення інвестицій і підвищення інвестиційної привабливості підприємств галузі для потенційних вітчизняних та закордонних інвесторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Статистична інформація / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.08.2020).
2. Інтегрований звіт АТ «Укрзалізниця» за 2018 р. / АТ «Укрзалізниця». URL: <https://uz.gov.ua/about/investors> (дата звернення: 07.06.2020).

3. Андреева О. Напрями подальшого розвитку інвестиційної діяльності залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 44. С. 255–258.

4. Токмакова І., Дараган О. Сутність та підходи до формування інвестиційної стратегії на підприємствах залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 43. С. 189–193.

5. Дикань В., Єлагін Ю. Перспективи фінансування приміських пасажирських перевезень в умовах акціонування залізничного транспорту. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2016. № 16. С. 46–48.

6. Дикань О. Модель інвестиційного забезпечення впровадження інновацій на промислових підприємствах залізничного транспорту України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 7. Ч. 1. С. 125–130.

7. Ейтутіс Г., Никифорок О., Бойко О. Потенційні джерела інвестування в розвиток залізничного транспорту України: можливості їх диверсифікації. *Економіст*. 2012. № 8. С. 64–69.

8. Корінь М., Кондратюк М., Обруч Г. Інвестиційне забезпечення розвитку залізничного транспорту України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 249–259.

9. Овчиннікова В. Стратегічне управління розвитком залізничного транспорту України : монографія. Харків : УкрДУЗТ, 2017. 427 с.

10. Плугіна Ю. Інвестування як основний інструмент управління інтелектуальним капіталом підприємств залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. Вип. 39. С. 154–157.

11. В Украине продолжает падать объем железнодорожных грузоперевозок – Госстат. *Delo.ua*. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/v-ukraine-prodolzhaet-padat-obem-zheleznodorozhn-352407> (дата звернення: 30.09.2020).

12. Стратегія АТ «Укрзалізниця» на 2019–2023 роки / АТ «Укрзалізниця». URL: <https://www.uz.gov.ua> (дата звернення: 25.08.2020).

13. Укрзалізниця до 2020 року суттєво оновить залізничний рухомий склад. *Урядовий портал*. URL: http://old.kmu.gov.ua/kmu/control/publish/article?art_id=121660263 (дата звернення: 02.09.2020).

14. Железные дороги Украины в 2012–2016 годах закупят 509 локомотивов – госпрограмма. *Интерфакс-Украина*. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/76372.html> (дата звернення: 05.08.2020).

15. «Укрзалізниця» планує закупити до 2025 года 310 новых локомотивов. *Пассажирский транспорт*. URL: <https://traffic.od.ua/news/railua/1212159> (дата звернення: 15.09.2020).

REFERENCES:

1. Statystychna informatsiya. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny [Statistical information. State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 15 August 2020).

2. Intehrovanyy zvit AT "Ukrzaliznytsya" za 2018 r. AT "Ukrzaliznytsya" [Integrated report of JSC "Ukrzaliznytsya" 2018. JSC "Ukrzaliznytsya"]. Available at: <https://uz.gov.ua/about/investors> (accessed 07 June 2020).
3. Andreeva O. (2013) Napryamy podal'shoho rozvytku investytsiynoyi diyal'nosti zaliznychnoho transportu [Directions for further development of investment activity of railway transport]. Bulletin of Transport Economics and Industry, no. 44, pp. 255–258.
4. Tokmakova I., Daragan O. (2013) Sutnist' ta pidkhody do formuvannya investytsiynoyi stratehiyi na pidpryyemstvakh zaliznychnoho transportu [The essence and approaches to the formation of investment strategy in railway transport enterprises]. Bulletin of Transport Economics and Industry, no. 43, pp. 189–193.
5. Dykan V., Yelagin Y. (2016) Perspektyvy finansuvannya prymis'kykh pasazhyrs'kykh perevezen' v umovakh aktsionuvannya zaliznychnoho transportu [Prospects for financing suburban passenger traffic in terms of corporatization of railway transport] Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series "Economics and Management", no. 16, pp. 46–48.
6. Dykan O. (2016) Model' investytsiynoho zabezpechennya vprovadzhennya innovatsiy na promyslovykh pidpryyemstvakh zaliznychnoho transportu Ukrainy [Model of investment support for innovation in industrial enterprises of railway transport of Ukraine]. Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy, no. 7. Ch. 1, pp. 125–130.
7. Eitutis G., Nikiforuk O., Boyko O. (2012) Potentsiyni dzherela investuvannya v rozvytok zaliznychnoho transportu Ukrainy: mozhlyvosti yikh dyversyfikatsiyi [Potential sources of investment in the development of railway transport of Ukraine: opportunities for their diversification]. Economist, no. 8, pp. 64–69.
8. Korin M., Kondratyuk M., Obruch G. (2018) Investytsiynе zabezpechennya rozvytku zaliznychnoho transportu Ukrainy [Investment support for the development of railway transport of Ukraine]. Bulletin of Transport Economics and Industry, no. 62, pp. 249–259.
9. Ovchynnikova V. (2017) Stratehichne upravlinnya rozvytkom zaliznychnoho transportu Ukrainy: monohrafiya [Strategic management of railway transport development of Ukraine: monograph]. Kharkiv: UkrDUZT. 427 p.
10. Plugina Y. (2012) Investuvannya yak osnovnyy instrument upravlinnya intelektual'nym kapitalom pidpryyemstv zaliznychnoho transportu [Investing as the main tool for managing the intellectual capital of railway transport enterprises]. Bulletin of Transport Economics and Industry, no. 39, pp. 154–157.
11. V Ukrainyе prodolzhaet padat' ob'em zheleznodorozhnykh hruzoperevozok [In Ukraine, the volume of rail freight continues to fall – Gosstat]. Available at: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/v-ukraine-prodolzhaet-padat-obem-zheleznodorozhn-352407> (accessed 30 September 2020).
12. Stratehiya AT "Ukrzaliznytsya" na 2019–2023 roky [Strategy of JSC "Ukrzaliznytsya" for 2019–2023]. Available at: <https://www.uz.gov.ua> (accessed 25 August 2020).
13. Ukrzaliznytsya do 2020 roku suttyevo onovyt' zaliznychnyy rukhomyy sklad [By 2020, Ukrzaliznytsya will significantly upgrade its railway rolling stock]. Available at: http://old.kmu.gov.ua/kmu/control/publish/article?art_id=121660263 (accessed 02 September 2020).
14. Zheleznye dorohy Ukrainy v 2012–2016 hodakh zakupyat 509 lokomotyvov – hosprohramma [Railways of Ukraine in 2012–2016 will purchase 509 locomotives – the state program]. Available at: <https://interfax.com.ua/news/economic/76372.html> (accessed 05 August 2020).
15. "Ukrzaliznytsya" planyruet zakupyty do 2025 hoda 310 novykh lokomotyvov [Ukrzaliznytsya plans to purchase 310 new locomotives by 2025]. Available at: <https://traffic.od.ua/news/railua/1212159> (accessed 15 September 2020).

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ КРЕАТИВНИХ ПОСЛУГ ІЗ ПОГЛЯДУ ПОБУДОВИ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ

ANALYSIS OF FEATURES OF CREATIVE SERVICES FROM THE POINT OF VIEW OF BUSINESS STRATEGIES DEVELOPMENT

Проблематика статті стосується необхідності підвищення готовності бізнесу до розвитку у сфері надання креативних послуг, що робить розроблення стратегічних основ роботи на цьому ринку актуальним теоретичним і практичними завданням. Мета дослідження полягає у визначенні основних особливостей креативних послуг, які є важливими для розвитку бізнесу у цій сфері. Визначено, що бізнес у сфері креативних послуг має низку особливостей, які диференціюються залежно від сектору та моделей взаємодії в ньому. Для їх аналізу важливою є класифікація креативних послуг, зокрема автором пропонується варіант. Обґрунтовано, що особливості креативних послуг необхідно розглядати в рамках відповідної бізнес-моделі, зокрема B2B або B2C, а також у контексті можливого міксу вказаних бізнес-моделей. Проведений аналіз дає можливість зробити висновок про наявність супутніх бізнес-вертикалей у рамках бізнес-стратегії у сфері креативних послуг, що зумовлено збільшенням фрагментації серед продавців та покупців та зниженням ефективності існуючих бізнес-систем.

Ключові слова: креативні послуги, стратегія, бізнес, моделі, розвиток.

Проблематика статті стосується необхідності підвищення готовності бізнесу

к розвитку в сфері надання креативних послуг, що робить розроблення стратегічних основ роботи на цьому ринку актуальним теоретичним і практичним завданням. Мета дослідження полягає у визначенні основних особливостей креативних послуг, які є важливими для розвитку бізнесу у цій сфері. Визначено, що бізнес у сфері креативних послуг має низку особливостей, які диференціюються залежно від сектору та моделей взаємодії в ньому. Для їх аналізу важливою є класифікація креативних послуг, зокрема автором пропонується варіант. Обґрунтовано, що особливості креативних послуг необхідно розглядати в рамках відповідної бізнес-моделі, зокрема B2B або B2C, а також у контексті можливого міксу вказаних бізнес-моделей. Проведений аналіз дає можливість зробити висновок про наявність супутніх бізнес-вертикалей у рамках бізнес-стратегії у сфері креативних послуг, що зумовлено збільшенням фрагментації серед продавців та покупців та зниженням ефективності існуючих бізнес-систем.

Ключевые слова: креативные услуги, стратегия, бизнес, модели, развитие.

УДК 658.51

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-28>

Омельяненко О.М.

аспірантка кафедри бізнес-економіки та адміністрування
Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка

Omelyanenko Olena

Sumy State A.S. Makarenko Pedagogical University

The problem of the article concerns the need to increase the readiness of business for development in the field of creative services, which makes the development of strategic foundations in this market relevant theoretical and practical tasks. The purpose of the study is to identify the main features of creative services that are important for business development in this area. It is determined that the business in the field of creative services has a number of features that are differentiated depending on the sector and models of interaction with it. For their analysis it is important to classify creative services, in particular, the author proposes its version. It is substantiated that the features of creative services should be considered within the relevant business model, in particular B2B or B2C, as well as in the context of a possible mix of these business models. The analysis makes it possible to conclude that there are related business verticals in the business strategy in the field of creative services, due to increased fragmentation among sellers and buyers and reduced efficiency of existing business systems. Based on the given features to take them into account in the business strategy, we propose to consider the adaptation of approaches to BPM (Business Process Management). The analysis allows us to determine the growing popularity of this management concept, which has become increasingly used at various levels of operation of companies in the creative sector (from top management to the implementation of simple business operations). As options for solving business problems in the field of creative services, it is proposed to consider the use of a process approach that increases the level of understanding of these features and allows for higher quality management and, consequently, market benefits. This proposal is based on the fact that process management technology is often used within many IT companies for their own purposes and is offered to customers as one of its products. It is substantiated that this business sphere provides different formats of interaction with clients, determination the most acceptable format of services for each of them.

Key words: creative services, strategy, business, models, development.

Постановка проблеми. Креативні індустрії створюють імпульс розвитку національної економіки, нові робочі місця і сприяють розвитку на місцевому рівні. В умовах креативної економіки креативні індустрії підвищують цінність іншої частини економічного сектору і суспільства у цілому. Наприклад, проведені в Естонії дослідження показали, що в середньому один євро в бюджеті місцевого культурного фестивалю залишає чотири євро безпосередньо в місцевій економіці за рахунок збільшення обороту і зайнятості [1].

Однак в Україні бізнес ще не готовий до розвитку у сфері надання креативних послуг, що робить розроблення стратегічних основ роботи на цьому

ринку актуальним теоретичним і практичним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль креативної економіки та особливості функціонування підприємств креативного сектору в умовах кризи розглянуто в дослідженнях та аналітичних матеріалах [1; 2]. У дослідженні [3] відзначається, що особлива специфіка бізнесу у сфері креативних послуг робить особливо актуальним завдання розроблення інноваційних теоретико-концептуальних основ стратегічного проектування малих фірм у креативних індустріях. Однак під час вирішення цього завдання постає низка проблем, зокрема аспект розуміння сутності креативної

послуги та розроблення відповідних науково-методичних підходів до її визначення [4]. Варто відзначити, що комплексних досліджень щодо побудови бізнес-стратегій надання креативних послуг наразі не було зроблено, а увага акцентується на окремих аспектах їх надання.

Зокрема, у статті [5] розглянуто цифровізацію як необхідний аспект розвитку креативного сектору в сучасних умовах. Дослідження [6] є спробою побудови науково-методичних підходів до дефініції культурних та креативних індустрій. У статті [7] розглянуто роль інновацій у розробленні та наданні послуг в ігровому секторі. У матеріалі [8] надано низку практичних рекомендацій щодо розвитку креативних індустрій.

У попередніх дослідженнях автора досліджено трансформації бізнес-процесів підприємства, які доцільно розглянути в контексті розвитку бізнесу у сфері креативних послуг [9; 10]. Варто відзначити доречність розглянутих аспектів, однак водночас необхідним є їх інтеграція в рамках бізнес-стратегії з урахуванням специфіки креативних послуг.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у визначенні основних особливостей креативних послуг, які є важливими для розвитку бізнесу у цій сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження питань розвитку бізнесу у сфері креативних послуг почнемо з характеристики креативної економіки. Підготовлена на Конференції ООН з торгівлі і розвитку «Доповідь про креативну економіку – 2010» визначила креативну економіку як концепт, заснований на цінності творчості, здатний забезпечити економічне зростання і розвиток. Експертами також було відзначено, що вона володіє такими характеристиками:

1) потенціал збільшення прибутку, створення робочих місць і отримання доходу від експорту через залучення різноманітних соціальних груп, використання культурного різноманіття та розвитку людського потенціалу;

2) поєднує економічні, культурні і соціальні аспекти з технологіями, інтелектуальною власністю і туризмом;

3) є сукупністю заснованих на знаннях економічних заходів, спрямованих на розвиток, які використовують міждисциплінарний підхід на макро- і мікрорівнях світової економіки.

Своєю чергою, особливості бізнесу креативних підприємств можна охарактеризувати так:

– присутність динамічних циклів розроблення, виробництва і збуту товарів і послуг, які використовують креативність та інтелектуальний капітал як основні вихідні дані;

– необхідність використання сукупності заснованих на знаннях заходів, зосереджених не лише власне на мистецтві, дохід від яких забезпечу-

ється за рахунок торгівлі або прав інтелектуальної власності;

– поєднання матеріальних продуктів і нематеріальних інтелектуальних або творчих послуг із креативним контентом, економічними цінностями та певними цілями на ринку.

У результаті вказаних особливостей темпи розвитку креативних індустрій є значно вищим за інші галузі діяльності, зокрема промислового виробництва: навіть під час економічного спаду обсяг світового креативного сектору виріс на 14%. Згадаємо також успішний досвід Польщі, яка за останні роки почала експортувати широкий спектр цифрових послуг у юридичній, бухгалтерській, IT-сфері. Ці послуги до коронакризи значною мірою надавалися дистанційно, а після локдауну попит на них ще більше зріс. Із початком пандемії низка країн запровадила пакети допомоги бізнесу й населенню, що збільшило потребу в бухгалтерській діяльності, юридичній допомозі та IT-обслуговуванні, що дистанційно надавалися з Польщі. Вплив сфери послуг розглядається експертами як важливий фактор того, що макроекономічні прогнози для Польщі виглядають найкращими серед 27 країн ЄС і вона є єдиною європейською державою, де прогнозується падіння ВВП менше 5% [2].

Серед причин посиленого зростання світового креативного сектору експерти галузі зазначають високу частку доданої вартості в усіх галузях креативної економіки і відсутність природних бар'єрів як із погляду виробництва, так і з погляду споживання. Тобто створення продукту не вимагає великих матеріальних витрат, тоді як споживати його можна повсюдно і без будь-яких обмежень.

Однак бізнес, що надає креативні послуги, дедалі частіше стикається з обмеженнями застосування класичних теорій розроблення стратегій через зміни в соціальних та економічних чинниках середовища, а також особливостей креативного сектору, що, на думку авторів, вимагає розроблення інноваційних теоретично-концептуальних основ стратегічного проєктування малих фірм у креативних індустріях [3].

Основна лінія дискусій щодо креативних послуг стосується прагнень розрізнити креативні та культурні галузі як різні промислові сегментації або підходи. У цьому контексті у дослідженні [6] виділено такі базові науково-методичні підходи:

1. Орієнтація на творчість та креативність як принцип виділення сектору, у результаті чого до креативних індустрій можна віднести будь-яку виробничу активність, яку можна охарактеризувати як творчу.

2. Орієнтація на інтелектуальну власність, у результаті чого специфіка креативних індустрій полягає у створенні та використанні інтелектуальної власності.

3. Орієнтація на виявлення у креативних галузях специфічної здатності створення символічних змістів – особливостей товарів, економічна цінність, яка базується на їх культурній цінності, а не на споживчих якостях. Критики відзначають, що головним недоліком такого визначення є той факт, що практично будь-який товар має символічні та культурні змісти, які відтворюють свою роль у визначенні їхніх економічних витрат, оскільки їх також можна виявити в будь-якій рефлексії економіки.

4. Орієнтація на визначення креативних індустрій із погляду потреб, яку вони вирішують.

5. Орієнтація на визначення креативних індустрій із погляду специфіки продукту в контексті його символічної і функціональної цінності.

Проаналізувавши вказані підходи, можемо відзначити їх низьку практичну цінність із погляду стратегії розвитку бізнесу. Таким чином, актуальним є визначення низки особливостей бізнесу в секторі креативних послуг на основі розгляду їхньої специфіки.

Розглянемо основні складники бізнес-стратегії в секторі творчих послуг:

1. Бізнес у сфері креативних послуг має низку особливостей, які диференціюються залежно від сектору та моделей взаємодії нього. Для їх аналізу важливою є класифікація креативних послуг, зокрема автором пропонується такий її варіант:

1) креативні послуги у сфері традиційної культури (творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі);

2) креативні послуги у сфері культурних пам'яток (бібліотеки, археологічні пам'ятники, музеї, виставки);

3) зображувальне та сценічне мистецтво;

4) дизайнерські та виробничі агентства (студії, консультації з розроблення ідей, фірми з розроблення програмного забезпечення тощо);

5) дизайн (мода, графічний дизайн, промисловий дизайн, дизайн інтер'єру);

6) маркетингові фірми (агенції зі зв'язків із громадськістю, рекламні агенції, брендингові агентства тощо);

7) аудіовізуальні медіа (кінематограф, телебачення, радіомовлення);

8) медіа (програмне забезпечення, відеоігри);

9) індустрія розваг (агентства талантів, гільдії тощо);

10) управлінський консалтинг (управління стратегіями, інноваціями та змінами тощо);

11) дослідження і розробки у сфері науки і техніки.

Запропонована класифікація розширює підхід Конференції ООН із торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), відповідно до якого креативні послуги включають культурні та цифрові послуги, а також рекламу. Відзначимо також, що наведений нами

список є неповним і може бути вдосконалений, але загальні критерії креативних послуг стосуються нематеріального характеру та креативності.

2. Особливості креативних послуг необхідно розглядати в рамках відповідної бізнес-моделі, зокрема B2B або B2C, а також у контексті можливого міксу вказаних бізнес-моделей.

Модель business to business (B2B) – це модель взаємодії, яка передбачає будь-які дії одних компаній, націлених на забезпечення інших виробництв послугами та товарами для ведення їх власного бізнесу. Цінність системи business to customer (B2C) зростає лінійно з числом користувачів, тоді як у моделі B2B вона росте як квадрат зростання числа користувачів.

Кейс рекламної діяльності [4] розглядає її як професійний прикладний продукт креативної послуги в контексті моделі B2B. На основі серії поглиблених інтерв'ю (extensive in-depth interviews) із рекламними менеджерами було здійснено детальну концептуалізацію у вигляді блок-схеми процесу виділення рекламної проблеми, комунікації та реагування (advertising problem delineation, communication and response (APDCR)). Також запропоновано дві варіації структури відносин між агенцією та клієнтом у рамках процесу APDCR та окреслено чинники, які можуть бути впливати на ці варіації.

На наведеному прикладі ми бачимо, що краще розуміння природи та динамічного функціонування певного типу креативних послуг може надати зацікавленим сторонам можливість сформулювати свою власну унікальну бізнес-модель.

Таким чином, перед бізнесом у сфері надання креативних послуг постає завдання побудови карти вертикальних та горизонтальних вузлів.

Із погляду вертикальних вузлів важливими є такі фактори побудови бізнес-стратегій:

– збільшення фрагментацій серед клієнтів;

– зниження ефективності діючої системної побудови бізнесу;

– глибоке знання специфіки ринку та взаємовідносин між учасниками;

– створення дієвої системи інформаційного забезпечення;

– наявність супутніх бізнес-вертикалей.

Із погляду горизонтальних вузлів важливими є такі фактори:

– низький рівень стандартизації процесів;

– необхідність глибокого знання процесу та досвіду його цифрової трансформації;

– доповнення автоматизації процесу глибоким інформаційним змістом;

– необхідність адаптації процесу до специфічних вимог різних галузей.

3. Комунікаційна стратегія у сфері креативних послуг з огляду на клієнтоорієнтованість цього бізнесу дасть найбільший позитивний ефект у

тому разі, якщо вона буде невід'ємною частиною загальної стратегії розвитку бізнесу, а не будуватися за залишковим принципом.

Зокрема, у сучасних умовах необхідно активно розвивати співпрацю з постачальниками ІТ-послуг і приватними суб'єктами у сфері культури та креативності. Спільне виробництво та експорт продукції і послуг є чинниками успіху бізнесу в креативних індустріях.

4. Креативна економіка базується на цифрових технологіях, які є як її інструментом (наприклад, різноманітні програмні продукти), так і основою комунікацій із клієнтами.

Аналіз найкращих практик розвитку свідчить, що управління бізнес-процесами у сфері візуального мистецтва, архітектури, моди, музейної справи, а також у рамках діяльності бібліотек, архівів, видавництв та ЗМІ, дедалі більше здійснюється з використанням цифрових технологій. Вони є корисними під час створення сайтів та перформансів, онлайн-курсів, інсталяцій, віртуальних турів та оцифрування елементів культурної спадщини. Наприклад, у Польщі у 2017 р. вже було оцифровано 2 млн видань, значну частину з яких можна знайти у відкритому доступі на сайті Polona [5].

Важливо й те, що стрімкий розвиток і поширення цифрових технологій впливає на традиційну економіку, трансформуючи її з креативним складником (наприклад, зміни в системі освіти або проектуванні інноваційних продуктів).

Відзначимо, що дані є ключовим ресурсом креативної економіки, оскільки бізнес-аналітика дає змогу чітко розуміти профіль клієнта.

В Україні, незважаючи на загальний розвиток ІТ-сфери та сильні креативні ідеї, діалог між культурою і технологіями тільки починається.

5. Особливості конкретної креативної послуги як продукту та її інноваційного циклу. Зазвичай креативна послуга включає цифрові комунікації, графічний дизайн, публікації тощо.

Креативні послуги є комплексними, оскільки в кожній із них одночасно присутні два види цінності – символічна та функціональна, які вимагають диференціювати бізнес-підходи до їх формування. У дослідженні [6] відзначається складність цього завдання через необхідність розуміти природу товару і значимість його створеного змісту.

Розглянемо приклад Інтернет-ігор як креативного продукту, що включає символічну та функціональну цінність та має велике значення для розвитку низки країн. Наприклад, Південна Корея створила нове глобальне керівництво для індустрії онлайн-ігор, порушивши традиційну модель наздоганяючих інновацій. У дослідженні [7] розглядаються дві дослідницькі гіпотези на основі опитувань та поглиблених інтерв'ю. По-перше, кількісний аналіз годин онлайн-гри за 250 ігор

за останні 19 місяців демонструє, що декілька ігор домінують на ринку онлайн-ігор у Кореї, що визначає наявність зовнішніх ефектів мережі в індустрії онлайн-ігор. По-друге, із погляд еволюції інноваційна спрямованість онлайн-ігор змінюється від орієнтації виключно на технології до ринкової орієнтації та до «м'яких» інновацій, орієнтованих на дизайн.

Дослідження також розглядає зовнішні ефекти мережі як причини того, чому орієнтовані на дизайн (нетехнологічні) м'які інновації з часом стали важливими в онлайн-іграх.

Результати наведеного дослідження вказують на управлінські та інноваційні наслідки для розвитку креативних послуг у секторі. Компаніям, що займаються онлайн-іграми, рекомендується розширити можливості досліджень та розробок нетехнологічних та м'яких інновацій у поєднанні з технологічними інноваціями для поліпшення стратегічної конкурентоспроможності.

Із погляду інноваційної політики у сфері технологічних креативних послуг важливою є орієнтація на НДДКР, що є необхідним кроком для диверсифікації підтримки розвитку, зокрема й у сферах нетехнологічних та м'яких інноваційних можливостей (наприклад, дослідження споживача, бізнесу тощо). Потрібно також докласти зусиль щодо нарощування людських ресурсів із високим рівнем творчих можливостей, що стосуються так званих м'яких інновацій.

На основі вищенаведених ознак для їх урахування в рамках бізнес-стратегії пропонуємо розглянути адаптацію підходів до BPM (Business Process Management). Проведений аналіз дає змогу визначити зростання популярності даної управлінської концепції, яка все ширше почала застосовуватися на різних рівнях функціонування компаній креативного сектору (від топ-менеджменту до реалізації простих ділових операцій).

Іншим важливим моментом є те, що реалізація ідей BPM є можливою тільки за широкої підтримки з боку ІТ. Більше того, BPM із суто управлінської концепції перетворилася на архітектурно-технологічний підхід до розроблення та розвитку корпоративних інформаційних систем і сьогодні розглядається у поєднанні з такими методологіями і технологіями, як сервісно-орієнтована архітектура, управління ефективністю бізнесу.

Актуальність використання ідей BPM у діяльності креативних агентств, які працюють за моделлю B2B, зумовлена тим, що у бізнесі в умовах конкуренції дуже важливо відповідати запитам сучасного споживача. Наприклад, згідно з дослідженнями, понад 80% цільової аудиторії ресторану перевіряють сайт ресторану на смартфоні. Таким чином, один зі складників успіху ресторацій полягає в ефективному використанні можливостей маркетингу у цифровому просторі, що можна

розглянути як креативну послугу, яка характеризується визначеними автором особливостями.

Варто відзначити, що креативне агентство використовує всі основні канали комунікації, щоб бути максимально доступним для клієнтів. Інтегрований підхід саме до просування в Інтернет-просторі не лише розширює аудиторію агентства, а й доводить професійні можливості у сфері digital.

Як варіант вирішення проблем діяльності бізнесу у сфері креативних послуг запропоновано розглянути використання процесного підходу, що підвищує рівень розуміння перерахованих особливостей і дає змогу забезпечити більш високу якість управління, а отже, і ринкові переваги. Ця пропозиція ґрунтується на тому факті, що технологія процесного управління часто використовується всередині багатьох ІТ-компаній для власних цілей і пропонується замовникам як один з її продуктів.

Серед основних напрямів удосконалення управління бізнес-процесами у сфері креативних послуг, а також для мінімізації негативного впливу та максимізації можливості невизначеності визначено такі:

- зайняття проактивної позиції команди компанії для клієнта. Зазначений пункт базується на CRM-стратегії, що дає змогу запропонувати правильний продукт правильному клієнту через правильний канал оптимальним способом. Стратегія CRM передбачає, що створити й утримати унікальні конкурентні переваги можна за рахунок кваліфікованого управління взаємовідносинами з клієнтами;

- підвищення точності оцінки та плану ІТ-проектів на основі статистики й досвіду розробників компанії;

- використання різних підходів до оцінки невизначеності на різних стадіях розроблення та впровадження проекту;

- управління портфелем проектів;

- використання користувачьких історій.

Таким чином, проведений аналіз дає можливість зробити висновок про наявність супутніх бізнес-вертикалей у рамках бізнес-стратегії у сфері креативних послуг, що зумовлено збільшенням фрагментації серед продавців та покупців та зниженням ефективності існуючих бізнес-систем.

Висновки з проведеного дослідження.

У результаті проведеного аналізу можна відзначити, що основний аспект розвитку бізнесу з надання креативних послуг полягає у поглибленні знання процесу, що має потенціал для можливості його адаптації до конкретних вимог різних клієнтів. Визначено, що важливим складником розвитку бізнесу з надання творчих послуг є доповнення традиційної цифровізації процесу глибоким інформаційним наповненням, у т. ч. на основі поглибленого знання особливостей ринку та взаємовідносин між учасниками. Обґрунтовано, що ця сфера бізнесу

передбачає різні формати взаємодії з клієнтами, визначення для кожного з них найбільш прийняттого формату послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Siil P. Абсолютно все сфери креативных индустрий могут быть полезны для бизнеса. URL : <https://www.culturepartnership.eu/article/ragnaar-siil-5> (дата звернення: 10.09.2020).

2. Банахевич Ю. Економічний успіх Польщі в добу коронакризи. *Укрінформ*. 09.07.2020. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3060150-ekonomichnij-uspikh-polsi-v-dobu-koronakrizi.html> (дата звернення: 10.09.2020).

3. Strategic design in small creative industry firms / S. Schmidt et al. *Creative Industries Journal*. 2018. № 11:3. P. 306–321. DOI : 10.1080/17510694.2018.1526606.

4. Hill R., Johnson L. W. Understanding creative service: a qualitative study of the advertising problem delineation, communication and response (APDCR) process. *International Journal of Advertising*. 2004. № 23:3. P. 285–307. DOI : 10.1080/02650487.2004.11072886.

5. Костовська А. Захмарні технології: шість ІТ-інструментів для розвитку культури. URL : <https://culturepartnership.platfor.ma/zahmarnitehnologii/> (дата звернення: 10.09.2020).

6. Galloway S., Dunlop S. A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International Journal of Cultural Policy*. 2007. Vol. 13. № 1. P. 17–31.

7. Choi J. Evolution of innovation focus of online games: from technology-oriented, through market-oriented, and to design-oriented soft innovation. *Asian Journal of Technology Innovation*. 2011. № 19:1. P. 101–116. DOI : 10.1080/19761597.2011.578423.

8. 11 шагов для развития креативных индустрий в 6 странах. URL : <https://www.culturepartnership.eu/article/11-steps> (дата звернення: 10.09.2020).

9. Омельяненко О. М. Аналіз трансформації бізнес-процесів підприємства в ході цифрового маркетингу. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 47–1. С. 136–140.

10. Digital marketing tools in the value chain of an innovative product. *International / Yu. Robul et al. Journal of Scientific & Technology Research*. 2020. Vol. 9. Iss. 04. P. 158–165.

REFERENCES:

1. Siil R. Absolyutno vse sfery kreativnykh industriy mogut byt' polezny dlya biznesa [Absolutely all areas of the creative industries can be useful for business]. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/ragnaar-siil-5> (accessed 10 September 2020).

2. Banakhevych Yu. Ekonomichniy uspikh Polshchi v dobu koronakryzy. [Economic success of Poland in the days of the corona crisis]. *Ukrinform*. 09.07.2020. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3060150-ekonomichnij-uspikh-polsi-v-dobu-koronakrizi.html> (accessed 10 September 2020).

3. Schmidt S., Schreiber D., Bohnenberger M. C., & Pinheiro C. M. P. (2018). Strategic design in small cre-

ative industry firms. *Creative Industries Journal*, № 11:3, pp. 306-321. DOI: 10.1080/17510694.2018.1526606

4. Hill R. & Johnson L. W. (2004). Understanding creative service: a qualitative study of the advertising problem delineation, communication and response (APDCR) process. *International Journal of Advertising*, № 23:3, pp. 285-307. DOI: 10.1080/02650487.2004.11072886

5. Kostovska A. Zakhmarni tekhnolohii: shist IT-instrumentiv dlia rozvytku kultury [Cloud technologies: six IT tools for culture development]. URL: <https://culturepartnership.platfor.ma/zahmarnitehnologii/> (accessed 10 September 2020).

6. Galloway S. & Dunlop S. (2007). A Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 13, no. 1, pp. 17–31.

7. Choi J. (2011). Evolution of innovation focus of online games: from technology-oriented, through

market-oriented, and to design-oriented soft innovation. *Asian Journal of Technology Innovation*, № 19:1, pp. 101-116. DOI: 10.1080/19761597.2011.578423

8. 11 shagov dlya razvitiya kreativnykh industriy v 6 stranakh [11 steps for the development of creative industries in 6 countries]. URL: <https://www.culturepartnership.eu/article/11-steps> (accessed 10 September 2020).

9. Omelianenko O.M. (2019). Analiz transformatsii biznes-protsesiv pidpriemstva v khodi tsyfrovoho marketynhu [Analysis of the transformation of business processes of the enterprise in the course of digital marketing]. *Black Sea Economic Studies*, no. 47-1, pp. 136-140.

10. Robul Yu., Lytovchenko I., Tchon Li, Nagornyi Ye., & Omelianenko O. (2020). Digital marketing tools in the value chain of an innovative product. *International Journal of Scientific & Technology Research*, Vol. 9. Iss. 04, pp. 158–165.

ТРАНСФОРМАЦІЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ОБОРОННОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

TRANSFORMATION OF THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF THE ENTERPRISES OF THE DEFENSE COMPLEX OF UKRAINE

УДК 338.1:355.3

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-29>

Поліщук А.С.

викладач кафедри оборонного менеджменту
Навчально-науковий центр оборонного менеджменту
Національного університету оборони
України

Polishchuk Anatoliy

Educational and Research Center
for Defense Management
National Defense University of Ukraine

У дослідженні проаналізовано основні тенденції змін, які окреслили трансформаційні процеси у науковій парадигмі антикризового менеджменту та механізми розвитку. Розглянуто об'єкти та суб'єкти антикризового менеджменту на різних етапах кризових явищ. Проаналізовано основні причини незадовільного функціонування підприємств ОПК. Визначено, що трансформація методичного підходу до розроблення та впровадження антикризової програми підприємств ОПК полягатиме у визначенні інноваційних показників відповідно до антикризової стратегії підприємства. Це передбачає узгодження системного та проектно-орієнтованого підходів до розроблення інноваційної стратегії, прогнозування оптимістичного, песимістичного та реалістичного сценаріїв розвитку підприємств у рамках антикризових програм. Визначення означених показників та розроблення плану розвитку потребують відповідних змін у процесі діагностики антикризового стану за рахунок доповнення фінансових показників індикаторами інноваційної активності.

Ключові слова: трансформація, антикризовий менеджмент, підприємства оборонного комплексу, соціально-економічна система, стратегія.

В исследовании проанализированы основные тенденции изменений, определившие

трансформационные процессы в научной парадигме антикризисного менеджмента и механизма развития. Рассмотрены объекты и субъекты антикризисного менеджмента на разных этапах кризисных явлений. Проанализированы основные причины неудовлетворительного функционирования предприятий ОПК. Определено, что трансформация методического подхода к разработке и внедрению антикризисной программы предприятий ОПК будет заключаться в определении инновационных показателей в соответствии с антикризисной стратегией предприятия. Это предполагает согласование системного и проектно-ориентированного подходов к разработке инновационной стратегии, прогнозированию оптимистического, пессимистического и реалистического сценариев развития предприятий в рамках антикризисных программ. Определение указанных показателей и разработка плана развития требуют соответствующих изменений в процессе диагностики антикризисного состояния за счет дополнения финансовых показателей индикаторами инновационной активности.

Ключевые слова: трансформация, антикризисный менеджмент, предприятия оборонного комплекса, социально-экономическая система, стратегия.

This study analyzes the main trends of change that outlined the transformation processes in the scientific paradigm of crisis management and development mechanism. Objects and subjects of anti-crisis management at different stages of crisis phenomena are considered. The main reasons for unsatisfactory functioning of the defense-industrial complex enterprises are analyzed. It is determined that the transformation of the methodological approach to the development and implementation of the anti-crisis program of the defense-industrial complex enterprises will consist in the innovative indicators definition in accordance with the enterprise anti-crisis strategy. This involves the coordination of systemic and project-oriented approaches to the development of innovation strategy, forecasting optimistic, pessimistic and realistic scenarios for enterprise development in anti-crisis programs. The definition of these indicators and the development of a development plan require appropriate changes in the process of diagnosing the crisis, by supplementing the financial indicators with indicators of innovation activity. It is proved that at present anti-crisis management is a system of management measures aimed at maintaining the equilibrium state of the national economy, including individual economic systems (sectoral / regional) and various economic entities. The analysis of the main functions of this system shows that at the macro level the anti-crisis management system also includes anti-crisis legal, financial and organizational regulation of anti-crisis processes at all levels. The system of anti-crisis management mechanism for defense industry enterprises is presented in the form of interrelated steps: diagnostics of the current state of the enterprise; substantiation of the mission, goals and objectives of crisis management; identification of the object and subject of anti-crisis impact; diagnosing the resource potential of the object of crisis management; solving problems in terms of resource and time constraints; formulation of proposals for crisis prevention in the long run.

Key words: transformation, ant crisis management, enterprises of the defense complex, socio-economic system, strategy.

Постановка проблеми. В результаті військових дії на Сході України та трансформаційних процесів, які відбуваються під впливом зовнішньополітичних та економічних факторів, система управління підприємствами оборонної промисловості зазнає кардинальних змін. У «Стратегії розвитку оборонно-промислового комплексу України на період до 2028 року» зазначено, що «необхідність адаптації до кардинальних перетворень у визначенні орієнтирів внутрішнього виробництва та експортно-імпортової політики привела до застосування з 2014 року інструментів антикризового управління оборонно-промисловим комплексом» [1]. Функціонування підприємств оборонної про-

мисловості в межах четвертого технологічного укладу є важливою складовою частиною зростання національної економіки, захисту інтересів держави. Метою Стратегії є створення умов задля розвитку оборонно-промислового комплексу, «здатного адаптуватись до функціонування в умовах кризових ситуацій та загроз національній безпеці, забезпечити перехід до п'ятого технологічного укладу та посилити спроможність держави в рамках досягнення Україною військово-політичної самостійності» [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми антикризового менеджменту знайшли своє відображення у працях вітчизняних та зару-

біжних учених-економістів, таких як О. Коваленко [2], О. Тимошенко [3], І. Єпіфанова [4], А. Каме- нева [5], Т. Васильєва [6], А. Норман [7], А. Боїн, М. Коннелл [8]. Проте у науковому полі недостат- ньо уваги приділяється розкриттю трансформа- ційних процесів антикризового управління підпри- емствами оборонної промисловості.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення основних змін, які привели до необхід- ності трансформації наукової концепції антикризо- вого управління та розвитку механізму її практич- ної реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємства оборонно-промислового комплексу (ОПК) є основою національної безпеки та гаран- том незалежності держави. Від ефективного функціонування підприємств національної еконо- міки країни, її науково-дослідних інституцій зале- жать управлінські рішення щодо розроблення та впровадження інноваційних систем озброєння й військової техніки. Для держави ефективне функ- ціонування підприємств ОПК є стратегічно та жит- тєво важливим завданням [1].

У Законопроекті «Про створення та вироб- ництво озброєння, військової і спеціальної тех- ніки» ОПК визначено як «сукупність суб'єктів виробництва, інших суб'єктів господарювання, установ та організацій, які разом із суб'єктами виробництва беруть участь у забезпеченні та (або) супроводженні стадій життєвого циклу озброєння, військової і спеціальної техніки, а також здійснюють постачання товарів військо- вого призначення та подвійного використання, надання послуг військового призначення під час виконання заходів військово-технічного співро- бітництва України з іноземними державами» [9]. За оцінками експертів, у структуру ОПК входять 150 приватних та 167 державних підприємств, з них 130 підпорядковані ДК «Укроборонпром», 12 – Державному космічному агентству Укра- їни, 8 – Міністерству оборони. За даними Держ- статусу України, у 1994 році в ОПК України пра- цювали 1 516 тис. осіб, у 2005 році – 357 тис., у 2018 році – 137 тис. осіб. Різке зменшення кіль- кості працівників ОПК створило проблему дефі- циту висококваліфікованих кадрів [10]. Протягом 2014–2019 років ситуація в ОПК зрушилася в бік покращення. Активно розвивається приватний сектор ОПК: 69% обсягу державного оборонного замовлення у 2018 році виконували приватні під- підприємства [11]. У 2020 році на виконання дер- жавного оборонного замовлення передбачено фінансування у сумі 25,848 млрд. грн., що на 17% більше, ніж у 2019 році. Державним оборон- ним замовленням передбачається фінансування заходів з розвитку виробничих потужностей ОПК на загальну суму 2,53 млрд. грн. (9,8% від загального обсягу державного оборонного замов-

лення). З них 1,7 млрд. грн. спрямовуватимуться на виконання дослідних та дослідно-конструк- торських робіт. За попередніми розрахунками, частка вітчизняних постачальників складатиме майже 90% продукції, імпорт – 10% [12]. Основні причини незадовільного функціонування підпри- емств ОПК наведено на рис. 1.

Вирішення зазначених проблем є можливим шляхом вжиття програмно-цільових комплекс- них заходів антикризового менеджменту. Під час еволюції концепції антикризового управління трансформувався набір завдань. Наприклад, у 90-х роках ХХ ст. антикризове управління вико- ристовувалося як інструмент приватизації підпри- емств, фінансової політики держави, запобігання банкрутству великих, економічно й соціально зна- чущих підприємств шляхом надання їм держав- ної підтримки, встановлення особливих умов та порядку проведення процедур неспроможності.

З розвитком теорії антикризового управ- ління його завдання та види диференціюються залежно від ступеня розвитку кризових явищ та фінансово-економічного стану. Такий підхід дає змогу сформулювати основні завдання антикри- зового управління соціально-економічними сис- темами на різних стадіях їх розвитку. Сучасна наука розглядає всі соціально-економічні сис- теми як об'єкти, що самоорганізуються, мають власні життєві цикли та перебувають у процесі безперервного розвитку. Функціонування сис- теми у зовнішньому середовищі схильне до дії соціально-економічних та природних факторів, які не завжди позитивно впливають на соціально- економічні системи. Негативна дія цих факторів може привести до кризи та руйнування системи. Саме ці обставини сприяли зміні розуміння ролі та місця антикризового менеджменту на сучас- ному етапі, зумовили поширення практики анти- кризового менеджменту на макро- й мезорівнях. Відповідно до класичної економічної теорії, на макрорівні криза являє собою фазу економічного циклу – часовий період.

На сучасному етапі вжиття дієвих антикризових заходів задля зниження негативних наслідків криз стає найважливішим завданням уряду, органів державного та регіонального управління, менедж- менту підприємств. Важливою зміною в розумінні антикризового управління та його значення є усві- домлення необхідності використання технологій антикризового управління задля уникнення небез- пеки кризових явищ на мезорівні [13, с. 42–45]. В економічному просторі середній рівень – це перехідна зона, де діють правила й закономір- ності макро- й мікрорівнів. Мезорівень склада- ють складні підсистеми національної економіки, зокрема галузі та економічні регіони, сьогодні цю зону економіки активно освоюють великі корпора- ції та підприємницькі групи [14].

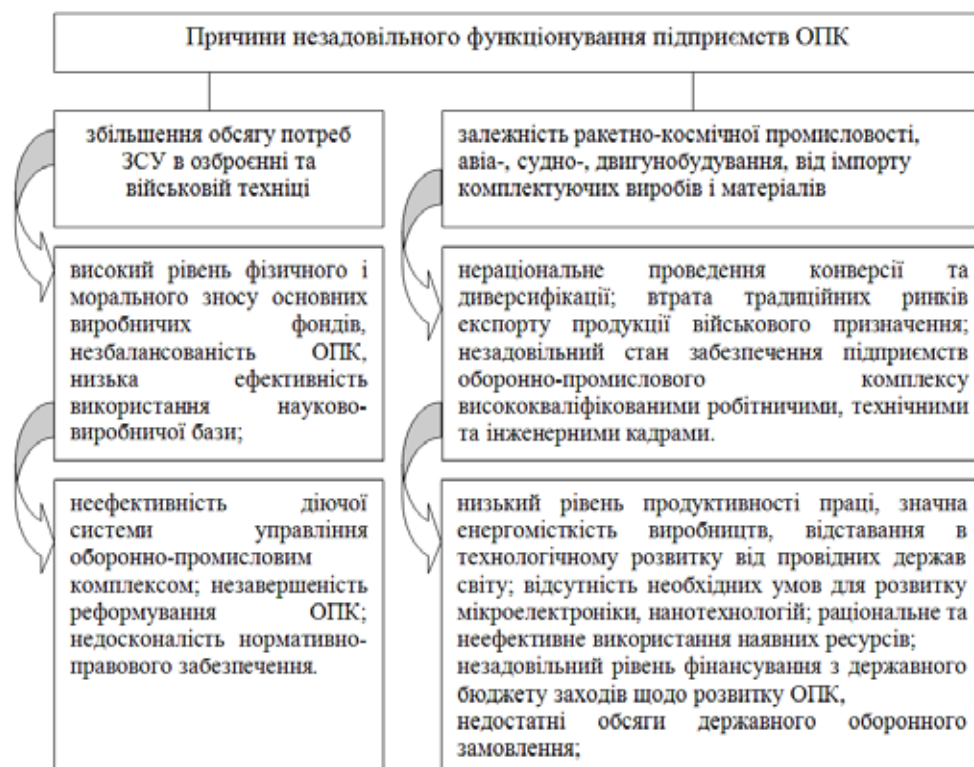


Рис. 1. Основні причини незадовільного функціонування підприємств ОПК

Джерело: власна розробка

Результати проведеного дослідження свідчать про те, що на сучасному етапі розвитку антикризового управління як об'єкти слід розглядати соціально-економічні системи різних рівнів, а саме підприємства (організації), фірми, компанії (мікрорівень); галузі, регіональні економічні системи, великі корпорації, підприємницькі групи (мезорівень); економіку країни (макрорівень); світову економіку (мегарівень).

Слід зазначити, що трансформація та розширення переліку об'єктів антикризового управління привели до відповідних змін суб'єктів антикризового управління. Перелік суб'єктів, які здійснюють управління об'єктами задля протидії негативним факторам, має бути розширений та диференційований залежно від рівня об'єктів управління. Отже, визначення «суб'єктами антикризового управління є менеджери окремих господарюючих суб'єктів» є застарілим і не відображає наявну практику антикризового управління.

Нині антикризове управління являє собою систему управлінських заходів, спрямованих на підтримку рівноважного стану національної економіки, включаючи окремі економічні системи (галузеві/регіональні) та різні господарюючі суб'єкти. Аналіз основних функцій цієї системи свідчить про те, що на макрорівні система антикризового управління включає також антикризове правове, фінансово-організаційне регулювання антикризових явищ на всіх рівнях.

Система механізму антикризового менеджменту для підприємств ОПК може бути представлена у вигляді взаємопов'язаних етапів.

На першому проводиться діагностика поточного стану підприємства з використанням методів антикризового менеджменту.

На другому етапі обґрунтовуються місія, цілі та завдання антикризового менеджменту, метою якого є зниження поточного ризикового (нестабільного) стану або запобігання його негативного впливу у майбутньому.

На третьому етапі визначаються об'єкт та суб'єкт антикризового впливу, а також фактор часу у вирішенні соціально-економічних проблем.

На четвертому етапі задля досягнення запланованого рівня ефективності фінансово-економічних показників діяльності ОПК та прийняття превентивних управлінських рішень проводиться діагностика ресурсного потенціалу об'єкта антикризового менеджменту.

П'ятий етап спрямований на розроблення та реалізацію програми антикризового менеджменту підприємств, метою якого є вирішення проблем в умовах ресурсних і часових обмежень.

На шостому етапі формуються пропозиції щодо запобігання кризовим явищам на довгостроковий період.

За означених умов антикризова програма підприємств ОПК стає фундаментом антикризового менеджменту, яка, як зазначають О. Тимошенко

та Ю. Буцька, «пов'язує його мету і систему цілей, способи їх досягнення із завданням виходу з нестабільного положення і забезпечення подальшого динамічного розвитку суб'єкта господарювання» [4]. Це твердження підтверджується вимогами до антикризової програми, найбільш вагомими, на наш погляд, є підпорядкованість стратегії розвитку підприємств ОПК; швидкість та гнучкість реакції на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на ефективність діяльності підприємств ОПК; здійснення кількісного та якісного оцінювання параметрів та результатів антикризових заходів; зрозумілість (конкретність) та доступність змісту для виконавців.

Реалізація окреслених вимог, що створюють середовище задля організаційно-економічного забезпечення антикризової програми, сприятиме інтенсивному розвитку підприємств ОПК на інноваційній основі.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений аналіз функціонування підприємств ОПК свідчить про низьку ефективність задля забезпечення майбутнього інтенсивного зростання на інноваційній основі. Цей стан ускладнюється ознаками майбутніх і наслідками минулих криз. За цих умов, коли внутрішні можливості стабілізації становища підприємств ОПК практично вичерпані, доцільно скористатися інноваційною стратегією здійснення змін. Для цього доцільно розробляти антикризову програму з урахуванням можливостей реалізації інноваційних процесів.

Визначено, що трансформація методичного підходу до розроблення та впровадження антикризової програми на підприємствах ОПК полягатиме у визначенні інноваційних показників відповідно до антикризової стратегії підприємства. Це передбачає узгодження системного та проєктно орієнтованого підходів до розроблення інноваційної стратегії, прогнозування оптимістичного, песимістичного та реального сценаріїв розвитку ринку в рамках антикризових програм. Визначення означених показників та розроблення плану розвитку потребує відповідних змін у процесі діагностики антикризового стану за рахунок доповнення фінансових показників індикаторами інноваційної активності. Подальший розвиток удосконаленого підходу ставить за необхідне обґрунтування системи чинників інноваційної активності, які доцільно включити в процес діагностики кризового стану підприємств ОПК.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегії розвитку оборонно-промислового комплексу України на період до 2028 року. Київ, 2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 25.10.2020).
2. Тимошенко О. Антикризове управління як передумова підвищення ефективності діяльності під-

приємства. *Економічний аналіз*. 2016. Вип. 2. Т. 23. С. 187–192.

3. Коваленко О. Методи антикризового управління підприємством. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. № 8. С. 107–114.

4. Єпіфанова І. Сутність антикризового управління підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. № 2. С. 265–269.

5. Каменева А. Дослідження існуючих інструментів та моделей антикризового управління на підприємстві. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі*. 2017. № 4. С. 15–27.

6. Васильєва Т. Держава, підприємства та банки в системі антикризового управління : монографія. Суми : Ярославна, 2015. 488 с.

7. Norman A. Managing The Crisis You Tried To Prevent. Harvard, 1995. P. 18–24.

8. Boin A., McConnell A. Preparing for Critical Infrastructure Breakdowns: The Limits of Crisis Management & the Need for Resilience. *Journal of Contingencies & Crisis Management*. 2007. Vol. 15. No. 1. P. 50–59.

9. Про створення та виробництво озброєння, військової і спеціальної техніки : Проєкт Закону України від 12 грудня 2017 року № 7389 / Верховна Рада України. URL: <http://w1.c1.rada.gov.ua> (дата звернення: 25.10.2020).

10. Державна служба статистики України. Київ, 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.10.2020).

11. Бегма В. Концептуальні засади стратегій інвестиційно-інноваційного розвитку оборонно-промислових комплексів держав. Досвід для України. Київ : НІСД, 2019. 264 с.

12. Ряховская А. Современные подходы к управлению устойчивостью бизнеса. Москва : Финансовый университет, 2012. 280 с.

13. Мировая экономика. *Википедия*. URL: <http://goo.gl/z2zyBL> (дата звернення: 14.07.2020).

REFERENCES:

1. Strategiyi rozvytku oboronno-promy'slovogo kompleksu Ukrayiny' na period do 2028 roku. Ky'iv, 2017. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua> (accessed 25 October 2020).
2. Timoshenko O. (2016) Antikrizove upravlinnya yak peredumova pidvishchennya efektyvnosti diyal'nosti pidpriyemstva [Anti-crisis management as a prerequisite for improving the efficiency of the enterprise] *Ekonomichnyi analiz: zb. nauk. prats' TNEU (Economic analysis: a collection of scientific works of TNEU)*. Vol. 23, no. 2, pp. 187–192.
3. Kovalenko O. (2014) Metodi antikrizovoho upravlinnya pidpriyemstvom [Methods of crisis management of the enterprise] *Ekonomichnyi visnik Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi (Economic news. Zaporozhye State Engineering Academy)*, no. 8, pp. 107–114.
4. Yepifanova I. (2017) Sutnist' antikrizovoho upravlinnya pidpriyemstva [The essence of crisis management of the enterprise] *Ekonomika i suspil'stvo (Economy and society)*, no. 2, pp. 265–269.

5. Kameneva A. (2017) Doslidzhennya isnuyuchikh instrumentiv ta modeley antikrizovoho upravlinnya na pidpriyemstvi [Research of existing tools and models of crisis management at the enterprise] *Ekonomika ta upravlinnya pidpriyemstvami mashinobudivnoyi haluzi (Economics and management of machine-building enterprises)*, no. 4, pp. 15–27.

6. Vasil'yeva T. (2015) Derzhava, pidpriyemstva ta banki v sistemi antikrizovoho upravlinnya : monohrafiya [The state, enterprises and banks in the system of crisis management: a monograph]. *Sumi: Yaroslavna.* (in Ukrainian)

7. Augustine, Norman (1995). *Managing The Crisis You Tried To Prevent.*

8. Harvard Boin, Arjen & McConnell, Allan (2007). Preparing for Critical Infrastructure Breakdowns: The Limits of Crisis Management & the Need for Resilience. *Journal of Contingencies & Crisis Management.* Vol. 15, no. 1, pp. 50–59.

9. Pro stvorennya ta virobnitstvo ozbroyennya, viys'kovoyi i spetsial'noyi tekhniki. Available at: <http://w1.c1.rada.gov.ua> (accessed 25 October 2020).

10. Derzhavna sluzhba staty'sty'ky' Ukrayiny'. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 20 October 2020).

11. Behma V. (2019) Kontseptual'ni zasadi stratehiy investitsiyno-innovatsiynoho rozvitku oboronno-promislovikh kompleksiv derzhav. Dosvid dlya Ukrayini : monohrafiya [Conceptual bases of strategies of investment and innovative development of defense-industrial complexes of the states. Experience for Ukraine: monograph]. *Kiyiv: NISD.* (in Ukrainian)

12. Ryakhovska N. (2012). Sovremennyye podkhody k upravleniyu ustoychivost'yu biznesa : monohrafiya [Modern approaches to business sustainability management]. *Moscow Financial University.* (in Russian)

13. The world economy. Available at: <http://goo.gl/z2zyBL> (accessed 15 October 2020).

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ANALYSIS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY AS A COMPONENT OF THE MECHANISM OF MANAGING THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES

УДК 339.13

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-30>

Федоренко І.А.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри міжнародного
бізнесу та фінансів
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут
Коломієць Ю.О.
магістрант
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Коломоїцева К.Ю.
магістрант
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Fedorenko Irina

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Kolomiets Yuliia

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Kolomoitseva Kateryna

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

У статті проаналізовано сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України у розрізі їх конкурентоспроможності на світовому ринку товарів та послуг. Визначено, що основою будь-якої конкурентної зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств є успішне здійснення імпортно-експортних операцій суб'єктами торгівлі, яке залежить від постійного оцінювання їх власних можливостей та регулярного розроблення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності. У ході дослідження проведено аналіз основних показників конкурентоспроможності зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України; розглянуто обсяги імпорту та експорту товарів і послуг; визначено причини, що гальмують розвиток зовнішньоекономічної діяльності України; виявлено перспективи, які стимулюють експортні процеси та знижують рівень імпортозалежності України; сформовано механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Ключові слова: експорт, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішня торгівля, імпорт, конкурентоспроможність, послуга, товар, торговельне підприємство.

В статье проанализировано современное состояние внешнеэкономической

деятельности торговых предприятий Украины в разрезе их конкурентоспособности на мировом рынке товаров и услуг. Определено, что основой любой конкурентной внешнеэкономической деятельности торговых предприятий является успешное осуществление импортно-экспортных операций субъектами торговли, которое зависит от постоянного оценивания их собственных возможностей и регулярной разработки мер по повышению конкурентоспособности. В ходе исследования проведен анализ основных показателей конкурентоспособности внешнеэкономической деятельности торговых предприятий Украины; рассмотрены объемы импорта и экспорта товаров и услуг; определены причины, которые тормозят развитие внешнеэкономической деятельности Украины; выявлены перспективы, которые стимулируют экспортные процессы и снижают уровень импортной зависимости Украины; сформирован механизм управления конкурентоспособностью торговых предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Ключевые слова: экспорт, внешнеэкономическая деятельность, внешняя торговля, импорт, конкурентоспособность, услуга, товар, торговое предприятие.

The article analyzes the current state of foreign economic activity of trade enterprises of Ukraine in terms of their competitiveness in the world market of goods and services. It has been determined that the basis of any competitive foreign economic activity of trade enterprises is the successful implementation of import and export operations by trade entities, which depends on a constant assessment of their own capabilities and the regular development of measures to increase competitiveness. In the course of this study, the analysis of the main indicators of the competitiveness of foreign economic activity of trade enterprises of Ukraine was carried out; considered the volumes of import and export of goods and services; determined the reasons that hinder the development of foreign economic activity of Ukraine; identified prospects that will help to stimulate export processes and to reduce the level of import dependence in Ukraine; a mechanism for managing the competitiveness of trade enterprises engaged in foreign economic activity has been formed. In this study, an analytical review of Ukraine's foreign trade competitiveness was carried out in the context of studying the following indicators of foreign trade: the volume of exports of goods and services; the volume of imports of goods and services; foreign trade turnover; foreign trade balance; export coverage ratios for imports of goods and services; share in total exports of a specific country or product group; share in total imports of a specific country or product group. As a result, the article identifies the main reasons for the extensive development of foreign trade processes in Ukraine, ranging from the lack of sufficient capital investments for the production of export-oriented volumes of goods and services and ending with the rejection of Ukrainian products on the world market. The main direction of stimulating export production by government and reducing the level of import dependence of Ukraine in order to improve competitiveness of trade enterprises has been determined. As a result, it was concluded that it is necessary to design a mechanism for managing the competitiveness of trade enterprises.

Key words: export, foreign economic activity, foreign trade, import, competitiveness, service, goods, trade enterprise.

Постановка проблеми. У сучасних умовах необхідність вивчення зовнішньоекономічної діяльності як складової частини механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України обумовлена тим, що формування розвинутої ринкової економічної системи країни вимагає її інтеграції у світовий економічний простір. У зв'язку з цим аналіз зовнішньоекономічної діяльності є невід'ємною частиною успішного існування та розвитку торговельних підприємств, тому зумовлює актуальність та доцільність проведення дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний стан та тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності та конкурентоспроможності торговельних підприємств України досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, як В.П. Далик, Н.І. Дуляба [2], А.О. Задоя [3], Н.Г. Калюжна [4], С.П. Кулицький [5], О.В. П'янова, О.С. Ралко [6].

У результаті проведених досліджень вченими виявлено деякі проблеми структурних змін і пріоритетів в контексті зовнішньоекономічної діяль-

ності як складової частини механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України, а також розглянуто питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі. Однак слід відзначити, що в роботах немає єдиного механізму управління конкурентоспроможністю.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає в аналізі зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України та створенні економічного механізму управління їх конкурентоспроможністю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності як складової частини механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України має проводитися шляхом дослідження основних показників її зовнішньоторговельної діяльності, якими є обсяг експорту товарів і послуг; обсяг імпорту товарів і послуг; зовнішньоторговельний обіг; сальдо зовнішньої торгівлі; коефіцієнти покриття імпорту експортом товарів і послуг; частка в загальному обсязі експорту конкретної країни або товарної групи; частка в загальному обсязі імпорту окремої країни або товарної групи. Їх аналіз проводиться на основі статистичних даних Державної служби статистики України за 2017–2019 роки [7, с. 49].

Оскільки метою управління конкурентоспроможністю є ефективне використання конкурентних переваг і забезпечення випуску продукції, яка відповідає заданим вимогам конкуренції на ринку за мінімізації витрат, з урахуванням інтересів споживача й вимог безпеки та екологічності продукції, то необхідно визначити, яка саме продукція є пріоритетною.

Характеризуючи загальну вартість експорту та імпорту товарів і послуг в Україні, можемо відзначити наявність переважно позитивної тенденції. Наприклад, у 2019 році порівняно з попереднім роком було експортовано та імпортовано більше товарів і послуг на 11,8% і 6,7% відповідно. У 2017 році спостерігалась така ж тенденція (16,6% і 23,6% відповідно). Загалом експорт товарів за 2017–2019 роки склав 140 654,3 млн. доларів, що в 3,7 разів більше експорту послуг, а імпорт товарів – 167 595,0 млн. доларів, що у 8,9 разів більше імпорту послуг. Таким чином, у нас є поступове зростання експортних можливостей України та зниження потреби в імпортованих товарах та послугах, що підвищує рівень конкурентоспроможності країни у світі.

У 2019 році Україна експортувала товарів на 5,7% більше, ніж у попередньому році, а імпортувала – на 6,3% більше. Таке зростання частково пов'язано зі збільшенням кількості суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також країн-партнерів. Так, за 2017–2019 роки кількість екс-

портерів збільшилась на 207 фірм, імпортерів – на 4 466 фірм, а країн-партнерів з імпорту – на 12 країн.

Порівняно з 2018 роком експорт послуг у 2019 році зріс на 34,3%, а імпорт – на 10%. За 2017–2019 роки до експорту послуг долучились 2 695 нових підприємств, а до імпорту – 1 702 підприємства. При цьому 3 країни зменшили обсяг експорту послуг, тоді як 10 нових долучились до імпорту.

Якщо ми подивимось на зовнішню торгівлю товарами, то побачимо, що, наприклад, у 2019 році обсяг річної вартості імпорту був в 1,21 рази більше експорту, причиною чого стало перевищення імпорту над експортом у 1,21 рази в країнах ЄС. Ситуація із зовнішньою торгівлю послугами зовсім протилежна товарам. Загальна вартість експорту послуг більше імпорту у 2,25 разів, що обумовлено його перевагою в країнах ЄС у 1,20 рази, а також їх активним розвитком у світі. У попередні роки спостерігаються аналогічні тенденції.

Показники сальдо зовнішньої торгівлі України за 2017–2019 роки виглядають таким чином. Загальний баланс товарів і послуг у 2019 році був негативним (-3 689,1 млн. доларів), що свідчить про перевищення вартості імпорту товарів і послуг над відповідним експортом. Якщо розглядати зовнішньоторговельне сальдо товарної групи, то за 2017–2019 роки спостерігалась стабільно негативна тенденція. Як зазначалося раніше, на відміну від товарів, щодо послуг спостерігається зворотна тенденція стосовно різниці між обсягами експорту та імпорту. Зовнішньоторговельний обіг товарів та послуг за 2017–2019 роки показаний на рис. 1.

На основі вартості експорту та імпорту товарів і послуг розраховується коефіцієнт покриття імпорту експортом, про який можна судити як за позитивним, так і за негативним сальдо зовнішньоторговельного обігу України. Наприклад, у 2019 році коефіцієнт покриття імпорту послуг експортом склав 2,25, отже, відповідний баланс позитивний. Навпаки, в тому ж році коефіцієнт для групи «товари й послуги» дорівнював 0,95. Таким чином, вартість імпорту перевищує над експортом, а це говорить про негативний торговий баланс.

Список країн-партнерів України в розрізі експортно-імпортованих відносин досить великий. Так, найбільш активний і дорогий експорт товарів у 2018–2019 роки Україна здійснювала в такі країни, як Єгипет, Індія, Іспанія, Італія, Китай, Нідерланди, Німеччина, Польща (рис. 2). Наприклад, у 2019 році експорт товарів до Китаю склав 3 593,1 млн. доларів за середньої вартості експорту товарів за групою вибраних країн у 2 518,0 млн. доларів.

Країнами-партнерами, з яких Україна імпортує найбільші обсяги товарів, також є Італія,

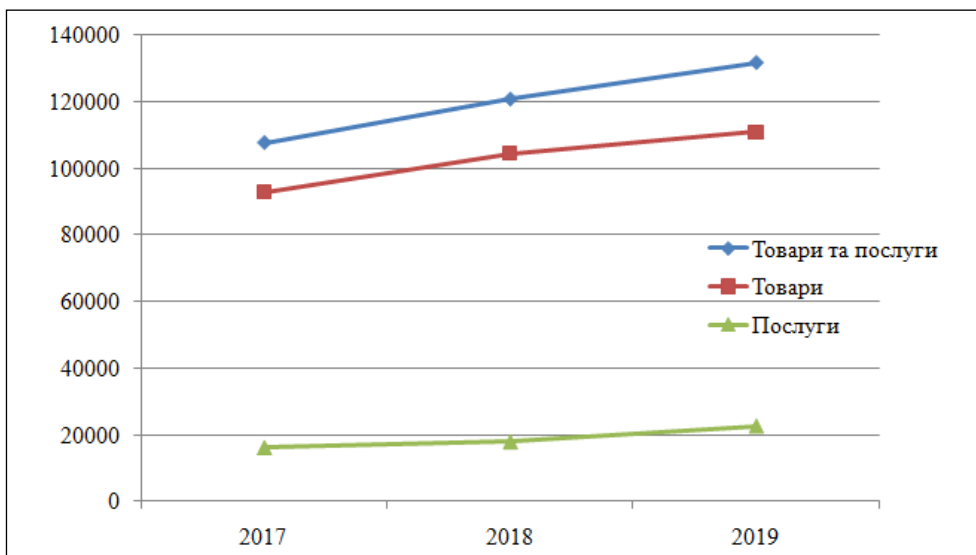


Рис. 1. Український зовнішньоторговельний обіг, млн. дол.

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 9]

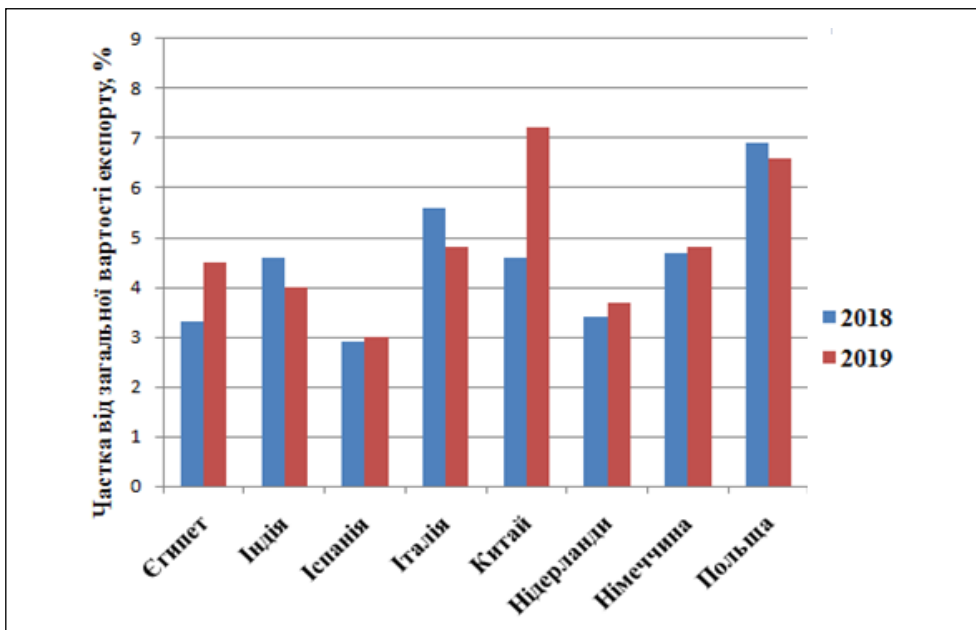


Рис. 2. Основні країни-партнери України в експорті товарів у 2018–2019 роках

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 24]

Китай, Німеччина, Польща, до яких приєднались Білорусь, США, Туреччина, Франція та Швейцарія (рис. 3). Наприклад, обсяг імпорту товарів з Китаю у 2019 році склав 9 204,8 млн. доларів, а з Німеччини він перевищив 5 000 млн. доларів з огляду на те, що середній обсяг імпорту товарів у 2018–2019 роках склав 3 894,6 і 4 099,7 млн. доларів відповідно.

Найменші обсяги товарів Україна експортує таким країнам-партнерам, як Аргентина, Гайана, Гвінея, Еквадор, Ісландія, Колумбія, Люксембург і Хорватія. Найменший імпорт товарів в нашу кра-

їну надходить з Ефіопії, Ємену, Іраку, Катару, Кенії, Лівану, Лівії, Нігерії, Сенегалу та Судану.

До країн, у які Україна експортує найбільші обсяги послуг, можна віднести Ізраїль, Кіпр, Нідерланди, Німеччину, ОАЕ, Польщу, Великобританію, США та Швейцарію (рис. 4). При цьому спостерігалась тенденція до щорічного збільшення вартості експортованих послуг у наведених країнах, а найбільшими споживачами українських послуг були США і Швейцарія (1 288 492,2 та 985 990,5 тис. доларів відповідно, 2019 рік).

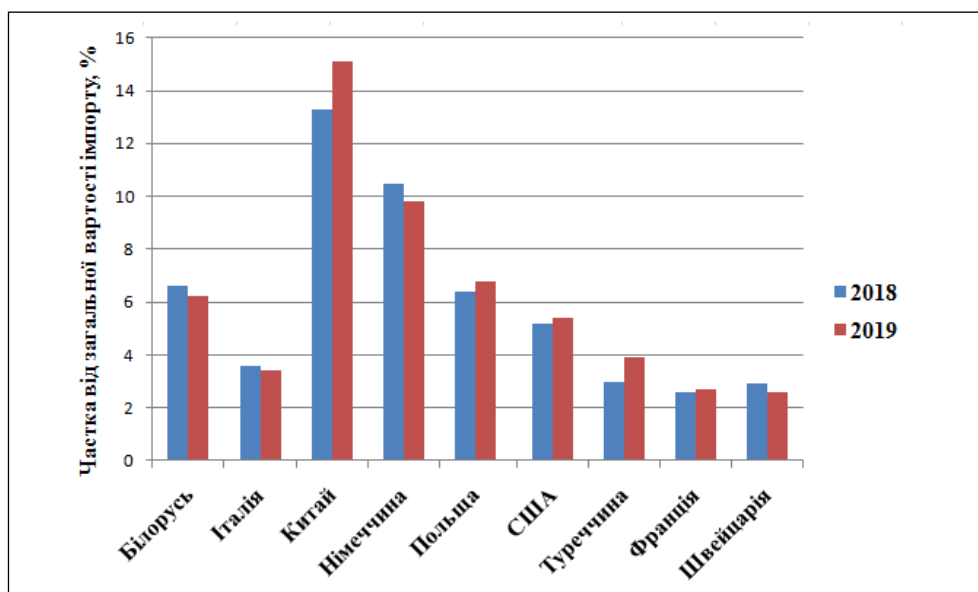


Рис. 3. Основні країни-партнери України в імпорті товарів у 2018–2019 роках

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 24]

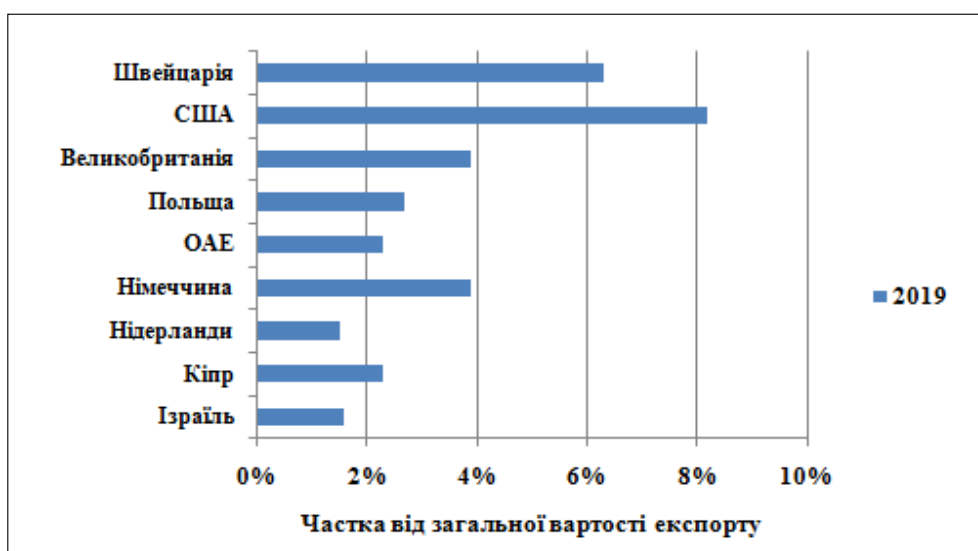


Рис. 4. Основні країни-партнери України в експорті послуг у 2019 році

Найбільші обсяги імпорту послуг спостерігаються з наведених вище країн, за винятком Ізраїлю, Нідерландів та ОАЕ. До основних імпортерів послуг можна також додати Ірландію, Китай та Туреччину (рис. 5). Середня вартість послуг з імпорту для цієї групи у 2018 році склала 349 003,1 тис. доларів, а у 2019 році – 390 231,5 тис. доларів. Можна також виділити Великобританію з річним обсягом імпорту послуг в Україну у 2019 році у 610 773,8 тис. доларів.

Україна експортує дуже невеликі обсяги послуг в такі країни, як Буркіна-Фасо, Джибуті, Камбоджа, Лаоська НДР, Малі, Руанда, Святий Престол, Сомалі, Уругвай і Ямайка. Водночас Україна імпортує дуже мало послуг з Белізу, Гвінеї, Джерсі, Кам-

боджі, Камеруну, Конго, Кот-Д'Івуару, Маршаллових Островів, Сент-Кітс і Невіс та Сьєрра-Леоне.

Отже, базуючись на вищенаведених даних, відзначаємо, що найближчими партнерами України, але водночас і конкурентами є країни ЄС та Китай, отже, саме з цими країнами потрібно розвивати подальші відносини задля підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств на світовому ринку як товарів, так і послуг.

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 116]

Щодо аналізу структури українського експорту товарів і послуг, то він дає можливість визначити, по-перше, яким попитом користуються конкретні види товарів і послуг, по-друге, резерви зрос-

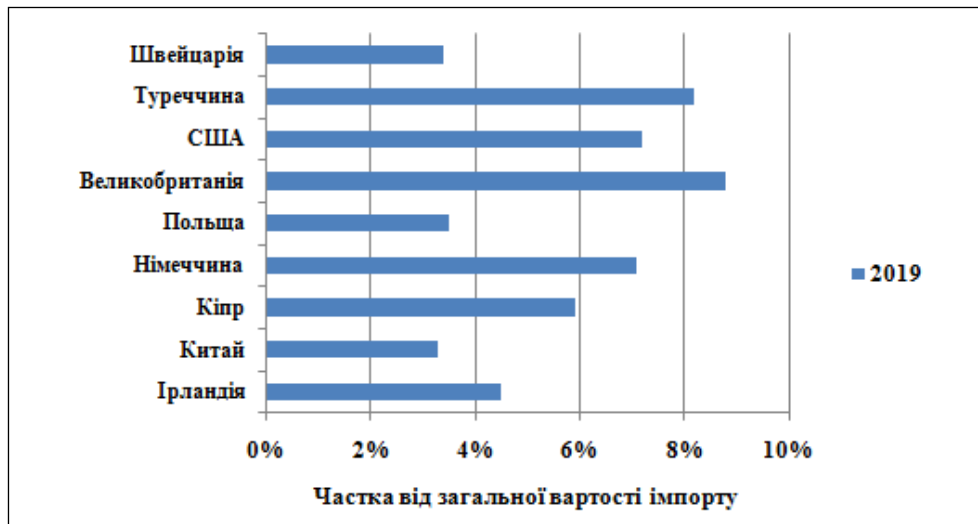


Рис. 5. Основні країни-партнери України в імпорті послуг у 2019 році

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 116]

тання цього попиту. Отже, буде чітко зрозуміло, які товари й послуги країна не зможе виробляти в достатніх кількостях для задоволення власних потреб сьогодні і в найближчому майбутньому через брак сировини й виробничих потужностей, а які зможе. Ця структура деякою мірою демонструє рівень конкурентоспроможності на світовому ринку товарів і послуг.

Аналіз структури товарного експорту показав, що найбільші частки у 2018–2019 роках мали промислові товари, класифіковані головним чином за видом матеріалу, та харчові продукти й живі тварини, напої та тютюн [7, с. 95]. Середня частка в загальному обсязі експорту товарів за цими двома товарними категоріями склала 24,4% і 29,6% відповідно за аналізований період. Найменша частка в загальному експорті товарів припадала на мінеральне паливо, мастила та аналогічні матеріали (1,72%), а також на товари й операції, не включені в інші категорії МСТК (0,45%).

Інформація щодо товарної структури імпорту України відображає його найбільшу частку в групах «Машинне і транспортне устаткування» і «Мінеральне паливо, мастила та аналогічні матеріали» (в середньому 30,5% і 21,7% відповідно за 2018–2019 роки). Найменшу частку в загальному обсязі імпорту товарів отримали тваринні й рослинні олії, жири та воски (0,4%). Це пов'язано з високим рівнем самозабезпеченості країни цими видами продукції та відносним розвитком нафтопереробної промисловості.

У розрізі експорту послуг з України найбільшим попитом користуються транспортні послуги, загальна вартість яких у 2019 році зросла на 55,7% порівняно з 2018 роком, притому, що середня частка експорту цієї групи послуг у загальному обсязі експорту послуг України склала 54,3%. Друге місце посідають послуги у сфері телеко-

мунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги (16,5%), а найменше Україна експортує державні та урядові послуги, послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги, роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності (менше 0,5%).

Найменше Україні потрібно імпортувати послуги з переробки матеріальних ресурсів, послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги, а також послуги з будівництва. Найбільші обсяги імпорту послуг спостерігаються в категоріях «Транспортні послуги», «Ділові послуги» та «Послуги, пов'язані з подорожами». Їх середня частка за 2018–2019 роки склала 22,9%, 20,8% і 17,2% відповідно. Однак якщо в першій та третій групах спостерігається зростання цих вартостей порівняно з минулим роком на 6,4% і 31,2% відповідно, то щодо ділових послуг, навпаки, відбулося зниження на 2,0%, що вказує на поступовий розвиток бізнесу, підвищення кваліфікації працівників на території України, їх краще розуміння бізнес-процесів, відповідно, створення більш конкурентного середовища.

Таким чином, за провідними категоріями як з точки зору експорту, так і щодо імпорту спостерігається тенденція до активізації зовнішньоекономічної діяльності України, отже, до підвищення рівня її конкурентоспроможності та визнання на світовому ринку товарів та послуг.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств проводиться для оцінювання власних можливостей на ринку товарів та послуг, розроблення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства, а також забезпечення максимального прибутку.

На підставі оцінювання стану торговельного підприємства, а також з урахуванням аналізу впливу факторів зовнішнього й внутрішнього

середовища підприємства встановлюється стратегічна мета, якою може бути досягнення стійкого зростання прибутку. Ця стратегічна мета може бути розділена на такі підцілі: збільшення частки ринку, збільшення обсягу продажів, підвищення ціни, зниження витрат на виробництво продукції. Їх досягнення буде здійснюватися шляхом реалізації певних стратегій на відповідних управлінських рівнях підприємства.

Після етапу обґрунтування цілей і розроблення конкурентної стратегії настає етап її реалізації. Виконання будь-якої стратегії передбачає проведення необхідних змін, без яких навіть найкраща, на думку торговельного підприємства, стратегія може зазнати поразки. Найбільш часто ці зміни зачіпають місію підприємства та організаційну структуру управління. Під час розроблення механізму управління конкурентоспроможністю необхідно також враховувати зміну соціальних, політичних, демографічних, екологічних та інших умов.

Ґрунтуючись на наведених вище даних, ми розробили загальний механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України для ринку товарів та послуг (рис. 6).

Висновки з проведеного дослідження.

На підставі проведеного аналізу зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України у розрізі конкурентоспроможності визначено, що країна має як експортний потенціал, так і залежність від імпорту за окремими категоріями товарів і послуг. Виявлено, що торговельні підприємства співпрацюють здебільшого з країнами ЄС та Китаєм. При цьому Україна має зовнішньоторговельні зв'язки й наміри співпрацювати як з більш розвиненими країнами світу, так і з країнами з низьким економічним потенціалом. Виявлено, що аналіз зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств проводиться для оцінювання власних можливостей, забезпечення максимального прибутку, а також розроблення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства. Зроблено висновок про те, що тільки комплексний механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України дасть змогу покращити їх зовнішньоекономічну діяльність в мінливих умовах зовнішнього середовища України.



Рис. 6. Механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [1, с. 134]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондар В.Ю. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. *Розвиток підприємництва як фактор росту національної економіки* : праці XIII міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 26 листопада 2014 року). Київ : НТУУ «КПІ», 2014. С. 134.
2. Далик В.П., Дуляба Н.І. Зовнішня торгівля України: реалії та перспективи розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 7. Ч. 1. С. 110–113.
3. Задоя А.О. Зовнішня торгівля України: сучасні масштаби, структура і тенденції. *Академічний огляд*. 2016. № 2 (45). С. 110–117.
4. Калюжна Н.Г. Зовнішня торгівля України: методологія дослідження. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2017. № 1. С. 16–31.
5. Кулицький С.П. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі. *Україна: події, факти, коментарі*. 2015. № 23. С. 49–59.
6. П'янкova О.В., Ралко О.С. Зовнішня торгівля України: проблематика структурних змін та пріоритетів. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 65–71.
7. Зовнішня торгівля України : статистичний збірник / ред. А.О. Фризоренко. Київ : Державна служба статистики України, 2020. 166 с.

REFERENCES:

1. Bondar V.Yu. (2014) *Efektivnist zovnishnoekonomichnoi diialnosti vitchyznianskykh pidpriemstv [Efficiency of foreign economic activity of domestic enterprises]*. Development of entrepreneurship as a factor of growth of the national economy : works of the XIII intern. scient.-pract. conf., Kyiv: NTUU "KPI".

ciency of foreign economic activity of domestic enterprises]. *Development of entrepreneurship as a factor of growth of the national economy* : works of the XIII intern. scient.-pract. conf., Kyiv: NTUU "KPI".

2. Dallyk V.P., Duljaba N.I. (2016) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: realiji ta perspekty vyrozvytku [Foreign trade of Ukraine: realities and prospects of development]*. *Scientific Bulletin of Uzhgorod national University*, vol. 7, pp. 110–113.

3. Zadoja A.O. (2016) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: suchasni masshtaby, struktura i tendenciji [Foreign trade of Ukraine: current scale, structure and trends]*. *Academic review*, no. 2 (45), pp. 110–117.

4. Kaljuzhna N.G. (2017) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: metodologhija doslidzhennja [Foreign trade of Ukraine: research methodology]*. *Foreign trade: economics, finance, law*, no. 1, pp. 16–31.

5. Kulyckyj S.P. (2015) *Pytannja transformaciji ukrajinskoji zovnishnjoji torghivli na suchasnomu etapi [Issues of transformation of Ukrainian foreign trade at the present stage]*. *Ukraine: events, facts, comments*, no. 23, pp. 49–59.

6. P'jankova O.V., Ralko O.S. (2016) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: problematyka strukturykh zmin ta priorytetiv [Foreign trade of Ukraine: problems of structural changes and priorities]*. *Economy and society*, vol. 5, pp. 65–71.

7. Fryzorenko A.O. (2020) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: statystychnyj zbirnyk [Foreign trade of Ukraine: statistical collection]*, Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy.

СТРАТЕГІЯ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ INTEGRATION STRATEGY OF HOTEL ENTERPRISES

УДК 338.486

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-31>

Шацька З.Я.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та сфери обслуговування
Київський національний університет
технологій та дизайну

Романченко А.О.

магістрант
Київський національний університет
технологій та дизайну

Shatska Zorina

Kyiv National University of Technology
and Design

Romanchenko Anna

Kyiv National University of Technology
and Design

У статті визначено, що готельне господарство входить до складових частин туристичної індустрії України і сьогодні стикається з низкою проблем, ускладнених впливом пандемії COVID-19, перебуваючи в кризовому стані. Доведено, що одним зі шляхів виходу вітчизняних готельних підприємств з кризи є консолідація їх діяльності шляхом інтеграції і переходу до стратегічного управління, основу якого становить розроблення стратегії. З'ясовано, що інтеграція готельних підприємств відбувається у трьох напрямках, отже, буває мінімальною, частковою, повною. Стратегія мінімальної інтеграції – це часткове об'єднання напрямів діяльності готельних підприємств шляхом їх включення до систем бронювання. За стратегії часткової інтеграції об'єднуються елементи готельного підприємства та його підрозділів з формуванням ресторанно-готельних комплексів. За стратегії повної інтеграції об'єднуються власність, ресурси, сфери діяльності готельних підприємств та утворюються гібрид-готелі, концептуальні хостели, національні та транснаціональні готельні мережі.

Ключові слова: індустрія гостинності, підприємства готельної сфери, стратегічне управління, стратегія мінімальної інтеграції, стратегія часткової інтеграції, стратегія повної інтеграції.

В статье определено, что гостиничное хозяйство входит в составляющие тури-

стической индустрии Украины и сегодня сталкивается с рядом проблем, осложненных влиянием пандемии COVID-19, находясь в кризисном состоянии. Доказано, что одним из путей выхода отечественных гостиничных предприятий из кризиса является консолидация их деятельности путем интеграции и перехода к стратегическому управлению, основу которого составляет разработка стратегии. Выяснено, что интеграция гостиничных предприятий происходит в трех направлениях, итак, бывает минимальной, частичной, полной. Стратегия минимальной интеграции – это частичное объединение направлений деятельности гостиничных предприятий путем их включения в системы бронирования. При стратегии частичной интеграции объединяются элементы гостиничного предприятия и его подразделений с формированием ресторанно-гостиничных комплексов. При стратегии полной интеграции объединяются собственность, ресурсы, сферы деятельности гостиничных предприятий и образуются гибриды-отели, концептуальные хостелы, национальные и транснациональные гостиничные сети.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, предприятия гостиничной сферы, стратегическое управление, стратегия минимальной интеграции, стратегия частичной интеграции, стратегия полной интеграции.

It is determined that the hotel industry is part of the tourism industry of Ukraine and today faces a number of operational problems complicated by the impact of the COVID-19 pandemic, being in crisis. It is proved that one of the effective ways out of the crisis of domestic hotel enterprises is the consolidation of their activities through integration. To do this, the hotel industry is invited to move to strategic management, which is based on the development of long-term strategy. It was found that the process of integration of hotel enterprises can take different forms in space and time. This determines the three possible directions of integration of hotel enterprises, namely: minimal; partial; full. An appropriate strategy is being developed for each area of integration. The strategy of minimum integration provides for the partial integration of certain activities of hotel enterprises by including a separate hotel enterprise in the national or international reservation system. When using the strategy of partial integration, the elements of the hotel enterprise and its subdivisions participating in the integration process are united with the formation of restaurant and hotel complexes. It was found that the restaurant and hotel complex includes several areas and activities in one building: restaurant, hotel, parking, etc. In Kyiv alone, there are more than a dozen such establishments that are in demand among tourists. The strategy of full integration unites the property, resources, and spheres of activity of the merging hotel enterprises. As a result of full integration, hybrid hotels, concept hostels, national hotel chains and transnational hotel chains are formed. It was found that combo hotels, as a new type of hotel is a tourist business structure, which has in one building rooms of different classes with a wider range of services for different categories of tourists, and have a wide range of additional services such as parking or lobby, gyms or meeting rooms. In the future it is necessary to forecast the development of international and national hotel chains in Ukraine, which are currently at the stage of formation and transition of domestic hotel enterprises to the strategy of full integration.

Key words: hospitality industry, hotel enterprises, strategic management, minimum integration strategy, partial integration strategy, full integration strategy.

Постановка проблеми. Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг [6]. Однією з основних складових частин туристичної індустрії України є готельне господарство. Так, у 2019 році загальна пропозиція готелів різних категорій становила 10 900 номерів, з яких 3 927 трьохзіркових, 36 224 чотирьохзіркових, 1 518 п'ятизіркових [1]. Однак розвиток готельного господарства в Україні сьогодні стримується низкою чинників, а саме економічною кризою в державі, недосконалою

податковою системою, високими орендними ставками, низьким платоспроможним попитом туристів. Однак сьогодні вітчизняна готельна сфера зазнала найсерйозніших проблем внаслідок впливу пандемії COVID-19 та введення карантинних обмежень у державі. Після завершення карантину вітчизняна готельна сфера потребуватиме відновлення, що визначає необхідність пошуку нових ефективних форм виходу готельних підприємств з кризи та недопущення їх банкрутства. Одним з ефективних шляхів виходу вітчизняних готельних підприємств з кризи є консолідація їх діяльності шляхом інтеграції [9], тому потребують поглиблених досліджень питання формування та

особливостей реалізації стратегії інтеграції підприємств готельної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням особливостей підприємств готельно-ресторанної сфери присвячено багато праць вітчизняних науковців, таких як В. Берещак, І. Горобчук, Г. Довгаль, Н. Данько, О. Ложачевська, А. Парфіненко, В. Щербань. Їхні праці присвячені розгляду питань функціонування підприємств готельно-ресторанної сфери в умовах глобалізованого середовища й не приділяють достатньої уваги проблемам їх управління та розробленню стратегій. Водночас дослідження управління підприємствами готельно-ресторанної сфери ускладнюються низкою проблем, зокрема термінологічного характеру. У нормативних документах та науковій літературі немає однозначного визначення понять «готель», «готельне господарство», «готельна послуга». Закон «Про туризм» відносить готельне господарство до індустрії туризму [7, с. 8]. Саме тому потребує подальших поглиблених досліджень проблема стратегічного управління підприємствами готельно-ресторанної сфери та формування стратегії в умовах інтегрованого простору.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз інтеграційних процесів на вітчизняному ринку гостинності та розроблення пропозицій щодо впровадження стратегії інтеграції на підприємствах готельної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наростаюча конкуренція на ринку гостинності, прагнення вітчизняних готельних підприємств до підвищення прибутковості, зниження рівня платоспроможності туристів, особливо впровадження обмежень діяльності готелів внаслідок введення карантинних заходів спонукають підприємства готельної сфери до необхідності диверсифікації бізнесу шляхом надання додаткових і супутніх послуг, об'єднання з аналогічними підприємствами для нарощення потенціалу. Формування та вжиття цих заходів не є можливими без чіткого прогнозування напрямку подальшого розвитку готельного підприємства, що досягається шляхом переходу підприємств готельної сфери до використання стратегічного управління й розроблення відповідної стратегії.

Стратегія – це довгостроковий план дій, що відповідають цілям та завданням підприємства. Вона спрямована на довгострокову перспективу і є джерелом управлінських рішень, зорієнтованих на досягнення місії як довгострокової мети й використання можливостей розвитку підприємства у зовнішньому середовищі. Залежно від різних критеріїв науковці розрізняють велику кількість стратегій. З точки зору масштабу бізнесу прийнято виділяти стратегію диверсифікації, стратегію вузької спеціалізації та стратегію інтеграції. Об'єднання

готельних підприємств є можливим за умови розроблення саме стратегії інтеграції як загальнокорпоративної стратегії. Під стратегією інтеграції (або інтеграційною стратегією) прийнято розуміти сукупність рішень, які визначають інтеграційні функціонально-управлінські види взаємодій підприємств з іншими підприємствами [2]. В умовах світової глобалізації та інтеграції, як зазначають відомі вчені та фахівці, «готельна справа як самостійна одинична діяльність окремого підприємства приречена на тупикову ситуацію розорення бізнесу» [7, с. 17]. За таких складних умов більш доцільною є організація спільної діяльності підприємств готельної сфери.

З огляду на те, що процес інтеграції може відбуватися у різних формах у просторі та часі, можливими є три напрями інтеграції готельних підприємств, а саме мінімальна, часткова, повна. Це зумовлює відповідні стратегії інтеграції (табл. 1).

Таблиця 1

Види стратегії інтеграції підприємств готельної сфери

Напрямок інтеграції	Стратегія інтеграції
мінімальна	стратегія мінімальної інтеграції
часткова	стратегія часткової інтеграції
повна	стратегія повної інтеграції

За стратегії мінімальної інтеграції відбувається часткове об'єднання окремих напрямів діяльності готельних підприємств. Наприклад, включення окремого готельного підприємства до національної або міжнародної системи бронювання. Комп'ютерні системи бронювання мають великий вплив на всю туристичну сферу, оскільки надають не тільки авіапослуги, але й послуги проживання в готелях, оренду автомобілів, круїзні поїздки, інформацію про місце перебування, курси валют, повідомлення про погодні умови, автобусне й залізничне сполучення [5]. Отже, такі системи дають змогу підприємствам готельної сфери включити свої послуги з проживання в готелі до туристичної послуги, отримати більш широкі можливості поширення завдяки роботі туроператорів.

Під час використання стратегії часткової інтеграції відбувається об'єднання елементів готельного підприємства і його підрозділів, що беруть участь в інтеграційному процесі (бізнес-стратегія, асортимент послуг, ринковий портфель, навіть операційна модель). Результатом такого інтеграційного процесу буде формування готельного комплексу з єдиною бізнес-стратегією, операційною та фінансовою моделлю, об'єднаними портфелями ринків і продуктів. Під готельним комплексом розуміється самостійна одиниця, окремий об'єкт «складної системи економічних відносин», «важливого елементу соціальної сфери», «детермінованих систем, які включають одразу кілька сфер і

видів діяльності, зокрема будівництво, номерний фонд і офісні приміщення, системи тепло- та життєзабезпечення, ресторани, кухню, магазини, автопарки» [7, с. 18]. В результаті такої стратегії утворюються ресторанно-готельні комплекси (табл. 2).

За стратегії повної інтеграції здійснюється об'єднання власності, ресурсів, сфер діяльності готельних підприємств, що об'єднуються. Такий вид інтеграції супроводжується перевагами економії на масштабах і зниженням витрат на надання послуг готельним підприємством. В результаті повної інтеграції утворюються такі інтеграційні форми підприємств в індустрії гостинності:

- гібрид-готелі (комбо-готелі) та концептуальні хостели;
- національні готельні ланцюги («Турист», «Reikartz» тощо);
- транснаціональні готельні мережі («Hilton International», «Nikko Hotels» тощо).

Гібрид-готелі (комбо-готелі) як новий тип готелів є результатом об'єднання туроператорів і готельних підприємств [9]. Комбо-готелі як туристична підприємницька структура мають в одній будівлі номери різних класів з більш та менш широким спектром послуг для різних категорій туристів, діляться зручностями або елементами готелю, такими як парковка або лобі, приміщення для тренажерних залів або приміщення для зустрічей [8]. Так, наприклад, компанія «InterContinental Hotels Group» (IHG) за цією технологією створила кілька готелів, що займаються спільною фірмою, у США та Канаді. У Канаді є готелі «Holiday Inn Express» і «Candlewood Suites» в Едмонтоні, а також об'єкти, що працюють в трубопроводі, включаючи «Staybridge Suites» і «Holiday Inn Express» в Саскатунському університеті [11]. Так, у Києві 2019 року відкрилося кілька оригінальних об'єктів, а також перший у світі хостел у колишніх вагонах метро на Подолі. Номерний фонд готелів столиці збільшився протягом 2019 року лише на 110 номерів. Після реконструкції введено в експлуатацію butik-готель «Riviera House» (65 номерів) і другий корпус «Amarant Hotel 3*» (45 номерів) [1].

Об'єднання декількох готелів в єдину мережу, які мають єдиний бренд, єдині стандарти обслу-

говування туристів, спричинило формування національних готельних ланцюгів. До ознак переходу готелю в готельну мережу [3] належать такі:

- єдина стратегія функціонування (стандартизація обслуговування, маркетингу, продажів);
- єдина структура об'єднаних у мережі готелів;
- формальні елементи, що забезпечують позитивне сприйняття мережі (торгова марка (бренд), єдність стиля (архітектура й інтер'єр), позначень та зовнішньої інформації, схожість у територіальному розташуванні);
- однаковий рівень обслуговування та комфорту;
- єдине управління (адміністрація мережі або професійна управляюча компанія за контрактом або за договором франчайзингу).

Готельна мережа є взаємопов'язаною системою аналогічних готельних об'єктів, централізовано керованих під одним брендом, що використовують єдині стратегічні дії (стандарти якості, обслуговування, постачання, концепція просування продукту) на основі загальної системи інформаційної взаємодії (системи бронювання та глобальні дистрибутивні системи) [3]. Сьогодні в Україні функціонує три найбільші національні готельні мережі (табл. 3).

Таблиця 3

Національні готельні мережі України

Назва національної готельної мережі	Рік заснування	Кількість готелів, що входять до складу мережі
Premier Hotel	2000	7
Reikartz	2003	18
Royal Hospitality Group	2005	12

Незважаючи на функціонування трьох великих національних мереж, в Україні спостерігається «нестача великих мережевих готелів з гарантованим високим рівнем сервісу, котрі користуються популярністю у міжнародних туристів» [10]. Це зумовлено тим, що готельна мережа має відповідати високим стандартам обслуговування, якості

Таблиця 2

Ресторанно-готельні комплекси м. Києва та області

Назва ресторанно-готельного комплексу	Місце розташування	Вартість проживання за ніч, грн.
Siesta	м. Київ, вул. Нікольська, 2	1 200
Жуляни-Сіті	м. Київ, вул. Велика Кільцева, 100	850
Вікторія	м. Київ, вул. Тулузи, 3Б	900
TerraNova Sport&Spa Hotel	с. Гатне, вул. Інститутська, 73	1 580
Райський дворик	м. Бровари, вул. Погребський шлях, 26	600
Царград	с. Мила, вул. Комарова, 21/23	1 339
Biruz Club	с. Святопетрівці, вул. Б. Хмельницького, 28а	882

Топ-10 міжнародних готельних мереж у 2020 році [12]

Місце в рейтингу	Назва міжнародної готельної мережі	Місце розташування	Номерний фонд
1	Marriott International	м. Беседза, штат Меріленд, США	1 344 552
2	Jin Jiang International Holdings Co. Ltd.	м. Шанхай, Китай	8 715
3	Oyo Rooms	м. Гуруграм, Індія	17 344
4	Hilton Worldwide Holdings	м. Маклін, штат Вірджинія, США	5 865
5	IHG (InterContinental Hotels Group)	м. Атланта, штат Джорджія, США	5 603
6	Wyndham Hotels & Resorts	м. Пенсильванія, штат Нью-Джерсі, США	9 200
7	Accor	м. Париж, Франція	4 780
8	Choice Hotels International	м. Роквільд, штат Меріленд, США	7 021
9	Huazhu Group Ltd	м. Шанхай, Китай	4 290
10	BTG Hotels Group Co	м. Бейджинг, Китай	4 009

сервісу, вимогам до будівлі закладу та системи управління готелем, які висувають транснаціональні готельні мережі. Більшість українських готелів не відповідає міжнародним стандартам щодо якості обслуговування туристів. Створення готелю, що відповідатиме усім вимогам та зможе працювати під пізнаванням міжнародним брендом або для формування власного бренду, потребує чималих капіталовкладень, які відсутні у національних мережевих готелів.

У світі нараховується 325 найсильніших готельних мереж, що увійшли до рейтингу “352 Hotels” [12]. Топ-10 міжнародних готельних мереж у 2020 році представлено в табл. 4. За даними рейтингу, у 2020 році азійські готельні мережі, такі як “New Century Hotels & Resorts”, “The Ascott Ltd.” та “Greenland Hotel and Tourism Group”, демонструють вражаючий ріст, тоді як мережі “Marriott”, “Hilton”, “IHG”, “Wyndham” та “Accor” підтримують стабільний, але впевнений ріст.

Як засвідчує міжнародний досвід, перехід до використання стратегії повної інтеграції є більш ефективним для підприємств готельної сфери, що інтегруються, ніж незалежна діяльність окремого готелю. Консолідована діяльність готелів є більш економічно ефективною, дає змогу отримати більші прибутки, знизити витрати на утримання готелю, підвищити конкурентоспроможність закладу за рахунок отримання відомого світового бренду, забезпечує подальший розвиток підприємства. Сьогодні готельні мережі охоплюють 30% готельного ринку світу, понад 200 корпорацій, з яких 25 є найбільшими й контролюють 25% світового профільного ринку. За кількістю готелів, об'єднаних у готельні мережі, у Європі лідирує Велика Британія, де розташовано 15% готельних груп. У Франції зосереджено 10% таких мереж, в Іспанії – 5%, у Швейцарії – 5% усіх готельних мереж світу. Практика ведення готельного бізнесу свідчить про те, що готелі, які входять у мережу, мають на 60% більше прибутку, ніж незалежні готелі [4].

Висновки з проведеного дослідження. Для подальшого розвитку вітчизняні готельні підприємства мають перейти до використання стратегічного управління й розроблення відповідної стратегії. Найбільш ефективною в сучасних умовах є стратегія інтеграції як загальнокорпоративна стратегія, що використовується задля об'єднання готельних підприємств. Під час використання стратегії мінімальної інтеграції відбувається часткове об'єднання окремих напрямів діяльності готельних підприємств. Якщо використовується стратегія часткової інтеграції, то відбувається об'єднання елементів готельного підприємства і його підрозділів з утворенням ресторанно-готельних комплексів. За стратегії повної інтеграції здійснюється об'єднання власності, ресурсів, сфер діяльності готельних підприємств, що об'єднуються та утворюють гібрид-готелі (комбо-готелі), концептуальні хостели, національні готельні ланцюги, транснаціональні готельні мережі. В подальшому слід прогнозувати розвиток міжнародних та національних готельних мереж в Україні, які зараз перебувають на стадії становлення. Однак внаслідок впливу пандемії COVID-19 та введення карантинних обмежень в туристичній сфері та індустрії гостинності цей розвиток може тимчасово призупинитися.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Берещак В. Огляд ринку готелів. *Ексклюзив*. 19.01.2000. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/oglyad-rinku-goteliv-sho-vidbuvayetsya-z-gotelyami-v-ukrayini> (дата звернення: 30.09.2020).
2. Горобчук І. Типологія інтеграційних стратегій як напрямків розвитку підприємства в глобальному середовищі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. Вип. 14. Ч. 2. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_14/56.pdf (дата звернення: 30.09.2020).
3. Довгаль Г., Данько Н. Міжнародні готельні мережі: світовий досвід для України : колективна монографія / за заг. ред. А. Парфіненка. Хар-

ків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 412 с. URL: <http://ekhnuir.univer.kharkov.ua/handle/123456789/13340> (дата звернення: 30.09.2020).

4. Ложачевська О., Щербань В. Перспективи розвитку іноземних готельних мереж в Україні. *Економічний простір*. 2018. № 136. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/download/281/270> (дата звернення: 30.09.2020).

5. Мельниченко С. Автоматизовані системи бронювання в туризмі. *Культура народів Причорномор'я*. 2008. № 140. С. 96–100. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko7.htm (дата звернення: 30.09.2020).

6. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 року № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 30.09.2020).

7. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації : монографія / за заг. ред. В. Зайцевої. Запоріжжя : ЗНТУ. 2018. URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/3231/1/Zajtseva_Strategic_Management.pdf (дата звернення: 30.09.2020).

8. Шацька З., Мельник А. Система інтеграції туристичних підприємств. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності*. 2020. № 1. С. 10–15.

9. Шацька З., Шевель А. Організація роботи підприємств готельної сфери в умовах пандемії COVID-19. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8249> (дата звернення: 30.09.2020).

10. Якимчук І. В Україні зростає тренд на мережеві готелі. *Vezha*. URL: <https://vezha.net.ua/business/v-ukrayini-zrostaeye-trend-na-merezhevi-goteli> (дата звернення: 30.09.2020).

11. Venetis T. How co-branding hotels can offer broader market. *Hotelier*. 2018. URL: <https://www.hoteliermagazine.com/how-co-branding-hotels-can-offer-broader-market-reach> (дата звернення: 30.09.2020).

12. 325 hotels. *Hotels*. July/August. 2020. P. 23–30. URL: <http://www.hotelsmag.com> (дата звернення: 30.09.2020).

REFERENCES:

1. Bereschak V. (2020) Hotel market overview. *Ekskluziv*. Available at: <https://thepage.ua/ua/exclusive/oglyad-rinku-goteliv-sho-vidbuvayetsya-z-gotelyami-v-ukrayini> (accessed 30 September 2020).

2. Horobchuk I. (2015) Typolohiia intehratsiynikh stratehiy iak napriamkiv rozvytku pidpriemstva v hlobal'nomu seredovyschi [Typology of integration strategies as directions of enterprise development in the global environment]. *Naukovyj visnyk Khersons'koho*

derzhavnoho universytetu. Serii Ekonomichni nauky, vol. 14, part 2. Available at: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_14/56.pdf (accessed 30 September 2020).

3. Dovhal H., Dan'ko N. (ed.) (2017) *Mizhnarodni hotel'ni merezhi: svitoviy dosvid dlia Ukrainy* [International hotel chains: world experience for Ukraine]. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina. Available at: <http://ekhnuir.univer.kharkov.ua/handle/123456789/13340> (accessed 30 September 2020).

4. Lozhachevs'ka O., Scherban' V. (2018) *Perspektyvy rozvytku inozemnykh hotel'nykh merezh v Ukraini* [Prospects for the development of foreign hotel chains in Ukraine]. *Ekonomichnyj prostir*, vol. 136. Available at: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/download/281/270> (accessed 30 September 2020).

5. Mel'nychenko S. (2008) *Avtomatyzovani systemy broniuвання v turyzmi* [Automated reservation systems in tourism]. *Kul'tura narodov Prychornomor'ia*, vol. 140, pp. 96–100. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko7.htm (accessed 30 September 2020).

6. KМУ. (2017). *Zakon.rada.gov.ua: Pro skhvalenia Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku* : Rozporiadzhennia vid 16 bereznia 2017 roku № 168-r. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (accessed 30 September 2020).

7. Zajtseva V. (2018) *Stratehichne upravlinnia hotel'nykh pidpriemstvamy v umovakh hlobalizatsii* [Strategic management of hotel enterprises in the context of globalization]. Zaporizhzhia: ZNTU. Available at: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/3231/1/Zajtseva_Strategic_Management.pdf (accessed 30 September 2020).

8. Shats'ka Z., Mel'nyk A. (2020) *Systema intehratsii turystychnykh pidpriemstv* [System of integration of tourist enterprises]. *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu kul'tury i mystetstv. Serii: Menedzhment sotsiokul'turnoi diial'nosti*, vol. 1, pp. 10–15.

9. Shats'ka Z., Shevel' A. (2020) *Orhanizatsiia roboty pidpriemstv hotel'noi sfery v umovakh pandemii COVID-19* [Organization of work of hotel enterprises in the conditions of pandemic COVID-19]. *Efektivna ekonomika*, vol. 10. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8249> (accessed 30 September 2020).

10. Yakymchuk I. (2019). *Ukraini zrostaie trend na merezhevi hoteli*. *Vezha*. Available at: <https://vezha.net.ua/business/v-ukrayini-zrostaeye-trend-na-merezhevi-goteli> (accessed 30 September 2020).

11. Venetis T. (2018). *How Co-Branding Hotels Can Offer Broader Market Reach*. Retrieved from: <https://www.hoteliermagazine.com/how-co-branding-hotels-can-offer-broader-market-reach> (accessed 30 September 2020).

12. *Hotelsmag*. (2020). *325 hotels. Hotels. July/August*. 2020, pp. 23–30. Retrieved from: <http://www.hotelsmag.com> (accessed 30 September 2020).

РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ
І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКАОЦІНЮВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО
ЕКОНОМІЧНОГО РЕГІОНУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ УКРАЇНИEVALUATION OF LABOR PRODUCTIVITY OF THE BLACK SEA ECONOMIC
REGION AT THE CURRENT STAGE OF UKRAINE'S DEVELOPMENT

У статті проаналізовано основні показники, що характеризують розвиток Причорноморського економічного регіону, які дали змогу отримати інформацію щодо внеску його суб'єктів, зокрема суб'єктів Одещини, Миколаївщини та Херсонщини, в економіку України, такі як зайнятість, створення валового регіонального продукту. Здійснено розрахунок реального розміру продуктивності праці (з урахуванням рівня споживчих цін та рівня тіньової економіки) по Україні та Причорноморському економічному регіону, зокрема по Одеській, Миколаївській та Херсонській областях. Розраховано темпи приросту (зменшення) продуктивності праці по Україні та Причорноморському економічному регіону, проаналізовано відповідну динаміку. Проведено порівняння продуктивності праці щодо окремих країн світу в доларах США за паритетом купівельної спроможності з розрахованим гіпотетичним значенням по Україні на прикладі 2019 року. Проведено SWOT-аналіз розвитку Причорноморського економічного регіону задля визначення основних сильних і слабких його сторін, можливостей і загроз, що є основою визначення стратегічних пріоритетів та резервів зростання продуктивності праці.

Ключові слова: Причорноморський економічний регіон, продуктивність праці, зайнятість, валовий регіональний продукт, SWOT-аналіз.

В статье проанализированы основные показатели, характеризующие разви-

тие Причерноморского экономического региона, которые позволили получить информацию о вкладе его субъектов, в частности субъектов Одесской, Николаевской и Херсонской областей, в экономику Украины, такие как занятость, создание валового регионального продукта. Осуществлен расчет реального размера производительности труда (с учетом уровня потребительских цен и уровня теневой экономики) по Украине и Причерноморскому экономическому региону, в частности по Одесской, Николаевской и Херсонской областям. Рассчитаны темпы прироста (убыли) производительности труда по Украине и Причерноморскому экономическому региону, проанализирована соответствующая динамика. Проведено сравнение производительности труда по отдельным странам мира в долларах США по паритету покупательной способности с рассчитанным гипотетическим значением по Украине на примере 2019 года. Проведен SWOT-анализ развития Причерноморского экономического региона с целью определения основных сильных и слабых его сторон, возможностей и угроз, что является основой определения стратегических приоритетов и резервов роста производительности труда.

Ключевые слова: Причерноморский экономический регион, производительность труда, занятость, валовой региональный продукт, SWOT-анализ.

УДК 331.101.6

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-32>

Заюков І.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри безпеки
життєдіяльності
та педагогіки безпеки

Вінницький національний технічний
університет

Zayukov Ivan

Vinnitsia National Technical University

The article analyzes the main indicators that characterize the development of the Black Sea economic region (BSEER), which allowed to obtain information on the contribution of its subjects, in particular Odesa, Mykolaiv and Kherson regions in the economy of Ukraine, in particular employment, creation of Gross regional product. The calculation of the real size of labor productivity (taking into account the level of consumer prices and the level of the shadow economy) in Ukraine and the BSEER, in particular in Odessa, Mykolaiv and Kherson regions. The rates of growth (decrease) of labor productivity in Ukraine and the BSEER are calculated and the corresponding dynamics is analyzed. A comparison of labor productivity in individual countries of the world in US dollars at purchasing power parity (PPP) with the calculated hypothetical value for Ukraine, on the example of 2019. The BSEER at this stage of Ukraine's development ensures the creation of about 9% of gross regional product; it is home to about 11% of the country's population; it employs about 12% of the labor force aged 15–70 (almost one in eight is employed in Ukraine). Real labor productivity in Ukraine, taking into account the consumer price index and the level of the shadow economy in 2019 amounted to 12.29 thousand dollars. US per one employee aged 15–70 years, in particular for such subjects of the BSEER as: Odessa – 9.58 thousand dollars USA; Mykolaiv region – 9.25 thousand dollars USA, Kherson region – 6.84 thousand dollars USA. The calculated values of labor productivity in PPP are lower compared to Ukraine and have unstable dynamics of development due to the unstable political and socio-economic situation in the country and in the world, in particular the spread in 2019–2020 of the infectious disease COVID-19. The comparison of LP for individual countries of the world with the hypothetically calculated corresponding value for Ukraine for PPP, which was projected in 2019 at the level of 38.7 thousand dollars. The United States, which is almost five times less than in developed countries, including Ireland, Denmark and Luxembourg. Taking into account the volume of the shadow economy, LP in 2019 for Ukraine would hypothetically increase by 42.9% and would amount to 55.3 thousand dollars USA. A SWOT-analysis of the development of the BSEER was conducted, which made it possible to find strategic priorities for the growth of LP volumes, in particular, the intensification of cross-border cooperation and increasing export potential; ensuring the development of machine-building, chemical, food industry and agriculture, in particular, increasing the capacity of winemaking; promoting the increase in the production of alternative energy sources (wind, water, solar energy); creating preconditions for the development of recreational and tourist base and transport system, in particular sea and river. It is determined that the issue of creating a wide network of free economic zones needs special attention.

Key words: Black Sea economic region, labor productivity, employment, gross regional product, SWOT-analysis.

Постановка проблеми. За даними фахівців НБУ [1], головною проблемою, яка перешкоджає розвитку економіки, зокрема ринку праці, є низька

продуктивність праці (ГП) особливо порівняно з розвиненими економіками світу. За показником продуктивності праці Україна, за даними фахівців МОП

у 2019 році, не увійшла до першої сотні країн світу та має найнижчий його рівень серед країн-членів ЄС, а також своїх найближчих сусідів. Саме наведена інформація та оцінювання продуктивності праці України, зокрема її важливого суб'єкта – Причорноморського економічного регіону (ПЕР), визначають актуальність вибраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам пошуку резервів росту ПП займалось багато вчених, фахівців, експертів, вона стала предметом уваги зарубіжних науковців, таких як М. Бейтлі, Г. Гант, Б. Генкін, Ф. Гілбрейт, П. Друкер, Г. Емерсон, М. Іоффе, Я. Карнаї, А. Кембелл, Р. Колосова, К. Куросава, А. Лоулер, Л. Туроу, Ф. Махлуп, М. Мескон, П. Самуельсон, С. Струмилін, Ф. Тейлор, А. Файоль. Різні аспекти окресленої проблематики досліджували такі українські вчені, як Д. Богиня, В. Беседін, Н. Гвоздик, О. Гришнова, В. Дієсперов, О. Дороніна, О. Дяків, Т. Заяць, Е. Качан, А. Колот, Т. Кір'ян, Е. Лібанова, Л. Лісогор, В. Онікієнко, О. Макарова, Л. Семів, М. Семикіна, Л. Шаульська, Д. Шушпанов. Разом із системними дослідженнями проблематики продуктивності праці в різних контекстах, зокрема впливу тіньової економіки [2], трудової міграції [3], важливим нині залишається оцінювання реального рівня ПП в окремих економічних регіонах України, зокрема Причорноморського.

Постановка завдання. Метою дослідження є оцінювання ПП ПЕР з урахуванням інфляції та

тіньової економіки на сучасному етапі розвитку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Причорноморський економічний регіон займає унікальне економіко-географічне положення (має вихід до Чорного й Азовського морів (забезпечує Україні вихід на світові ринки, зокрема Європи, Азії, Америки), межує з Центральним, Подільським та Придніпровським економічними регіонами, має границі з Молдовою, Румунією і Росією), що дає неймовірно великі економічні можливості для економічного розвитку, зокрема збільшення обсягів ПП. Перш ніж приступити до оцінювання ПП ПЕР, проаналізуємо основні показники, що визначають соціально-економічний розвиток та внесок регіону в економіку України (табл. 1).

Отже, аналізуючи основні показники розвитку ПЕР у 2019 році, які наведені в табл. 1, можемо сказати, що серед ПЕР найбільш лідируючу позицію має Одеська область, в якій зайнято 6,2% усієї робочої сили України віком 15–70 років та створюється 4,8% ВРП, що в 2,09 рази більше порівняно з Миколаївською областю та в 3,14 рази більше порівняно з Херсонською областю.

Крім того, за іншими показниками ПЕР Одещина має вищий обсяг скорочення чисельності населення порівняно з Миколаївською та Херсонською областями (мінус 12 153 осіб); нижчий рівень зайнятості порівняно з Миколаївською областю на 0,8 в. п. та з Херсонською областю на 0,6 в. п.; ниж-

Таблиця 1

Аналіз показників, що визначають розвиток ПЕР та їх внесок в економіку України (станом на 1 січня 2020 року)¹

Показник	Області України			
	Україна	Одеська	Миколаївська	Херсонська
	Значення			
1. Чисельність населення, осіб	41 902 416,0	2 377 230,0	1 119 862,0	1 027 913,0
2. Природний рух населення, осіб	-272 297,0	-12 153,0	-9 121,0	-7 653,0
3. Зайняте населення віком 15–70 років, тис. осіб	16 578,3	1 020,1	499,6	455,3
4. Рівень зайнятості населення віком 15–70 років, %	58,2	58,3	59,1	58,9
5. Середня заробітна плата, грн.	12 263,61	11 103,09	12 833,3	9 827,89
6. Валовий регіональний продукт (ВРП) у 2018 році, млн. грн.	3 560 596,0	173 241,0	79 916,0	55 161,0
7. Індекс фізичного обсягу (ІФО) ВРП у 2019 році, % ²	103,2	101,8	104,3	101,9
8. ВРП з урахуванням ІФО у 2019 році, млн. грн.	3 674 534,1	176 359,3	83 352,4	56 209,1
9. Індекси споживчих цін, %	99,8	100,2	99,4	99,6
	Внесок показників ПЕР в економіку України			
10. Питома вага населення, %	100	5,7	2,7	2,5
11. Питома вага зайнятого населення, %	100	6,2	3,01	2,7
12. Питома вага ВРП, %	100	4,8	2,3	1,53

Примітка: 1 – без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя; 2 – дані попередні, остаточні дані щодо показників ВРП за 2019 рік будуть оприлюднені Держстатом у третій декаді березня 2021 року
Джерело: складено автором та розраховано на основі даних [4]

чий рівень середньої заробітної плати порівняно із середнім значенням по Україні на 9,46% та Миколаївською областю на 15,58%, але при цьому має вищий рівень порівняно з Херсонською областю на 11,48%, або на 1 275,2 грн.; нижчий рівень ІФО ВРП порівняно із середнім значенням по Україні на 1,4 в. п. та порівняно з Миколаївською областю на 2,5 в. п.; вищий рівень індексу споживчих цін як порівняно із середнім значенням по Україні (на 0,4 в. п.), так і порівняно з Миколаївською областю (на 0,8 в. п.) та Херсонською областю (на 0,6 в. п.). Отже, Одещині необхідно покращувати показники соціально-економічного розвитку порівняно із середнім значенням по Україні, а Миколаївщині та Херсонщині – збільшувати обсяги ВРП та забезпечувати зростання його питомої ваги в загальній структурі ВРП по Україні. Одним із потужних резервів, що дасть змогу це зробити, є підвищення ефективності використання робочої сили, тобто забезпечення зростання ПП.

Під час оцінювання продуктивності праці ПЕР вибираємо такий показник, як ВРП на одного зайнятого працівника, який, відповідно до логіки дослідження у статті, можна розрахувати шляхом відношення ВРП у постійних цінах задля проведення динамічного аналізу ПП або ВРП у фактичних цінах задля проведення статичного аналізу до кількості зайнятого населення віком 15–70 років за відповідний період. Під час розрахунку ПП ПЕР було враховано такий показник, як рівень тіньової економіки (ТЕ) (у відсотках від обсягу офіційного ВВП), який був визначений Мінекономіки за методом «Витрати населення – роздрібний товарообіг» («ВН – РТ»). Проаналізуємо рівень ТЕ за даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, який наведено на рис. 1.

Отже, дані, наведені на рис. 1, свідчать про те, що за методом «ВН – РТ» рівень ТЕ України у 2019 році становив 43%, що є досить високим значенням, тобто кожна друга гривня, яка обертається в реальному секторі економіки, не підпадає під офіційну статистику, зменшуючи обсяги реального ВРП та посилюючи процеси некерованості економічних процесів України. Про підтвердження відповідних офіційних даних та їх реалістич-

ність свідчать дослідження Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) у березні-травні 2019 року [6] серед керівників та топ-менеджерів підприємств в Україні. Так, за Південним регіоном України рівень ТЕ у 2018 році становив 44,7% проти 43,5% у 2017 році. Основними складовими частинами ТЕ стали ухилення від сплати податків; приховування чисельності зайнятих працівників; приховування нарахованої і виплаченої заробітної плати. Наступним важливим показником, який буде враховано під час розрахунку ПП ПЕР, є індекс інфляції, наведений у табл. 2.

Задля більш наочного відображення отриманих результатів щодо визначення реального обсягу ПП ПЕР побудуємо рис. 2.

Дані рис. 2 дають підстави зробити висновки, що розраховане значення ПП на прикладі ПЕР свідчить про те, що воно нижче, ніж його середнє значення по Україні. Найбільший рівень ПП серед ПЕР фіксується на Одещині, а найнижчий – на Херсонщині. Так, у 2019 році ПП загалом по Україні становила 12 285,1 дол. США, тоді як на Одещині – 9 582,4 дол. США (на 22% менше порівняно із середнім значенням по Україні), на Миколаївщині – 9 247,2 дол. США (на 24,7% менше порівняно із середнім значенням по Україні), на Херсонщині – 6 842,7 дол. США (відповідно, менше в 1,8 рази порівняно із середнім значенням по Україні). Крім того, динаміка цього показника протягом 2015–2019 років має нестабільний характер як по Україні, так і по ПЕР, тобто у 2016 році обсяги ПП зменшились порівняно з 2015 роком, у 2017–2018 роках мали тенденції до збільшення (по Україні), а по ПЕР у 2019 році ПП вони почали зменшуватись. Розраховані темпи приросту (зменшення) ПП по Україні та ПЕР наведено на рис. 3.

Дані рис. 3 показують, що у 2016 році порівняно з 2015 роком темпи зменшення ПП по Україні становили -11,4%, зокрема на Одещині – -11,7%, на Миколаївщині – -10,2%, на Херсонщині – -11,4. Отже, за відповідний період серед ПЕР Одещина мала більші темпи падіння ПП. Іншою важливою тенденцією розвитку ПП є те, що протягом 2017–2019 років темпи приросту ПП по Україні зменшувались із 4,4% у 2016–2017 роках

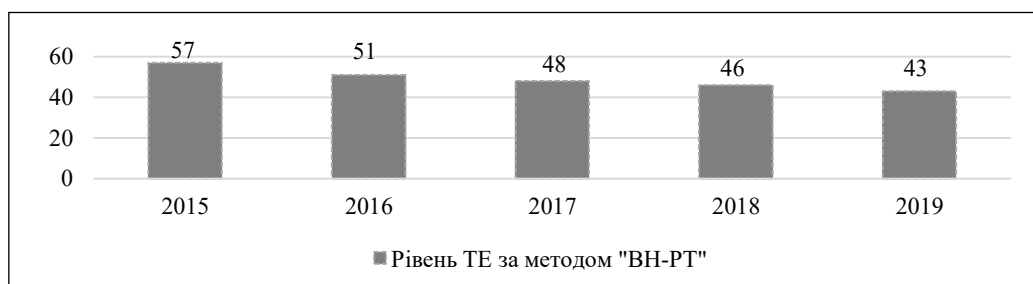


Рис. 1. Рівень тіньової економіки України у 2015–2019 роках від офіційного ВВП, %

Джерело: складено автором за [5]

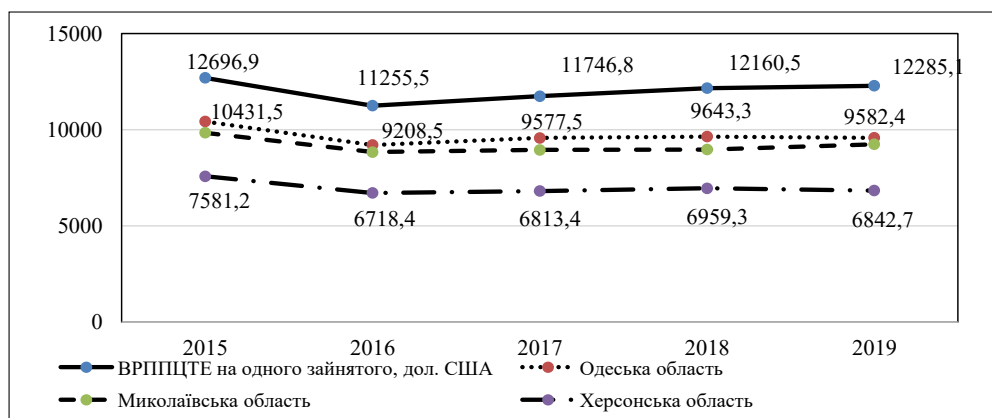


Рис. 2. Динаміка продуктивності праці по Україні та ПЕР, дол. США на одного зайнятого віком 15–70 років

Джерело: авторські розрахунки на базі статистичного матеріалу [4; 5]

Таблиця 2

Розрахунок реального рівня ПП ПЕР у 2015–2019 роках¹

Показник	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
ВРП у фактичних цінах, млн. грн.	1 988 544,0	2 385 367,0	2 983 882,0	3 560 596,0	3 674 534,1
зокрема, Одеська область	99 761	119 800	149 530	173 241	176 359,3
Миколаївська область	48 195	57 815	69 371	79 916	83 352,4
Херсонська область	32 215	38 743	47 868	55 161	56 209,1
Індекс споживчих цін (за регіонами), %	143,3	112,4	113,7	109,8	104,1
Одеська область	144,6	113,6	114,6	109,3	103,9
Миколаївська область	143,5	112,2	113,5	109,4	103,8
Херсонська область	145,8	112,8	114,4	109,5	103,3
Рівень тіньової економіки, визначений за методом «ВН – РТ», %	57	51	48	46	43
Чисельність зайнятого населення України, тис. осіб	16 443,2	16 276,9	16 156,4	16 360,9	16 578,3
Одеська область	1 016,2	1 000,6	986,6	1 001,9	1 020,1
Миколаївська область	508,7	498,1	489,7	496,2	499,6
Херсонська область	445,8	441,0	442,2	439,5	455,3
Офіційний курс гривні щодо долара США (середній за період)	21,844	25,551	26,597	27,200	25,8
ВВП у приведених цінах 2019 року, млн. грн.	2 904 792,1	3 100 050,3	3 410 630,8	3 706 580,4	3 674 534,1
Одеська область	147 488,9	155 911,1	169 810,3	179 997,4	176 359,3
Миколаївська область	69 695,6	74 516,3	78 775,8	82 952,8	83 352,4
Херсонська область	47 022,7	50 134,2	54 145,2	56 981,3	56 209,1
ВРП у приведених цінах 2019 року з урахуванням обсягів тіньової економіки (ВРППЦТЕ), млн. грн.	4 560 523,6	4 681 076,0	5 047 733,6	5 411 607,4	5 254 583,8
Одеська область	231 557,6	235 425,8	251 319,2	262 796,2	252 193,8
Миколаївська область	109 422,1	112 519,6	116 588,2	121 111,1	119 193,9
Херсонська область	73 825,6	75 702,6	80 134,9	83 192,7	80 379,0
ВРППЦТЕ, млн. дол. США	208 776,9	183 205,2	189 785,8	198 956,2	203 666
Одеська область	10 600,5	9 214,0	9 449,2	9 661,6	9 775,0
Миколаївська область	5 009,3	4 403,7	4 383,5	4 452,6	4 619,9
Херсонська область	3 379,7	2 962,8	3 012,9	3 058,6	3 115,5
ВРППЦТЕ на одного зайнятого, дол. США	12 696,9	11 255,5	11 746,8	12 160,5	12 285,1
Одеська область	10 431,5	9 208,5	9 577,5	9 643,3	9 582,4
Миколаївська область	9 847,3	8 841,0	8 951,4	8 973,4	9 247,2
Херсонська область	7 581,2	6 718,4	6 813,4	6 959,3	6 842,7

Примітка: 1 – дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: авторські розрахунки на базі статистичного матеріалу [4; 5]

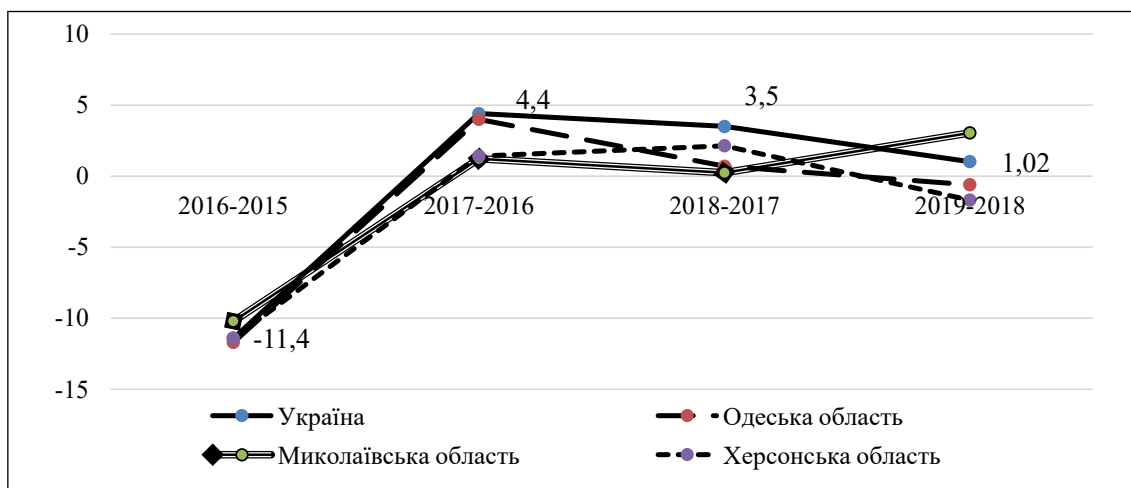


Рис. 3. Динаміка темпів приросту (зменшення) ВП по Україні та ПЕР у 2015–2019 роках, %
Джерело: авторські розрахунки на базі статистичного матеріалу [4; 5]

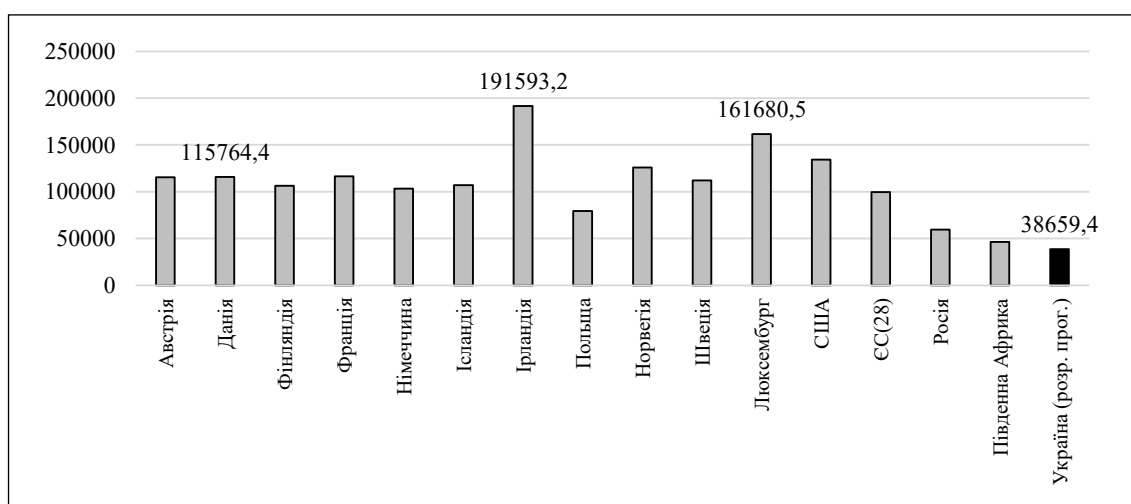


Рис. 4. Порівняння ВВП по окремих країнах світу (ВВП на одного зайнятого), 2019 рік, дол. США за ПКС

Джерело: складено автором за джерелом [8] та розраховано за джерелами [4; 5; 7]

до 1,02 у 2018–2019 роках. Серед ПЕР темпи приросту ВП у 2019 році порівняно з 2018 роком зафіксовано лише в Миколаївській області, а саме 3,05%; на Одещині відбулось падіння ВП (темпер зменшення), а саме -0,6%, на Херсонщині – -1,68%. Далі проаналізуємо рівень ВП у 2019 році в окремих країнах світу та в Україні. Дані по країнах світу відображені за ПКС (розраховується як відношення номінальних витрат до ПКС та показує витрати реальні країн у мільярдах доларів США). Відповідні розрахунки здійснюються світовими фінансовими організаціями, зокрема Світовим Банком (СБ) та Міжнародним Валютним Фондом. Так, за даними СБ, на 1 січня 2018 року сукупний обсяг ВВП України за ПКС становив 504,4 млрд. дол. США, або 0,4% світового ВВП чи близько 2% Європейського та Центрально-Азійського регіонів [7].

Задля визначення рівня ВВП України і ПЕР за ПКС у 2019 році та по окремих країнах світу проведемо такий розрахунок. Так, у 2017 році обсяг ВВП України становив 2 983 882 млн. грн., або 112,18 млрд. дол. США. (2 983 882 : 26,6). Тоді співвідношення ВВП України за ПКС та ВВП України буде становити 4,5 (504,4 : 112,18). Гіпотетично приймаємо це співвідношення для порівняння ВП по окремих країнах світу у 2019 році та України, зокрема ПЕР за ПКС (рис. 4). В цьому разі ВП за ПКС для України буде прогнозовано дорівнювати 38,7 тис. дол. США.

Отже, серед наведених країн світу на рис. 4 Україна має нижчий рівень ВП за ПКС у 2019 році, який гіпотетично становить 38 659,4 дол. США, що менше рівня Ірландії в 4,96 рази, Люксембургу – в 4,2 рази, країн-членів ЄС (28) – в 2,6 рази, Польщі – в 2,05 рази, Росії – в 1,54 рази,

країн Південної Африки – на 16,91%. Якщо врахувати обсяги тіньової економіки, то Україна у 2019 році гіпотетично мала би ПП за ПКС у розмірі 55 282,9 дол. США на одного зайнятого, зокрема на Одещині – 43 120,8 дол. США, на Миколаївщині – 41 612,4 дол. США, на Херсонщині – 30 792,15 дол. США (на одного зайнятого віком 15–70 років).

Задля надання рекомендацій щодо розвитку ПЕР України та росту його ПП необхідно зрозуміти сильні й слабкі сторони відповідного регіону. Так, загалом сильними сторонами ПЕР є випуск машинобудівної продукції, що має передбачати відновлення й розвиток виробництва сучасних суден, верстатів, сільськогосподарських машин; розвиток хімічної промисловості та виробництва сільськогосподарської продукції, особливо овочів, фруктів, зернових культур, соняшнику, вовни. Важливим фактором розвитку ПЕР є розвиток харчової промисловості (нарощення площ з виноградом і виробництва виноградних вин та іншої конкурентоспроможної алкогольної продукції, виробництва ефірної олії, плодоовочевих і рибних консервів тощо). Окремо варто відзначити розвиток легкої промисловості та курортно-рекреаційного комплексу. Задля оцінювання перспектив розвитку ПЕР і росту його ПП проведемо SWOT-аналіз (табл. 3).

Отже, наведені в табл. 3 основні сильні й слабкі сторони, можливості та загрози для ПЕР за умови їх врахування дадуть можливість забезпечити його розвиток і сприятимуть росту ПП, зокрема, Одещини, Миколаївщини, Херсонщини та АРК.

Висновки з проведеного дослідження. ПЕР на цьому етапі розвитку України забезпечує створення близько 9% ВРП; в ньому мешкає близько 11% населення країни (тобто кожен десятий громадянин України); зайнято в ньому близько 12% робочої

сили віком 15–70 років (практично кожен восьмий зайнятий в Україні). Реальна ПП по Україні з урахуванням індексу споживчих цін і рівня тіньової економіки у 2019 році становила 12,29 тис. дол. США на одного зайнятого віком 15–70 років, зокрема, за такими суб'єктами ПЕР маємо такі дані: Одещина – 9,58 тис. дол. США; Миколаївщина – 9,25 тис. дол. США, Херсонщина – 6,84 тис. дол. США. Розраховані значення ПП по ПЕР є нижчими порівняно з Україною та мають нестійку динаміку розвитку, що обумовлено нестійкою політичною та соціально-економічною ситуацією в країні і світі, зокрема поширенням у 2019–2020 роках інфекційного захворювання COVID-19.

Здійснено порівняння ПП щодо окремих країн світу з гіпотетично розрахованим відповідним значенням по Україні за ПКС, яке прогнозовано становило у 2019 році 38,7 тис. дол. США, що майже в п'ять разів менше порівняно з розвиненими країнами світу, зокрема Ірландією, Данією, Люксембургом. З урахуванням обсягів тіньової економіки ПП у 2019 році для України гіпотетично зросла б на 42,9%, становлячи 55,3 тис. дол. США. Проведений SWOT-аналіз розвитку ПЕР дав можливість знайти стратегічні пріоритети зростання обсягів його ПП, такі як активізація транскордонного співробітництва та нарощення експортного потенціалу; забезпечення розвитку машинобудівної, хімічної, харчової промисловості та сільського господарства, зокрема нарощення потужностей виноробства; сприяння збільшенню обсягів виробництва альтернативних джерел енергії (енергії вітру, води, сонця); створення передумов для розвитку рекреаційної і туристичної бази та транспортної системи, зокрема морської і річкової. Особливої уваги потребують вирішення питання створення на базі ПЕР вільних економічних зон.

Таблиця 3

SWOT-аналіз розвитку ПЕР та росту його ПП

ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	
Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1. Унікальне географічне положення (вихід до Азовського й Чорного морів, тісна співпраця з Центральним, Подільським економічними регіонами та сусідніми країнами, а саме Молдовою та Румунією).	2. Тимчасова окупація Автономної Республіки Крим та нестабільна ситуація в Східному економічному регіоні (на частині Луганської та Донецької областей), втрата економічних зв'язків і ринків збуту продукції.
ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	
Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
2. Близьке розташування ПЕР до основних енергетичних ресурсів та металургійних баз України.	2. Наявність посух, що супроводжуються суховіями й пиловими бурями.
3. Природні умови та ресурси (наявність великих річок, таких як Дніпро, Дунай, Дністер та Південний Буг, Каховського водосховища, лиманів, зокрема Хаджибейського, Дністерського, Бузького).	3. Низький рівень народжуваності й високий рівень смертності населення (депопуляція), поширеність пандемії COVID-19.
4. М'який клімат (від помірно теплого до субтропічного, що сприяє вирощуванню зернових культур, соняшника, винограду та розвитку садівництва).	4. Падіння обсягів виробництва промислових підприємств, зокрема через втрату економічних зв'язків із сусідніми країнами.
5. Наявність корисних копалин (залізни руди Керченського басейну, Балаклавське, Старокримське родовище тощо).	5. Незавантаженість підприємств енергетичного комплексу, зокрема Одеського нафтотерміналу.

6. Розвиток промислових підприємств (машинобудівний комплекс, суднобудування, верстатобудування, енергетичне та електротехнічне машинобудування, приладобудування, сільськогосподарське машинобудування, хімічна промисловість).	6. Проблеми екології, пов'язані із забрудненням довкілля промисловими підприємствами, сільськогосподарськими та побутовими відходами.
7. Розвинена освітня й наукова інфраструктура.	7. Зниження чисельності зайнятого населення й зростання обсягів трудової еміграції.
8. Розвиток сільського господарства (озима пшениця, кукурудза, соняшник, ефіроолійні культури, тютюн, овоче-баштанові культури, садівництво й виноградарство).	8. Низький рівень оплати праці та наявність соціально-економічних диспропорцій у регіоні.
9. Розвиток виноробної промисловості.	9. Недостатній рівень залучення іноземних і внутрішніх інвестицій.
10. Наявність потужного рибопереробного комплексу України.	10. Наявність проблеми нераціонального використання прісної води та її дефіцит.
11. Наявність потужного транспортного комплексу (Південний, Одеса, Чорноморськ, Херсон, Миколаїв).	11. Збільшення навантаження на курортні місця регіону через тимчасово окупований Крим та падіння обсягів туризму в Бердянську.
12. Розвинений річковий транспорт.	12. Нестабільна соціально-політична ситуація.
13. Потужний рекреаційний комплекс.	13. Соціальні проблеми населення регіону, зокрема депортованого.
14. Наявність величезної кількості туристичних об'єктів.	14. Проблеми з видобутком нафти на шельфі Чорного моря.
15. Висока соціально-економічна й політична активність населення ПЕР.	15. Проблеми приватизації, зокрема «Одеського припортового заводу», «Об'єднаної гірничо-хімічної компанії».
ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	
Можливості (О)	Загрози (Т)
1. Наявність паромних переправ з Грузією та Болгарією, що забезпечує вихід на світові ринки.	1. Далеке розташування від західних кордонів України та низький рівень соціально-економічної взаємодії із Західним економічним регіоном.
2. Розвиток логістичних і міжнародних транспортних коридорів.	2. Розгортання економічної кризи у світі через поширення пандемії COVID-19 та її негативний вплив на Україну, зокрема через зниження експорту, падіння обсягів туризму.
3. Зростання обсягів транспортних перевезень водним транспортом.	3. Нестабільність вітчизняного законодавства, зокрема у сфері економічної діяльності.
4. Розвиток рекреаційної сфери та туризму.	4. Обмеження обсягів експорту продукції регіону в межах дії угоди про асоціацію «Україна – ЄС».
5. Розвиток альтернативних видів енергії, зокрема води, вітру й сонця.	5. Посилення тенденцій трудової міграції, зокрема моряків.
6. Нарощення обсягів виноградарства й виробництва вин та іншої алкогольної продукції на експорт.	6. Низька ефективність функціонування митниць та адміністрації морських портів України.
7. Виробництво товарів, які сприяють розвитку туристичного й рекреаційного секторів.	7. Зростання цін на енергетичні ресурси та непрозоре формування тарифів на газ («Амстердам+», «Роттердам+» тощо).
8. Наявність висококваліфікованої робочої сили.	8. Нестійкість валютного курсу, інфляційні процеси.
9. Реформа децентралізації та посилення можливостей для територіальних громад.	9. Зміна клімату (через глобальне потепління).
10. Наявність галузей промисловості, які забезпечать експортний розвиток регіону	10. Зниження рівня закордонних інвестицій та кредитних ресурсів, зокрема від СБ, МВФ, ЄС.
11. Потужні транзитні можливості регіону.	11. Зниження іміджу регіону через низький рівень захисту прав власності та захист територій від недозволеної забудови.
12. Активне членство в міжнародних організаціях.	12. Нерозвинена система зрошування земель, що гальмує експортний потенціал і залучення іноземних інвестицій у розвиток регіону.
13. Активність бізнесу у сфері внутрішньої та зовнішньої діяльності, створення передумов для розвитку вільних економічних зон.	13. Наявність у регіоні багатьох об'єктів підвищеної небезпеки, наприклад, там, де зберігається аміачна селітра (вибух у порту Бейрута у 2020 році (Ліван) несе небезпеку для Одещини).

Джерело: складено та узагальнено автором за [9; 10]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Виступ голови НБУ на щорічній дослідницькій конференції Національного банку України та Національного банку Польщі «Ринок праці та монетарна політика» // Сайт Національного Банку України. Київ, 2020. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/vistup-golovi-nbu-na-schorichniy-doslidnitskiy-konferentsiyi-natsionalnogo-banku-ukrayini-ta-natsionalnogo-banku-polschi-rinok-pratsi-ta-monetarna-politika> (дата звернення: 02.11.2020).
2. Лісогор Л. Продуктивність праці в Україні: проблеми та перспективи підвищення. *Демографія та соціальна економіка*. 2010. № 2. С. 131–138.
3. Лібанова Е. Зовнішні трудові міграції українців: масштаби, причини, наслідки. *Демографія та соціальна економіка*. 2018. № 2. С. 10–26.
4. Населення України. Ринок праці. Національні рахунки // Сайт Державної служби статистики України. Київ, 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 02.11.2020).
5. Загальні тенденції тіньової економіки в Україні у 2019 році. Київ, 2020. URL: https://ucap.io/wp-content/uploads/2020/06/1_shadow_2019.pdf (дата звернення: 02.11.2020).
6. Тіньова економіка в Україні. Результати дослідження 2019 року // Сайт Київського міжнародного інституту соціології. Київ, 2020. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=897&page=1> (дата звернення: 02.11.2020).
7. Результати Програми міжнародних зіставлень 2017 року // Сайт Державної служби статистики України. Київ, 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 02.11.2020).
8. Рівень ВВП на душу населення та продуктивність // Сайт Організації Економічного Співробітництва та Розвитку. Шато де ла Мюетт, 2020. URL: <http://www.oecd.org> (дата звернення: 02.11.2020).
9. Причорноморський економічний район // Освітній портал Класичного приватного університету. Житомир, 2020. URL: <http://www.zhu.edu.ua> (дата звернення: 02.11.2020).
10. Стратегічне дослідження регіонів України за допомогою SWOT-аналізу : колективна монографія / за ред. О. Тоцької. Луцьк : Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, 2013. Луцьк, 2013. 180 с. URL: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/13045/5/10676.pdf> (дата звернення: 02.11.2020).

REFERENCES:

1. Sajt Nacionalnogho Banku Ukrajinu. Vystup gholovy NBU na shhorichnij doslidnycjkij konferenciji Nacionalnogho banku Ukrajinu ta Nacionalnogho banku Poljskhi "Rynok praci ta monetarna polityka" [Website of the National Bank of Ukraine. Speech of the NBU Chairman at the Annual Research Conference of the National Bank of Ukraine and the National Bank of Poland "Labor Market and Monetary Policy"]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/vistup-golovi-nbu-na-schorichniy-doslidnitskiy-konferentsiyi-natsionalnogo-banku-ukrayini-ta-natsionalnogo-banku-polschi-rinok-pratsi-ta-monetarna-politika> (accessed 02 November 2020).
2. Lisogor L. (2010). Produktivnistj praci v Ukrajinu: problemy ta perspektyvy pidvyshhennja [Labor productivity in Ukraine: problems and prospects for improvement]. *Demography and social economy*, vol. 2, pp. 131–138.
3. Libanova E. (2018). Zovnishni trudovi migraciji ukrajinciv: masshtaby, prychny, naslidky [External labor migration of Ukrainians: scale, causes, consequences]. *Demography and social economy*, vol. 2, pp. 10–26.
4. Sajt Derzhavnoj sluzhby statystyky Ukrajinu. Naselennja Ukrajinu. Rynok praci. Nacionalni rakhunky [Website of the State Statistics Service of Ukraine. The population of Ukraine. Labor market. National accounts]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 02 November 2020).
5. Zagaljni tendenciji tinjovoi ekonomiky v Ukrajinu u 2019 roci [General trends of the shadow economy in Ukraine in 2019]. Available at: https://ucap.io/wp-content/uploads/2020/06/1_shadow_2019.pdf (accessed 02 November 2020).
6. Sajt Kyjivskogho mizhnarodnogho instytutu sociologhiji. Tinjova ekonomika v Ukrajinu. Rezultaty doslidzhennja 2019 roku [Website of the Kyiv International Institute of Sociology. Shadow economy in Ukraine. The results of the 2019 study]. Available at: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=897&page=1> (accessed 02 November 2020).
7. Sajt Derzhavnoj sluzhby statystyky Ukrajinu. Rezultaty Prohramy mizhnarodnykh zistavlenj 2017 roku [Website of the State Statistics Service of Ukraine. Results of the International Comparisons Program 2017]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 02 November 2020).
8. Sajt Orghanizaciji Ekonomichnogho Spivrobitnyctva ta Rozvytku. Rivenj VVP na dushu naselennja ta produktivnistj [Website of the Organization for Economic Cooperation and Development. GDP per capita and productivity]. Available at: <http://www.oecd.org> (accessed 02 November 2020).
9. Osvitnij portal Klasychnogho pryvatnogho universytetu. Prychornomorsjkij ekonomichnyj rajon [Educational portal of the Classical Private University. Black Sea economic region]. Available at: <http://www.zhu.edu.ua> (accessed 02 November 2020).
10. Tocjka O. (ed.) (2013) Strateghichne doslidzhennja rehioniv Ukrajinu za dopomoghoju SWOT-analizu : kolektyvna monoghrafija [Strategic research of the regions of Ukraine with the help of SWOT-analysis: a collective monograph], Lucjk: Skhidnojevropejsjkij nacionalnijnj universytet im. Lesi Ukrajinu. Available at: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/13045/5/10676.pdf> (accessed 02 November 2020).

РОЗРОБЛЕННЯ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ (НА ПРИКЛАДІ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУ)¹

DEVELOPMENT OF A MODEL OF ECONOMIC GROWTH OF THE REGIONAL TRANSPORT AND LOGISTICS SYSTEM (ON THE EXAMPLE OF THE BLACK SEA ECONOMIC REGION)

Сучасні умови функціонування екосистеми Причорноморського економічного району потребують пошуку якісно нових підходів до розвитку транспортно-логістичних мереж, тому сьогодні набувають особливої актуальності проблеми модернізації транспортної інфраструктури і створення транспортно-логістичних кластерів як «ядра» регіональної транспортно-логістичної системи. Мета дослідження полягає у розробленні моделі економічного зростання регіональної транспортно-логістичної системи з використанням методів прогнозування (на прикладі Причорноморського економічного району). У статті досліджено вплив основних чинників виробництва на розвиток регіональної транспортно-логістичної системи Причорноморського економічного району. Виконано прогностичні оцінки чинників виробництва та розроблено моделі економічного зростання транспортно-логістичної системи регіону з використанням економіко-математичного інструментарію. На підставі розрахунків зроблено висновок про неефективність використання основних чинників виробництва. Це призвело до темпів падіння обсягів перевезення вантажів по всій регіональній транспортно-логістичній системі.

Ключові слова: транспортно-логістична система, чинники виробництва, модель економічного зростання, прогнозування, економіко-математичні методи.

Современные условия функционирования экосистемы Причерноморского эконо-

номического района требуют поиска качественно новых подходов к развитию транспортно-логистических сетей, поэтому в настоящее время приобретают особую актуальность проблемы модернизации транспортной инфраструктуры и создание транспортно-логистических кластеров как «ядра» региональной транспортно-логистической системы. Цель исследования заключается в разработке модели экономического роста региональной транспортно-логистической системы с использованием методов прогнозирования (на примере Причерноморского экономического района). В статье исследовано влияние основных факторов производства на развитие региональной транспортно-логистической системы Причерноморского экономического района. Выполнены прогностические оценки факторов производства и разработаны модели экономического роста транспортно-логистической системы региона с использованием экономико-математического инструментария. На основании расчетов сделан вывод о неэффективности использования основных факторов производства. Это привело к темпам падения объёмов перевозки грузов по всей региональной транспортно-логистической системе.

Ключевые слова: транспортно-логистическая система, факторы производства, модель экономического роста, прогнозирование, экономико-математические методы.

УДК 330.3:332.1:338.1:656

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-33>

Трушкіна Н.В.

к.е.н., старший науковий співробітник відділу проблем регуляторної політики і розвитку підприємництва
Інститут економіки промисловості
Національної академії наук України

Trushkina Nataliia

Institute of Industrial Economics of the
National Academy of Sciences of Ukraine

Modern conditions of functioning of the ecosystem of the Black Sea economic region require the search for qualitatively new approaches to the development of transport and logistics networks. Therefore, at present, the problems of modernization of transport infrastructure and the creation of transport and logistics clusters as the "core" of the regional transport and logistics system are becoming especially relevant. The purpose of the article is to develop models of economic growth of the regional transport and logistics system using forecasting methods (for example, the Black Sea economic region). Research methods: statistical analysis, economic and mathematical methods, factor models of production function, forecasting methods, generalization. The article investigates the influence of the main factors of production on the development of the regional transport and logistics system of the Black Sea economic region. Forecasts of the factors of production have been made and models of economic growth of the transport and logistics system of the region have been developed using economic and mathematical tools. Based on the calculations, it is concluded that the main factors of production are inefficient. This has led to a slowdown in the volume of freight transport throughout the regional transport and logistics system. Thus, the above calculations confirm the conclusions about the inefficiency of the use of the main factors of production. The average rate of decline in freight traffic throughout the regional transport and logistics system for 2012-2018 due to reduced efficiency of the main factors of production is 97.7%. Thus, the main growth factors are not related to these factors at all – they provide an increase in freight traffic by 13.6%. The analysis of the impact assessment of the main factors of production and their efficiency makes it possible to develop strategic directions for the development of the transport and logistics system, but taking into account certain regularities. A more detailed analysis of directly unidentified factors that determine the scale effect, including those mentioned above, and factors related to the implementation of modern innovation, technology, environmentally friendly, digital technologies and the assessment of opportunities to enter international markets, formation of qualitatively new marketing strategies and cluster model of logistic activity in the Black Sea economic region.

Key words: transport and logistics system, factors of production, models of economic growth, forecasting, economic and mathematical methods.

Постановка проблеми. Одним із ключових пріоритетних завдань «Стратегії національної безпеки України», уведеної в дію Указом Прези-

дента України від 14.09.2020 № 392/2020, визнано модернізацію транспортної інфраструктури (дороги, залізниці, трубопроводи, аеропорти, морські і річкові порти тощо). Це відповідає Угоді про асоціацію між Україною та ЄС, у якій йдеться про розвиток мультимодальної транспортної мережі, пов'язаної з Транс'європейською транспортною

¹ Дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи Інституту економіки промисловості НАН України «Формування інституційного середовища модернізації економіки старопромислових регіонів України».

мережею (TEN-T), та вдосконалення інфраструктурної політики з метою кращого визначення й оцінки інфраструктурних проєктів щодо різних видів транспорту.

З огляду на це, стратегічне завдання управління економічними системами в регіонах України полягає у підвищенні якості й доступності транспортно-логістичних послуг з урахуванням внутрішніх та міжрегіональних зв'язків. Це можливо досягти шляхом модернізації транспортної інфраструктури і створення транспортно-логістичних кластерів як «ядра» регіональної транспортно-логістичної системи в умовах інтенсивного розвитку єдиного європейського транспортного простору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні й практичні проблеми розвитку транспортних систем на глобальному, національному та регіональному рівнях привертають увагу багатьох зарубіжних і українських учених. Зокрема, концептуальні положення стратегічного розвитку транспортної системи України та заходи державної політики її реалізації, шляхи трансформації транспортної сфери із застосуванням цифрових технологій, теоретико-методичні підходи до формування транспортно-логістичних кластерів висвітлено в наукових працях R. Dmichowski, H. Dźwiгоł, M. Frankowska, G. Giannopoulos, A. Hyard, A. Kwilinski, M. Kruczek, J. Munro, U. Rai, M. Suchanek, M. Szuster, Z. Zebrucki, J. Zrobek, В. Гоблика, М. Григорак, С. Гриценка, С. Іванова, С. Ільченко, О. Комчатих, Є. Крикавського, В. Ляшенка, Н. Микули, О. Никифороук, Ю. Харазішвілі та інших науковців.

Водночас у науковій літературі недостатньо вивчено вплив основних чинників виробництва та їх ефективності на розвиток транспортно-логістичних систем в Україні з урахуванням регіональних особливостей.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення моделі економічного зростання регіональної транспортно-логістичної системи з використанням методів прогнозування (на прикладі Причорноморського економічного району).

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічне зростання окремої економічної системи, до якої можна віднести і транспортно-логістичну, розглядається як довготривалий стійкий розвиток, що визначається зростанням масштабів виробництва. Реальне економічне зростання конкретної економічної системи передусім зумовлене безпосередньо її виробничими потужностями та основними чинниками виробництва – ресурсами живої та матеріалізованої праці.

Математичні моделі економічного зростання [1-4] відображають логічну модель, яка характеризує економічне зростання як процес поєднання основних чинників виробництва. Сутність факторних моделей економічного зростання полягає

у визначенні кількісних зв'язків поміж обсягами та динамікою виробництва та обсягами й динамікою чинників виробництва. Найбільш поширеною формою моделей економічного зростання є дворесурсні та багаторесурсні виробничі функції такого виду:

дворесурсна

$$\hat{y}_t = AK^\alpha L^\beta \quad (1)$$

багаторесурсна

$$\hat{y}_t = AK^\alpha L^\beta e^{\gamma t} \quad (2)$$

$$\hat{y}_t = AK^\alpha L^\beta e^{\gamma x t}, \quad (3)$$

де

y_t – обсяги виробництва;

K – обсяги капітальних інвестицій;

L – середньорічна чисельність працівників;

x – чинник науково-технічного прогресу та інноваційної діяльності;

t – чинник часу;

α, β – параметри економічної ефективності використання чинників виробництва у забезпеченні економічного зростання; коефіцієнти еластичності;

γ – темпи приросту обсягів виробництва у результаті впливу неідентифікованих чинників (вплив науково-технічного прогресу, інноваційної діяльності, логістичних, екологічних чинників [5–9] тощо).

Апробація моделей економічного зростання транспортно-логістичної системи Причорноморського економічного району здійснюється на підґрунті показників зміни обсягів виробництва та чинників виробництва за 2012–2018 рр., які наведено в табл. 1.

Двофакторна модель виробничої функції має такий вигляд:

$$\hat{y}_t = 530.185 \cdot K^{0.091} \cdot L^{-0.378};$$

$$D_{y,K,L} = 0.661; \quad \varepsilon_{\text{вiдн.}} = 1.6\%; \quad F_p = 9.8;$$

$$F_\alpha \left\{ \begin{array}{l} \alpha = 0.1 \\ V_1 = 1 \\ V_2 = 5 \end{array} \right\} = 3.9; \quad F_p > F_\alpha \quad (4)$$

Статистична достовірність та точність моделі забезпечують об'єктивність змістовних висновків щодо оцінки впливу чинників виробництва. Наприклад, значення параметру $\alpha = 0,091$ свідчить, що кожний відсоток збільшення капітальних інвестицій супроводжується зростанням обсягів виробництва на 0,091%. За весь період із 2012 по 2018 р. склався досить низький рівень ефективності капітальних інвестицій. На нашу думку, це пов'язано передусім із тим, що близько 90% щорічного обсягу інвестицій вкладалися в ті об'єкти або процеси, які мають досить тривалий рівень окупності, або ж не пов'язані безпосередньо з розширенням виробничих потужностей транспортно-логістичної системи. В умовах, які склалися протягом 2014–2018 рр. і

Зміна обсягів відправлення вантажів транспортно-логістичною системою Причорноморського економічного району та основних чинників економічного розвитку за 2012–2018 рр.

Роки	Обсяги відправлення вантажів залізничним, автомобільним транспортом і морськими портами (Y), млн т	Капітальні інвестиції (у фактичних цінах) (K), млн грн	Середньооблікова кількість штатних працівників (L), тис осіб
2012	198,06	4043,1	101,3
2013	197,04	2912,8	96,3
2014	198,30	3333,4	94,3
2015	205,87	3614,8	90,7
2016	201,28	4586,4	92,1
2017	206,73	5390,0	91,4
2018	219,76	5519,8	91,2

Джерело: складено й розраховано за даними [10, с. 14, 49, 54; 11, с. 15, 46, 50, 51]

зумовлені суттєвим розривом транспортного сполучення та зв'язків із Росією, такий низький рівень ефективності може бути пов'язаний як із невеликими обсягами капітальних інвестицій, так і з утратою значних обсягів перевезень.

Коефіцієнт еластичності за чинника, який визначає ефективність витрат живої праці, $\beta = -0,378$, тобто визначає, на перший погляд, зворотний зв'язок. Але з урахуванням того, що чинник L (середньорічна чисельність штатних працівників) має спадну тенденцію, його змістовна інтерпретація буде такою: кожний відсоток зниження чисельності супроводжується зростанням обсягів виробництва на 0,378%, тобто це зростання зумовлено зростанням продуктивності праці. Але у цілому ($\alpha + |\beta| = 0,091 + 0,378 = 0,469 < 1$) свідчить, що по транспортно-логістичній системі склався деінтенсивний темп економічного зростання.

Ідентифікована двофакторна модель економічного зростання (4) може бути використана для прогнозних оцінок обсягів виробництва на короткостроковий термін упередження (до 2023 р.) за умови, по-перше, збереження рівнів ефективності використання ресурсів виробництва, які склалися за 2012–2018 рр. ($\alpha = 0,091$; $\beta = -0,378$), та, по-друге, тенденції зміни безпосередньо самих ресурсів виробництва.

Прогнозні оцінки та оптимальні моделі їх апроксимації наведено в табл. 2.

За прогнозними оцінками через п'ять років (станом на 2023 р.) обсяги відправлення вантажів транспортно-логістичною системою можуть зрости до 223,7 млн т, тобто лише на 1,8%. Така оцінка перспектив розвитку є досить песимістичною – практично система може вступити в період стагнації й аж ніяк не розвитку. Для виявлення причин та умов подолання такої песимістичної перспективи необхідно додатково визначити, за рахунок яких чинників забезпечується економічне зростання.

На підґрунті ідентифікованої моделі можна розкласти економічне зростання на складники:

у результаті ефективності чинників виробництва (\bar{T}_{KL}) та за рахунок масштабу виробництва, який акумулює вплив усіх неврахованих у моделі чинників ($T_{масшт.}$) [4, с. 299-303]:

$$\bar{T}_{KL} = \sqrt{(\alpha + \beta) T_K^\alpha \cdot T_L^\beta} \quad (5)$$

$$\bar{T}_y = \bar{T}_{KL} \cdot \bar{T}_{масшт.}; \quad \bar{T}_{масшт.} = \frac{\bar{T}'_y}{\bar{T}_{KL}} \quad (6)$$

$$\bar{T}'_y = \frac{Y_{2018}}{Y_{2012}} = \frac{219,76}{198,06} = 1,11 \text{ або } 111,0\%$$

$$T_K = \frac{5519,8}{4043,1} = 1,36524; \quad T_L = \frac{91,2}{101,3} = 0,9;$$

$$\bar{T}_{KL} = \sqrt{-0,296 \cdot 1,36524^{0,091} \cdot 0,9^{-0,387}} = \sqrt{-0,296 \cdot 1,07154} = 0,977;$$

$$\bar{T}_{масшт.} = \frac{1,11}{0,977} = 1,136 \text{ або } 113,6\%$$

Висновки з проведеного дослідження. Наведені розрахунки підтверджують висновки щодо неефективності використання основних чинників виробництва. Середній темп падіння обсягів перевезення вантажів по всій регіональній транспортно-логістичній системі за 2012–2018 рр. за рахунок зниження ефективності використання основних факторів виробництва становить 97,7%. Таким чином, основні чинники зростання зовсім не пов'язані із цими чинниками – вони забезпечують приріст обсягів перевезення вантажів на 13,6%.

Аналіз оцінки впливу основних чинників виробництва та їх ефективності дає можливість для розроблення стратегічних напрямів розвитку транспортно-логістичної системи, але з урахуванням визначених закономірностей. Необхідно здійснювати більш деталізований аналіз безпосередньо неідентифікованих чинників, які у цілому визначають ефект масштабу, серед них, як було вище зазначено, і чинники, що пов'язані з утіленням сучасних інноваційно-технічних, екологічно чистих, цифрових технологій, оцінкою можливостей виходу на міжнародні ринки, формуванням якісно нових маркетингових стратегій і кластерної моделі логістичної діяльності в Причорноморському економічному районі.

Прогнозні оцінки чинників виробництва та моделі їх визначення на 2020–2023 рр.

Чинники виробництва	Модель прогнозування, відносна похибка апроксимації ($\varepsilon_{\text{відн.}}$)	Факт 2018 р.	Прогнозні оцінки за роками			
			2020	2021	2022	2023
Капітальні інвестиції (K), млн грн	Інтегрована авторегресійна модель Бокса-Дженкінса; $\varepsilon_{\text{відн.}} = 5.7\%$	5519,8	6665,8	7198,4	7730,9	8263,4
Середньооблікова кількість штатних працівників підприємств у сфері транспорту й складського господарства (L), тис осіб	Інтегрована авторегресійна модель Бокса-Дженкінса; $\varepsilon_{\text{відн.}} = 1.5\%$	91,2	89,0	88,0	87,0	86,1
Обсяги відправлення вантажів транспортно-логістичною системою (\hat{y}_t), млн т	Модель виробничої функції: $\hat{y}_t = 530.185 \cdot K^{0.091} \cdot L^{-0.378}$	219,76	216,5	218,9	221,4	223,7

Джерело: складено й розраховано за даними [10, с. 14, 49, 54; 11, с. 15, 46, 50, 51]

У подальших дослідженнях планується розробити пропозиції щодо можливих організаційно-правових форм створення транспортно-логістичних кластерів та обґрунтувати кластерну модель організації логістичної діяльності на прикладі Причорноморського економічного району.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бокс Дж., Дженкінс Г. Анализ временных рядов: прогноз и управление / пер. с англ. Москва : Мир, 1974. Вып. 1. 405 с.
2. Шелобаев С.И. Математические методы и модели в экономике, финансах, бизнесе. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 367 с.
3. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування. Київ : КНЕУ, 2001. 170 с.
4. Шамилева Л.Л. Статистическое моделирование и прогнозирование. Донецк : ДонНУ, 2008. 304 с.
5. Іванов С.В., Ляшенко В.І., Трушкіна Н.В. Інноваційний розвиток транспортно-логістичної системи в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення. *Інституціональна модель інноваційної економіки* : колективна монографія / за ред. В.І. Ляшенка, О.В. Прокopenко, В.А. Омеляненка ; НАН України, Ін-т економіки пром-ті. Київ, 2019. С. 114–130.
6. Іванов С.В., Ляшенко В.І., Трушкіна Н.В. Передумови формування та перспективи розвитку транспортно-логістичного кластера в Причорноморському економічному районі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46. Ч. 2. С. 16–24. URL : <https://doi.org/10.32843/bses.46-25>.
7. Trushkina N. Financial ensuring mechanism of management innovative development of the transport-logistics system. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities* : collective monograph / Edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. / Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, 2019. Vol. 3. P. 227–236.
8. Трушкіна Н.В. Формування інтегрованої транспортно-логістичної системи в Україні: фінансово-

правовий аспект. *Emergence of public development: financial and legal aspects: monograph*. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2019. P. 619–629.

9. Трушкіна Н.В. Прогнозування розвитку регіональної транспортно-логістичної системи Причорноморського економічного району. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 51. С. 155–165. URL : <https://doi.org/10.32843/bses.51-25>.

10. Транспорт і зв'язок України за 2017 рік : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 168 с.

11. Транспорт і зв'язок України за 2018 рік : статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2019. 154 с.

REFERENCES:

1. Box J., Jenkins G. (1974) *Analiz vremennykh ryadov: prognoz i upravlenie* [Time Series Analysis: Forecast and Management]. Moscow: World, issue. 1. (in Russian)
2. Shelobaev S.I. (2000) *Matematicheskie metody i modeli v ekonomike, finansakh, biznese* [Mathematical methods and models in economics, finance, business]. Moscow: UNITY-DANA. (in Russian)
3. Yerina A.M. (2001) *Statystychne modeliuвання ta prohnozuvannya* [Statistical modeling and forecasting]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
4. Shamileva L.L. (2008). *Statisticheskoe modelirovanie i prognozirovanie* [Statistical modeling and forecasting]. Donetsk: DonNU. (in Russian)
5. Ivanov S.V., Liashenko V.I., Trushkina N.V. (2019) *Innovatsiyniy rozvytok transportno-lohistychnoi systemy v Ukraini: problemy ta shliakhy yikh vyrishennia* [Innovative development of the transport and logistics system in Ukraine: problems and solutions]. In: Liashenko V.I., Prokopenko O.V., Omelyanenko V.A. (Ed.). *Institutsionalna model innovatsiynoi ekonomiky* [Institutional model of innovative economy]: collective monograph. Kyiv: Institute of Industrial Economics of the NAS of Ukraine, pp. 114-130. (in Ukrainian)

6. Ivanov S.V., Liashenko V.I., Trushkina N.V. (2019) Peredumovy formuvannia ta perspektyvy rozvytku transportno-lohistychnoho klastera v Prychornomorskomu ekonomichnomu raioni [Prerequisites for formation and development prospects of the transport and logistics cluster in the Black sea economic region]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 46, issue 2, pp. 16-24. <https://doi.org/10.32843/bses.46-25>. (in Ukrainian).

7. Trushkina N. (2019) Financial ensuring mechanism of management innovative development of the transport-logistics system. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities*. in 3 Vol. Przeworsk: WSSG, vol. 3, pp. 227–236.

8. Trushkina N. V. (2019) Formuvannia integhrovanoji transportno-loghistychnoji systemy v Ukraini:

finansovo-pravovyj aspekt [Formation of integrated transport and logistics system in Ukraine: financial and legal aspect]. *Emergence of public development: financial and legal aspects*. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, pp. 619–629. (in Ukrainian).

9. Trushkina N. V. (2020) Prohnozuvannia rozvytku rehionalnoi transportno-lohistychnoi systemy [Forecasting the development of the regional transport and logistics system]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 51, pp. 155–165. <https://doi.org/10.32843/bses.51-25>. (in Ukrainian).

10. Transport i зв'язok Ukrainy za 2017 rik [Transport and Communication of Ukraine for 2017] (2018). Kyiv: State Statistics Service of Ukraine. (in Ukrainian)

11. Transport i зв'язok Ukrainy za 2018 rik [Transport and Communication of Ukraine for 2017] (2019). Kyiv: State Statistics Service of Ukraine. (in Ukrainian)

РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

СВІТОВА ПРАКТИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОДАТКІВ: АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ У НАЦІОНАЛЬНЕ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ¹

GLOBAL PRACTICE OF ENVIRONMENTAL TAXES EFFICIENCY ESTIMATION: ANALYSIS OF THE OUTCOMES AND IMPLEMENTATION INTO NATIONAL NATURE MANAGEMENT

Дослідження ефективності екологічних податків запропоновано здійснювати з позиції функціонального підходу. Установлено, що розмежування та обґрунтування функцій екологічних податків виступає передумовою оптимізації їхньої ефективності. З'ясовано, що екологічні податки як економічний інструмент проявляють себе через функції та дисфункції. Узагальнено оцінки функцій екологічних податків у світовому масштабі. Обґрунтовано, що дієвість екологічних податків зумовлена фіскальною та екоатрибутивною ефективністю. Проведено аналіз та систематизацію світових підходів до оцінки ефективності екологічних податків, які спираються на пігувіанську модель, коефіцієнтний аналіз, скандинавську модель та сучасне економетричне моделювання. Здійснено відбір переліку екологічних податків, які довели свою результативність у світовій практиці та відповідають національній специфіці України. Запропоновано оптимальну структуру екологічних податків за критерієм максимізації фіскальної та екоатрибутивної ефективності.

Ключові слова: екологічні податки, функції, ефективність, світові моделі, національне природокористування.

Исследование эффективности экологических налогов предложено осуществлять с позиции функционального подхода. Установлено, что разграничение и обоснование функций экологических налогов выступает предпосылкой оптимизации их эффективности. Определено, что экологические налоги как экономический инструмент проявляют себя через функции и дисфункции. Обобщены оценки функций экологических функций в мировом масштабе. Обосновано, что действенность экологических налогов обусловлена фискальной и экоатрибутивной эффективностью. Проанализированы и систематизированы глобальные подходы к оценке эффективности, которые опираются на пигувианскую модель, коэффициентный анализ, скандинавскую модель и современное эконометрическое моделирование. Осуществлен отбор экологических налогов, доказавших свою результативность в мировой практике и соответствующих национальной специфике Украины. Предложена оптимальная структура экологических налогов по критерию фискальной и экоатрибутивной эффективности.

Ключевые слова: экологические налоги, функции, эффективность, глобальные модели, национальное природопользование.

УДК 330.15:336.12

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-34>

Мареха І.С.

к.е.н., старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин Сумський державний університет

Marekha Iryna

Sumy State University

In the article, the author focuses on the problem of assessing the efficiency of environmental taxes in the global dimension in order to implement the achieved results into the national nature management. The author makes an assumption that ecological tax performance depends on their functions. Such hypothesis is based on the idea that function manifests itself through a definite result (effect), is constant and durable, so that it can be employed as a method for research. It has been proved that the popularity of such economic instruments as eco-taxes was determined by their dual positive effect: economic and environmental. In the first turn, ecological taxes as compulsory regular payments fill the budget, so they fulfill a fiscal function. From another point of view, eco-taxes contribute to minimization of environmental harm, stimulating rational tax payers for the implementation of environmentally friendly technologies. Nevertheless, it was revealed in the article that ecological taxes can perform disfunctions which are negative in nature and imply heaviness, inflation and countermeasures. The global basic approaches to estimation of the efficiency of ecological taxes have been systematized and analyzed. Such approaches include Pigouvian tax model, ratio-based approach, Scandinavian structural (pioneer) model, and contemporary econometric modeling. It was discovered in the article, that in the world practice, the following eco-taxes that belong to the pan-European tax system have demonstrated their efficiency: energy taxes, transport taxes, pollution taxes, and resource taxes. Based on the foreign experience, the author states, that there are two categories of ecological taxes that generate positive effects. In this relation, one can outlay a fiscal group of environmental taxes which own a significant income potential and eco-attributive group of eco-taxes which enhance the level of environment. The author concludes in the article that tax system is considered to be efficient if ecological taxes in the national financial system comply with their functional designation.

Key words: environmental taxes, functions, efficiency, global models, national nature management.

Постановка проблеми. Екологічні податки у різноманітній формі існують у всіх економічно розвинутих країнах. Станом на 2018 р. практично усі європейські країни активно використовували

ті чи інші види екологічних податків. Найбільш результативними з погляду використання податкових інструментів у сфері охорони навколишнього середовища з фіскальною метою стали Данія, Мальта, Нідерланди, Кіпр, Естонія, Болгарія, Хорватія, Словенія, Греція, Латвія, де частка екологічних податків у загальних податкових надходженнях варіювалася в діапазоні від 8% до 11,2%

¹ Робота виконана в рамках гранту МОН 0119U100759 «Структурно-функціональна мультиплексивна модель розбудови системи екологічних податків в Україні в контексті забезпечення національної безпеки».

[1, с. 41]. Транспортний податок, податки на енергію, паливо та енергоресурси застосовуються у 33 країнах Європи, вуглецевий податок (не враховуючи Європейську систему торгівлі викидами) – у 12 країнах, платежі за користування повітрям та повітряним простором – у 22 країнах, плата за поводження з відходами – у 26 країнах, податки на шкідливі матеріали – у 15 країнах, податки на шкідливу продукцію – у 30 країнах, податок за користування водними ресурсами – у 30 країнах, система екологічного оподаткування землекористування – у 8 країнах [2, с. 126]. Нині у світовому масштабі можна виокремити три базисні системи екологічних податків, а саме японську, американську та пан'європейську, які по-різному демонструють свою результативність. Саме дослідженню ефективності екологічних податків як дієвого економічного інструменту раціонального природокористування і присвячено дану статтю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження з даної проблематики поділяються на такі, що присвячені формуванню автентичних підходів до оцінки ефективності екологічних податків [3–5] або стосуються суто вивчення світового досвіду [2; 6; 7], або такі, що ставлять на меті імплементувати кращі зарубіжні підходи у національну практику екологічного оподаткування [8–10]. Відзначаючи вагомий внесок науковців у досліджувану проблему, зауважимо, що питання трансформування передового досвіду оцінки ефективності екологічних податків відповідно до національної специфіки України потребують більш ретельного опрацювання.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз результатів дослідження світовими експертами ефективності екологічних податків та оптимізація їхньої структури відповідно до умов національної специфіки України. Досягнення поставленої мети досягається шляхом вирішення таких завдань:

а) розмежування та обґрунтування функцій екологічних податків як передумови оцінки їхньої ефективності;

б) аналіз та систематизація світових моделей оцінки ефективності екологічних податків;

в) відбір переліку екологічних податків, які довели свою результативність у світовій практиці та відповідають національній специфіці України;

г) оптимізація структури екологічних податків за критерієм максимізації фіскальної та екоатрибутивної ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Дієвість екологічних податків зумовлена таким. По-перше, екологічні податки як обов'язкові регулярні платежі поповнюють дохідну частину бюджету, тобто виконують фіскальну функцію. По-друге, екоподатки сприяють мінімізації рівня екологічної небезпеки, стимулюючи раціональних податкових агентів до впровадження безпечних технологій, дружніх до навколишнього природного середовища, тобто виконують екоатрибутивну функцію. Отже, дослідження ефективності екологічних податків пропонуємо здійснювати крізь призму аналізу притаманних їм функцій та дисфункцій (рис. 1).

Основним ефектом застосування екологічних податків повинно стати зменшення бази оподаткування внаслідок переходу на нові технології (ефект заміщення). Низькі ж стандарти якості довкілля не стимулюють економічних агентів до впровадження інвестиційних проєктів природоохоронного призначення. Виявлено, що в практиці національного природокористування не проявляється ефект заміщення через низькі порівняно з європейськими ставки екологічних податків. На цьому тлі фіскальна функція екологічних податків також не спрацьовує. Так, було встановлено, що за досліджуваний період середнє значення частки екологічного збору у ВВП становило 0,11%, у доходах бюджету – 0,39%, податкових надходженнях – 0,53% [11, с. 4]. Негативні функції, або дисфункції, проявляються через податковий тягар (обтяжливість, ефект доходу, пастка платоспроможності), підвищення собівартості продукції емітента (інфляція) та загрозу виникнення кардинально протилежного результату (протидія державним податковим органам). У табл. 1 нами узагальнено оцінки функцій екологічних податків у світовому масштабі.

Позитивні функції та ефекти від застосування екологічних податків наведено в табл. 2.

У світовій практиці розрізняють такі підходи до оцінки ефективності екологічних податків (рис. 2).

Пігувіанська модель. Представник кембриджської неокласичної школи А. Пігу запропонував інтерналізувати витрати забруднення шляхом установаження екологічного податку для вину-

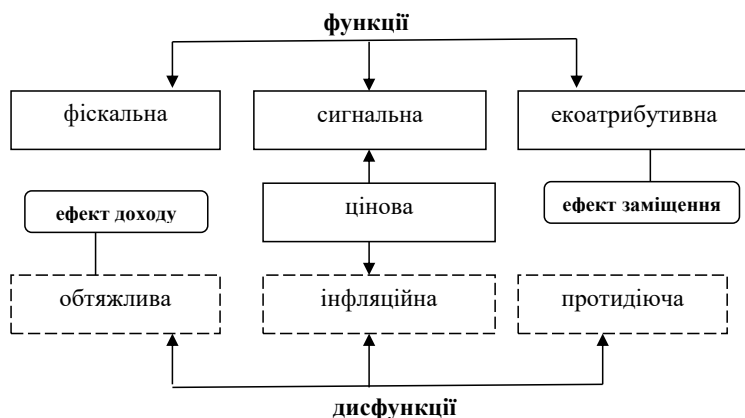


Рис. 1. Функції та дисфункції екологічних податків

Джерело: авторська розробка

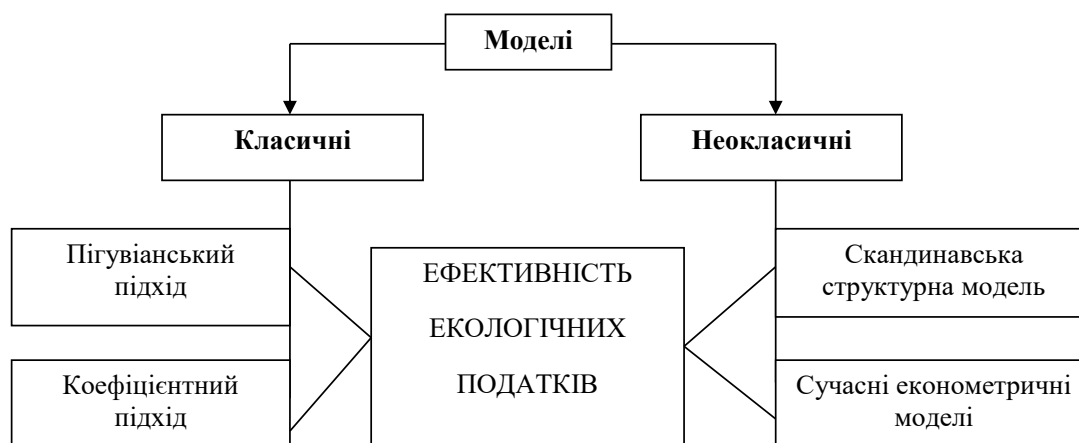


Рис. 2. Світові моделі оцінки ефективності екологічних податків

Джерело: систематизовано автором

Таблиця 1

Оцінка функцій екологічних податків у світовому масштабі

Функція	Економічний ефект	Країна	Національна специфіка
Фіскальна	Поповнення бюджету	Ірландія (вуглецевий податок)	Мета – вихід з бюджетної кризи після світового дефолту 2008-2010 рр.
Екоатрибутивна	Ефект заміщення	Країни ЄС (енергетичний податок)	Скорочення споживання первинних енергетичних ресурсів шляхом переходу на безпечні технології на 82% зумовлено дією екологічного податку
Цінова	Підвищення ціни та зниження попиту на екологічно шкідливу продукцію	Великобританія (податок на пісок, гравій та щебінь)	Сукупний податок виконує суто ринкову функцію, оскільки становить 0,07% від загальних надходжень
Обтяжлива	Зниження платоспроможності платника	У США відсутній вуглецевий податок на федеральному рівні	Країна не ратифікувала Киотський протокол, незважаючи на значний внесок у глобальне потепління
Протидіюча	Скасування податку	Австралія (вуглецевий податок)	Намагання уряду країни протидіяти негативним наслідкам зміни клімату обернулися страйками податкових агентів, що призвело до скасування вуглецевого податку у 2014 р., який проіснував лише 2 роки

Джерело: складено автором за [7; 12; 13]

Таблиця 2

Ефективність екологічних платежів у зарубіжних країнах

Екологічний податок	Ефективність	Функція
Податок на зміну клімату (введено у Великобританії у 2001 р.)	Викиди парникових газів скоротилися на 6-8%	Стимулююча
Група податків на забруднення: – податок на викиди окису сірки (введено у Швеції в 1991 р.) – податок на викиди діоксиду вуглецю (введено у Норвегії в 1991 р.)	– у Швеції викиди скоротилися на 15-20% за 4 роки після введення податку; – у Норвегії викиди скоротилися на 3-4%	
Оподаткування токсичних відходів (введено у Німеччині в 1991 р.)	Утворення токсичних відходів знизилася на 15 % за 3 роки після введення податку	
Різноманітні податки на транспорт (на кілометраж, щорічний – із власника, акциз під час купівлі автомобіля) у всіх європейських країнах	Збільшилися податкові надходження від загальної суми отримуваних податків, напр. в Італії – на 4,5%, в Ірландії – на 10,2%	Фіскальна
Платежі за користування природними ресурсами – введені у всіх європейських країнах	Становлять значну частку доходів бюджету (від 3% до 12%)	

Джерело: складено за [7, с. 44]

ватця емісії. Призначення екологічного податку полягає у тому, що він стимулює податкового агента знижувати рівень екологічного збитку, завданого третім особам. У подальшому цей підхід було доповнено і розвинуто в теорії економічного збитку від забруднення довкілля. В основі підходу лежить принцип «забруднювач платить». Цей принцип зводиться до того, що джерела забруднення повинні або компенсувати нанесений збиток, або здійснювати заходи з відвернення негативного впливу. Екологічний податок буде ефективним, якщо його ставка буде дорівнювати граничним суспільним витратам.

Традиційний коефіцієнтний підхід до оцінки ефективності податкової системи ґрунтується на обчисленні базових аналітичних показників: питомої ваги загальної суми податків у ВВП (рівень податкового навантаження); питомої ваги податкових надходжень у доходах бюджету; питомої ваги податків по галузях і сферах діяльності; податкової заборгованості; коефіцієнту збирання податків; коефіцієнту еластичності податків; динамічності податків; коефіцієнту фіскальної ефективності; індексу витратності податків; мультиплікатору податків; акселератору податків; коефіцієнту податкової лояльності; ефективних податкових ставок.

Скандинавська структурна модель оцінки ефективності екологічних податків [14]. Розро-

блена для пошуку відповіді на питання про дотримання підходу «забруднювач платить» у практиці застосування екологічних податків у країнах Північної Європи. Підхід базується на визначенні частки споживання енергії (або забруднення) по кожному з досліджуваних секторів і відповідній частці нарахованих податків. На підставі наявності або відсутності відповідностей між досліджуваними показниками робиться висновок про дотримання принципу «забруднювач платить».

Сучасні економетричні моделі. Арсенал сучасних підходів до оцінки ефективності екологічних податків представлено в табл. 3.

У світовій практиці свою результативність довели екологічні податки пан'європейської системи, а саме: енергетичні податки [14]; транспортні податки [1]; податки на забруднення [13; 16]; ресурсні податки [7]. На підставі аналізу зарубіжного досвіду стає очевидним, що у світовій практиці чітко визначилися дві групи екоподатків залежно від виконуваних ними функцій: ті, що сприяють поповненню бюджету, та ті, які змінюють рівень навколишнього середовища. Звідси можна зробити висновок, що податкова система є ефективною за умови, якщо екологічні податки у фінансовій системі країни відповідають своєму функціональному призначенню. Це зумовлює необхідність оптимізації структури екологічних платежів (рис. 3).

Таблиця 3

Сучасні підходи до оцінки ефективності екологічних податків

Автори	Країна	Податок	Ефекти
A. Bruvold, B. Larsen	Норвегія	Вуглецевий податок	Вуглецевий податок здійснює помірний вплив на зниження вмісту CO ₂ (на рівні 2%)
Q. Liang, Y. Fan, Y. Wei	Китай	Вуглецевий податок	Нульовий вплив податку на викиди CO ₂ , якщо він не застосовується для енергоємних галузей або вводиться на продукцію з нееластичними попитом
T. Nakata, A. Lamont	Японія	Енергетичні та вуглецеві податки	Податки є ефективними та суттєво впливають на скорочення емісії
W. Wissema, R. Dellink	Ірландія	Вуглецевий податок	Досягнення 25%-го зниження викидів CO ₂ відбувається за рахунок запровадження податку на рівні 10–15 євро за тону
V. Di Cosmo, M. Hyland	Ірландія	Вуглецевий податок	Якщо податкова ставка поступово підвищиться до 41 євро у 2025 р., країні вдасться знизити емісію на 861 тис т
T. Sterner	Країни Європи	Податки на вичопне паливо	Викиди вуглецю можна знизити наполовину шляхом установлення високих ставок на вичопне паливо, причому вміст CO ₂ в атмосферному повітрі знизиться на 1 мільйонну частку
X. Yan, R. Crookes	Китай	Податок на вичопне паливо	Податки сприятимуть зниженню парникових газів на 16,2%, попиту на енергію – на 16,3%, попиту на нафту – на 18,5% до 2030 р.
F. Convery, S. Madonnell, S. Ferreira	Ірландія	Податок на пластик	Є ефективним, запроваджений із 2002 р. Споживання пластикових пакетів скоротилося на 90%, а щорічні надходження становлять 13 млн євро
R. Deyle, S. Bretschneider	США	Податок на розміщення відходів	Високі ставки податку ефективніше сприяють збереженню земельних ресурсів, аніж інші форми боротьби за довкілля

Джерело: складено за [15]

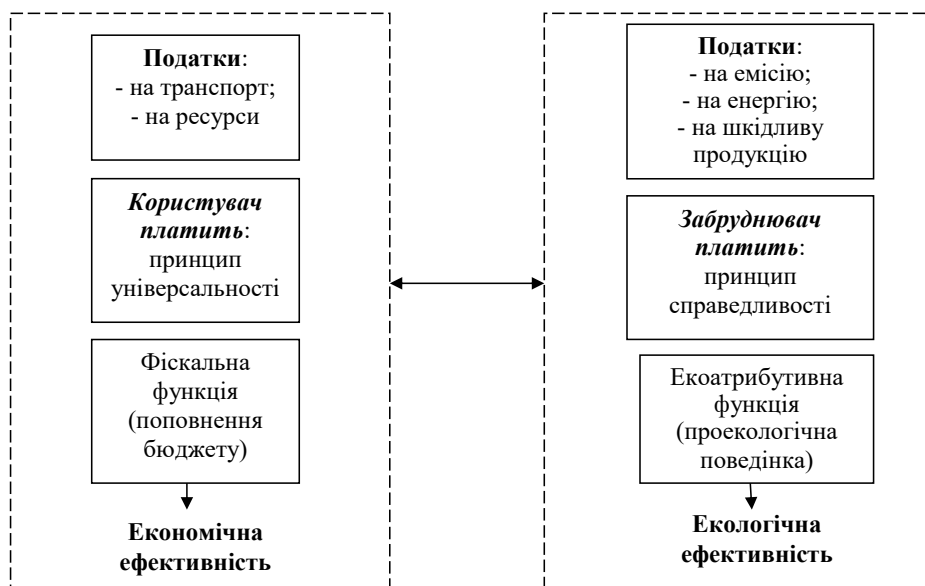


Рис. 3. Оптимізація структури екологічних податків з урахуванням національної специфіки

Джерело: авторська розробка

З урахуванням національної специфіки України відбір переліку екологічних податків повинен ґрунтуватися на таких принципах: потужний природо-ресурсний потенціал; висока природоємність національного виробництва; енергетична залежність; високий рівень забруднення навколишнього середовища; високий попит на нові автомобілі.

До фіскальної групи екологічних податків в Україні слід віднести податки на транспорт та ресурси. Оскільки Україна володіє потужним природо-ресурсним потенціалом, плата за ресурси дасть змогу спрямувати значну частину коштів до бюджету. Високий рівень природоємності продукції свідчить про нееластичний попит на ресурси, що дає змогу стягувати кошти за користування ними з фіскальною метою. Аналогічним нееластичним попитом в Україні користуються нові автомобілі, а тому встановлення додаткових податків на мобільні джерела забруднення сприятиме підвищенню дохідності бюджету. Податки на емісію забруднюючих речовин, енергію та екологічно шкідливу продукцію треба запроваджувати з екологічною метою, реалізація якої призведе до ефекту заміщення природоруйнівної діяльності проєкологічною поведінкою. Це сприятиме процесам енергозбереження та зниженню попиту на екологодеструктивні товари.

Висновки з проведеного дослідження. Процес екологізації податкової системи, який розпочався в європейських країнах декілька десятиліть тому як експеримент, поступово поширився на інші країни. У сучасному контексті повинно йтися про формування ефективної системи екологічних податків, що забезпечується шляхом оптиміза-

ції їхньої структури. Так, з урахуванням світового досвіду та національних особливостей економічного розвитку постає питання про формування фіскальної та екоатрибутивної груп екологічних податків. Перспективою подальших досліджень є побудова функціональної матриці відповідності екологічних податкових інструментів умовам національної специфіки та пріоритетам національної безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мареха І.С., Миргородська В.С. Макроекономічний аналіз результативності податкових екологічних реформ у країнах Європейського Союзу. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2019. № 2. С. 36–45.
2. Смирнов Д.А., Заворыкин А.А. Фискальные инструменты в сфере регулирования природоохранной и экологической деятельности: зарубежный опыт. *Экономика. Налоги. Право*. 2016. № 6. С. 122–128.
3. Environmental Taxes. Implementation and Environmental Effectiveness. European Environment Agency. 1996. 64 pp.
4. Morley B. Empirical Evidence on the Effectiveness of Environmental Taxes. Working Paper. Bath, UK : Department of Economics, University of Bath. 2010, 23 p.
5. Piciu G.C., Trică C.L. Assessing the Impact and Effectiveness of Environmental Taxes. *Procedia Economics and Finance*. 2012. № 3. P. 728–733.
6. Троянская М.А., Тюрина Ю.Г. Налоги на выбросы в атмосферный воздух: зарубежный опыт. *Международный бухгалтерский учет*. 2018. Т. 21. № 6. С. 670–682.
7. Чернявская Н.В., Клейман А.В. Экологические налоги в зарубежных странах: вопросы применения. *Международный бухгалтерский учет*. 2016. № 8. С. 38–50.

8. Веклич О. Засади уніфікації структури вітчизняного екологічного оподаткування відповідно до класифікаційних стандартів Євростату. *Фінанси України*. 2016. № 6. С. 31–50.

9. Чижигова О.А., Евтюшина А.Э. Анализ современного экологического налогообложения в Украине и в ЕС. *Економіка і регіон*. 2016. № 6. С. 15–20.

10. Найденко О.Е. Проблеми екологічного оподаткування та шляхи їх вирішення. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 627–633.

11. Нормотворчі напрями підвищення фінансової ефективності справляння екологічного податку в Україні. Ірпінь : НДІ фінансового права, 2013. 32 с.

12. Макарова І.А. К вопросу о функциях и принципах экологического налога. *Вестник Томского государственного университета. Экономика*. 2016. № 3. С. 147–158.

13. Глуховски Я., Руськовски Е. Дилемма введения и установления экологических налогов в свете научных предположений и международного опыта. *Публичные финансы и налоговое право. Вып. 7 : Природоресурсные и экологические платежи в странах Центральной и Восточной Европы / под ред. М.В. Карасёвой (Сенцовой)*. Воронеж : ВГУ, 2017. С. 6–17.

14. Макарова І.А. Оценка эффективности экологических налогов с позиции «загрязнитель платит» в скандинавских странах: методика и результаты исследования. *Вестник Томского государственного университета. Экономика*. 2017. № 40. С. 124–140.

15. Miller S., Vela M. Are Environmentally Related Taxes Effective. IDB Working Paper Series. 2013. 467 p.

16. Новицька Н.В. Особливості застосування екологічних податків у сучасних податкових системах. *Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право)*. 2014. № 1. С. 238–245.

REFERENCES:

1. Marekha I.S., Myrgorodska V.S. (2019). Makroekonomichnyy analiz rezultatyvnosti podatkovykh ekolohichnykh reform u krayinakh Yevropeyskoho Soyuzu [Macroeconomic analysis of the effectiveness of environmental tax reforms in the European Union]. *Bulletin of SSU. Series "Economics"*, no. 2. pp. 36–45. (in Ukrainian)

2. Smirnov D.A., Zavorykin A.A. (2016). Fiskalnyye instrumenty v sfere regulirovaniya prirodookhrannoy i ekolohicheskoy deyatelnosti: zarubezhnyy opyt [Fiscal Instruments in the Sphere of Regulation of Environmental Protection and Environmental Activity: Foreign Experience]. *Economics. Taxes. Law*, no 6. pp. 122–128. (in Russian)

3. Environmental Taxes. Implementation and Environmental Effectiveness (1996). European Environment Agency. 64 pp.

4. Morley B. (2010). Empirical Evidence on the Effectiveness of Environmental Taxes. Working Paper. Bath, UK: Department of Economics, University of Bath. 23 p.

5. Piciu G.C., Trică C.L. (2012). Assessing the Impact and Effectiveness of Environmental Taxes. *Procedia Economics and Finance*, no. 3. pp. 728–733.

6. Troyanskaya M.A., Turina U.G. (2018). Nalogi na vybrosy v atmosfernyy vozdukh: zarubezhnyy opyt [Air emissions taxes: foreign experience]. *International Accounting*, issue 21, no. 6, pp. 670–682. (in Russian)

7. Chernyavskaya N.V., Kleiman A.V. (2016). Environmental taxes in foreign countries: application matters [Ekologicheskiye nalogi v zarubezhnykh stranakh: voprosy primeneniya]. *International Accounting*, no. 8, pp. 38–50. (in Russian)

8. Veklych O. (2016). Zasady unifikatsiyi struktury vitchyznyanoho ekolohichnoho opodatkovannya vidpodvidno do klasyfikatsiynykh standartiv Yevrostatu [Framework for the unification of domestic environmental taxation according to Eurostat classification standards]. *Finances of Ukraine*, no. 6, pp. 31–50. (in Ukrainian)

9. Chyzykova O.A., Yevtyushyna A.E. (2016). Analiz sovremennogo ekolohicheskogo nalogooblozheniya v Ukraine i v YES [Analysis of the present day environmental taxation in Ukraine and in the EU]. *Economy and Region*, no. 6, pp. 15–20. (in Russian)

10. Naidenko O.E. (2017). Problemy ekolohichnoho opodatkovannya ta shlyakhy yikh vyrishennya [Problems of environmental assessment and solutions]. *Economy and Society*, no. 8, pp. 627–633 (in Ukrainian)

11. Normotvorchi napryamy pidvyshchennya fiskalnoyi efektyvnosti spravlyannya ekolohichnoho podatku v Ukrayini [Normative directions of increasing the fiscal efficiency of environmental tax collection in Ukraine] (2013). Irpin: SRI of financial law, 32 p. (in Ukrainian)

12. Makarova I.A. (2016). K voprosu o funktsiyakh i printsipakh ekolohicheskogo naloga [The functions and principles of environmental tax]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika. Tomsk State University Journal of Economics*, no. 3 (35), pp. 147–158. (in Russian)

13. Glukhovski J., Ruskovski E. (2017). Dilemma vvedeniya i ustanovleniya ekolohicheskikh nalogov v svete nauchnykh predpolozheniy i mezhdunarodnogo opyta [Dilemmas of input and construction of ecological taxes in the light of scientific assumptions and international experience]. *Public finances and tax law. Issue 7: Nature-resource and ecological payments in the countries of the Central and Eastern Europe / edited by M. Karasyova (Sentsova)*. Voronezh : Publishing House VSU, pp. 6–17. (in Russian)

14. Makarova I.A. (2017). Ocenka ehffektivnosti ehkolohicheskikh nalogov s pozicii «zagryaznitel' platit» vskandinavskih stranah: metodika i rezul'taty issledovaniya [The effectiveness assessment of environmental taxes from the «polluter pays» position in the Scandinavian countries: the methodology and results of the study]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics*, no. 40, pp. 124–140. (in Russian)

15. Miller S., Vela M. (2013). Are Environmentally Related Taxes Effective. IDB Working Paper Series, 467 p.

16. Novytska N.V. (2014). Osoblyvosti zastosuvannya ekolohichnykh podatkov u suchasnykh podatkovykh systemakh [Features of application of ecological taxes in modern tax systems]. *Scientific Bulletin of the National University of the State Tax Service of Ukraine (economics, law)*, no. 1, pp. 238–245. (in Ukrainian)

РОЗДІЛ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

АНТИКРИЗОВЕ ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ANTI-CRISIS PUBLIC MANAGEMENT OF BANKING ACTIVITY

УДК 336.5:336.7

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-35>**Гусятинський М.В.**к.е.н., доцент,
завідувач кафедри менеджменту
Університету державної фіскальної
служби України**Татьяніна С.М.**студентка
Навчально-науковий інститут фінансів,
банківської справи
Університету державної фіскальної
служби України**Березинець Ю.В.**студентка
Навчально-науковий інститут фінансів,
банківської справи
Університету державної фіскальної
служби України**Husiatynsky Mykola**University of the State Fiscal Service
of Ukraine**Tatianina Svitlana**Research Institute of Finance, Banking
University of the State Fiscal Service
of Ukraine

В економіці країни сьогодні значна увага приділяється проблемам антикризового управління вітчизняними банками. Варто зазначити, що будь-які потрясіння в банківській сфері, зміни зовнішніх і внутрішніх чинників у діяльності банківської системи призводять до зниження показників її ефективності, коливань курсу національної валюти, а також загострення політичних обставин у країні, стимулюють розвиток банківських криз, як наслідок, банківський сектор не має змоги стабільно функціонувати та ефективно виконувати свої основні функції. Забезпечення ефективного функціонування механізму антикризового управління вітчизняними банками є одним із пріоритетних напрямів економіки України загалом. Отже, взявши за основу досвід зарубіжних країн, пропонуємо впровадження нових підходів і механізмів антикризового управління банками; визначаємо проблеми антикризового управління та шляхи їх подолання, сформувавши комплекс заходів, які забезпечать нейтралізацію проблем антикризового управління.

Ключові слова: антикризове управління, інструменти антикризового управління, стрес-тестування, ліквідність, ризики, фінансова стійкість банків.

В экономике страны сегодня значительное внимание уделяется проблемам анти-

кризисного управления отечественными банками. Стоит отметить, что любые потрясения в банковской сфере, изменения внешних и внутренних факторов в деятельности банковской системы приводят к снижению показателей ее эффективности, колебаниям курса национальной валюты, а также обострению политических обстоятельств в стране стимулируют развитие банковских кризисов, как следствие, банковский сектор не имеет возможности стабильно функционировать и эффективно выполнять свои основные функции. Обеспечение эффективного функционирования механизма антикризисного управления отечественными банками является одним из приоритетных направлений экономики Украины в целом. Итак, взяв за основу опыт зарубежных стран, предлагаем внедрение новых подходов и механизмов антикризисного управления банками; определяем проблемы антикризисного управления и пути их преодоления, сформировав комплекс мероприятий, которые обеспечат нейтралізацію проблем антикризисного управления.

Ключевые слова: антикризисное управление, инструменты антикризисного управления, стресс-тестирование, ликвидность, риски, финансовая устойчивость банков.

Nowadays in the Ukrainian economy, much attention is paid to the problems of crisis management of domestic banks. It should be noted that any shocks or changes in external and internal factors in the banking system, lead to a decrease of its efficiency, fluctuations in the exchange rate of the national currency. Furthermore, the aggravation of political situation in the country also stimulates banking crises, and as a consequence of listed shocks, the banking sector is not able to be stable and perform its core functions effectively. The financial stability of the bank depends on the results of its activities and therefore each bank, regardless of specialization and form of ownership, should not neglect the potential opportunities to increase profits, which can be identified only based on continuous analysis of the internal and external financial processes. On the other hand, timely analysis of the bank's financial stability and identification of problems in its operations will help prevent a crisis in a banking institution or even prevent its bankruptcy. Therefore, recently, especially in connection with the financial instability in the country and the world as a whole, the bank, which cares about its future, performs certain measures to predict the possibility of bankruptcy. The object of the research is the JSC "Oschadbank" as one of the state owned banks in Ukraine. We analyzed the activity of the state bank and the liquidity management mechanism in JSC "Oschadbank" under economic instability. During analysis we used classic mechanisms of liquidity analysis implemented by state regulators in cooperation with methodological analysis of public documents that regulates the internal liquidity management in the bank that are available on web resources of bank and state regulator. Few times during research we underlined the need to implement the foreign in the scenarios of anti-crisis liquidity management of state banks. In addition, we decided that it is necessary to investigate the issues of lack of effectivity or even absence of anti-crisis management in the domestic banks as the perspective plan of future research.

Key words: anti-crisis management, instruments of anti-crisis management, stress-test, liquidity, risks, financial stability of bank.

Постановка проблеми. Одна з функцій вітчизняних банків – це перерозподіл грошових потоків та акумулювання фінансових ресурсів, що надходять від вкладників, а також беруть на себе ризики у зв'язку зі здійсненням посередницьких функцій. Банки відіграють основну роль у підтримці економіки, виступають фінансовими установами, діяльність яких спрямована на одержання прибутку. Для дотримання стабільності у банківському секторі банки потребують державного регулювання з боку НБУ. Державне регулювання банківського сектору економіки в тій чи іншій формі існує в усіх країнах світу.

В процесі своєї діяльності державні банки наражаються на виникнення та розвиток системних ризиків у банківському секторі. Врахування та аналіз показників дає змогу попереджати виникнення фінансових проблем у банку або банківські кризи.

З огляду на зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на банки, контроль та регулювання державою банківської сфери є необхідним. Варто зазначити, що постійне антикризове регулювання з боку НБУ дає змогу моніторити та долати кризові явища, підвищувати ефективність банківської системи та розвиток економіки загалом. Отже,

державне антикризове регулювання є необхідним фактором у діяльності банківських установ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у дослідження антикризового регулювання банків здійснили О. Барановський, О. Дзюблюк, О. Буряк, А. Мороз, В. Коваленко та інші науковці. Проте, незважаючи на численні дослідження вітчизняних та зарубіжних учених-економістів з цієї проблематики, багато питань потребують подальших наукових розвідок.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення сутності державного антикризового регулювання та аналіз чинників впливу державного антикризового регулювання на державні банки.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Актуальність вибраної теми полягає в тому, що в умовах надскладної економічної ситуації країни ефективно антикризове управління банківською діяльністю є необхідною умовою діяльності будь-якого банку, оскільки саме завдяки цьому банки здатні в умовах кризи зберегти свою прибутковість на достатньому рівні.

О. Барановський розглядає банківську кризу як механізм «руйнування зв'язків між елементами банківської системи» [2, с. 209]. На наш погляд, до цього необхідно додати, що банківська криза – це крайнє загострення суперечностей у банківській системі, яке загрожує її подальшій життєдіяльності руйнуванням основ функціонування.

До основних чинників виникнення банківської кризи належать фінансова глобалізація, надмірна кредитна експансія під час тривалого економічного піднесення, недосконалість нагляду та регулювання банківської діяльності. Класичними інструментами у боротьбі з будь-якими кризами є узгодження дій усіх органів державної влади та суб'єктів господарювання, посилення взаємодії фінансового й реального секторів економіки, запровадження механізмів відповідальності влади за результати управлінських рішень тощо [3].

Державне регулювання банківського сектору є важливою складовою частиною регулювання фінансової сфери, що, на відмінну від інших

напрямів регулювання інших секторів економіки, має велику відповідальність за регрес чи розвиток кожного сектору окремо та економіки країни загалом. Перш за все це зумовлюється багатофункціональним призначенням банківської системи, зокрема її першого рівня – ЦБ, який є відповідальним за формування та координацію монетарної або грошово-кредитної політики, а саме забезпечення стабільності національних грошей та регулювання обсягу грошової пропозиції для стабілізації економіки [8].

Термін «антикризове управління» на практиці застосовують досить часто, але розуміння та тлумачення його сутності є неоднозначним (табл. 1).

Отже, антикризове управління банківської діяльності – це досить складний та багатофакторний процес, який передбачає об'єктивне виявлення причин кризи, виду, стадії та особливостей її протікання, можливих сценаріїв її розвитку, інструментів щодо виходу з неї та недопущення подальших кризових явищ.

Варто розрізнити два ключових поняття «антикризове управління» та «антикризове регулювання».

1) Антикризове регулювання – це дії з боку уряду та центрального банку. Основним елементом регулювання економіки є державне регулювання економіки як макроекономічна категорія, що відображає відносини, які виникають під час організаційно-економічного й правового впливу з боку держави, спрямовані на захист банківських установ від кризових ситуацій, запобігання банкрутству або припинення їх подальшого функціонування. Аналізуючи наукові надбання, вважаємо, що стратегічна мета – це підтримання стабільності банківської системи протягом усього періоду її функціонування [8].

2) Антикризове управління – це мікроекономічна категорія, що віддзеркалює відносини, що складаються на рівні банку під час його оздоровлення, а також сукупність форм і методів реалізації антикризових процедур стосовно конкретного банку. Основною метою є прийняття обґрунтованого рішення стосовно доцільності його функціонування з подальшим розробленням та вжиттям

Таблиця 1

Визначення антикризового управління

Автор визначення	Визначення антикризового управління
Е. Коротков	«Антикризове управління – це процес управління, в якому поставлено певним чином попередження небезпеки кризи, аналіз її симптомів, створення заходів для зниження негативних наслідків кризи».
В. Василенко	«Антикризове управління – це процес управління, в якому передбачаються небезпека кризи, аналіз її наслідків, зниження негативних наслідків кризи та використання її факторів для позитивного розвитку».
Л. Ситник	«Антикризове управління – це певна система управління, що спрямована на вирішення завдань інтенсивного розвитку фінансової установи завдяки мобілізації та інтенсифікації всіх ресурсів на протипагу екстенсивному розвитку».

Джерело: складено авторами на основі [7]

комплексу заходів щодо виходу з кризового стану або розробленням та вжиттям комплексу заходів щодо припинення діяльності банку залежно від характеру прийнятого на основі аналізу діяльності рішення [7].

Для забезпечення ефективного функціонування механізму антикризового управління банком доцільно сформулювати чіткі стратегічні орієнтири за часовою ознакою у процесі виконання місії банку, що дають змогу досягати конкурентних переваг на ринку з урахуванням ризиків; визначити цілі антикризового управління та шляхи їх досягнення, які мають бути адекватними тенденціям зміни зовнішнього й внутрішнього середовищ банку; визначити комплекс необхідних заходів, що забезпечують здійснення стратегій антикризового управління, спрямованих на подолання саме того виду кризи, яка виникла [8, с. 9].

Таким чином, процес державного антикризового регулювання банківською діяльністю має ґрунтуватися переважно на фінансовій підтримці банківського сектору з боку НБУ в разі вкрай негативного впливу на діяльність банків кризових явищ, що відобразиться негативно на економіці країни загалом та знизить довіру до банків.

Основні заходи антикризового управління в банківській установі мають бути спрямовані на забезпечення її стабільного функціонування та конкурентоспроможності на ринку з урахуванням ризиків та задля уникнення кризових явищ. Банківську кризу можна подолати завдяки своєчасному вжиттю антикризових заходів, адже це дасть змогу відновити довіру до банківських установ та підвищити ліквідність і платоспроможність [7].

Антикризове управління банківської діяльності в Україні здійснюється урядом держави, центральним банком та менеджментом конкретного банку. Найпоширенішими інструментами антикризового управління, які використовують в період першої хвилі й продовжують використовувати в період другої хвилі кризи Національний банк України та окремі банки, є рефінансування, введення тимчасових адміністрацій, регулювання рівня мінімального резервування, видача стабілізаційних кредитів, реструктуризація заборгованостей, зменшення витрат внаслідок скорочення мережі банківських філій (неприбуткових) [7].

Антикризові аспекти державного управління економікою сьогодні в зарубіжних країнах виражаються в різних формах. В країнах Європейського Союзу регіональна політика практично спрямована на створення умов, що дають змогу регіонам повністю реалізувати наявні у них можливості стимулювання й збільшення їх внеску в розвиток національної економіки. Все більшого поширення в ЄС отримує спільне фінансування слаборозвинутих районів для їх розвитку.

Європейський Центральний Банк, використовує низку інструментів для рефінансування банків, таких як постійно діючі кредитні та депозитні механізми, що впливають на ліквідність банків у країнах ЄС. До них належать [5]:

- депозитні операції («вікно» залучення короткострокових депозитів – “deposit facility”), що дають змогу банкам розміщувати короткострокові депозити в національних центральних банках за задалегідь обумовленою процентною ставкою; як правило, строки депозитів установлюються ЄЦБ в один операційний день (тобто це депозити овернайт), а процентні ставки за ними утворюють нижню межу одноденних міжбанківських кредитів ринку євро;

- кредитні операції («вікно» короткострокового кредитування – “marginal lending facility”), що дають змогу комерційним банкам отримати короткострокові позики на поповнення своєї ліквідності в національних центральних банках під визначене забезпечення [5].

У США, країнах Євросоюзу, Японії, Індії у діяльність банків впроваджується управління безперервністю бізнесу (Business Continuity Management, BCM). За визначенням Інституту безперервного планування [13], BCM являє собою цілісний управлінський процес, який дає змогу ідентифікувати потенційні загрози та створити основу для забезпечення стійкості й можливості ефективно реагувати на проблеми, які загрожують інтересам головних акціонерів, репутації, бренду та вартості основних активів [1].

Процедура антикризового управління АТ «Ощадбанк» у разі виникнення кризової ситуації визначає порядок дії структурних підрозділів центрального апарату, регіональних управлінь та його дочірніх установ з урахуванням методичних рекомендацій щодо планування в банках України заходів на випадок виникнення непередбачуваних обставин, схвалених Постановою Правління Національного банку України від 8 вересня 2008 року № 271. Ця процедура є елементом антикризового менеджменту банку [10].

Складовою частиною антикризового менеджменту є управління ліквідністю банківської установи. Ліквідність – це здатність банку своєчасно та в повному обсязі виконувати свої зобов'язання. Нормативи ліквідності є складовою частиною економічних нормативів діяльності банків, які перевіряють здатність банку забезпечити своєчасне виконання своїх грошових зобов'язань внаслідок збалансованості строків та сум погашення розміщених активів і зобов'язань банку.

АТ «Ощадбанк» дотримується нормативів та відповідає нормам згідно з інструкцією про регулювання діяльності НБУ. Тенденція у 2019 році вказує на зміцнення ліквідності АТ «Ощадбанк». Так,

державне регулювання ліквідності банків можна розглядати на мікро- та макрорівнях і в комплексі. Національний банк України, здійснюючи регулювання ліквідності кожної банківської установи, впливає на ліквідність банківської системи загалом, і навпаки, впровадження грошово-кредитної політики, спрямованої на регулювання грошового ринку, впливає на управління ліквідністю кожного окремого банку [10].

Для передбачення та виявлення криз у процесі антикризового управління в АТ «Ощадбанк» використовують різні кризові індикатори. Під кризовими індикаторами розуміють систему показників, які можуть завчасно сигналізувати про наближення фінансової нестабільності у банку [7]. Такі індикатори застосовують задля ранньої діагностики банкрутства банку та своєчасного вжиття превентивних заходів щодо попередження розвитку кризових явищ.

Перш за все вплив коштів із рахунків клієнтів, насамперед рахунків фізичних осіб, є причиною банкрутства банку та початком банківської кризи. Аналізуючи обсяг строкових коштів фізичних осіб АТ «Ощадбанк» у 2016–2019 роках, спостерігаємо зростання депозитів у гривні та гривневому еквіваленті (рис. 1).

За 2016–2019 роки обсяг строкових коштів фізичних осіб зріс на 13,12%, що було пов'язано зі збільшенням відсоткових ставок та зробило їх привабливішими для потенційних клієнтів [10].

Проаналізувавши зміну статутного капіталу банків України протягом 2016–2019 років, доходимо висновку про його стабільне збільшення (рис. 2). З 2016 року статутний капітал почав зростати пришвидшеними темпами, що насамперед пов'язано з вимогою НБУ про нарощення капіталу банків для підвищення фінансової стійкості банківської системи України та захисту інтересів вкладників і кредиторів.

Розмір власного капіталу (30,7 млн. грн.) надалі залишається меншим за статутний капітал, що пов'язано зі значними збитками АТ «Ощадбанк» упродовж 2015 року у зв'язку з воєнними діями на Сході, тому проблема підвищення рівня капіталізації провідного банку країни як одна з передумов його фінансової стабільності залишається надзвичайно актуальною.

Задля досягнення таких результатів у АТ «Ощадбанк» вжито низку антикризових заходів, які передбачали:

- моніторинг і аналіз фінансового стану банків-контрагентів та ідентифікацію банків, які мають суттєві проблеми щодо ліквідності;
- посилений моніторинг та аналіз міжбанківського ринку щодо вартості та обсягів можливого фінансування;
- посилення моніторингу й контролю встановлених лімітів та обмежень ризику;
- встановлення особливого режиму формування й надання звітності;

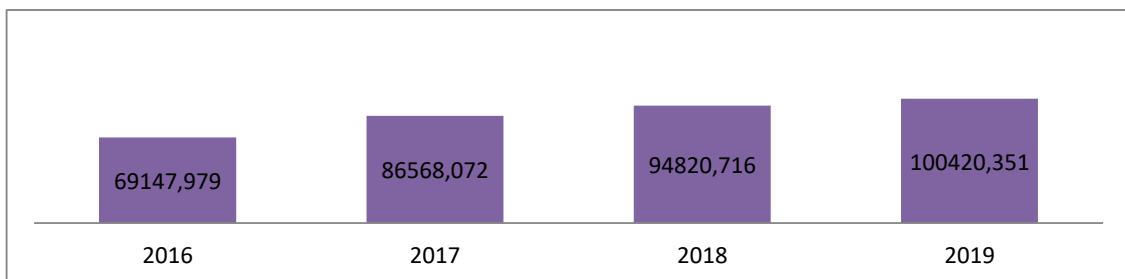


Рис. 1. Депозити фізичних осіб АТ «Ощадбанк»

Джерело: складено авторами на основі [11]

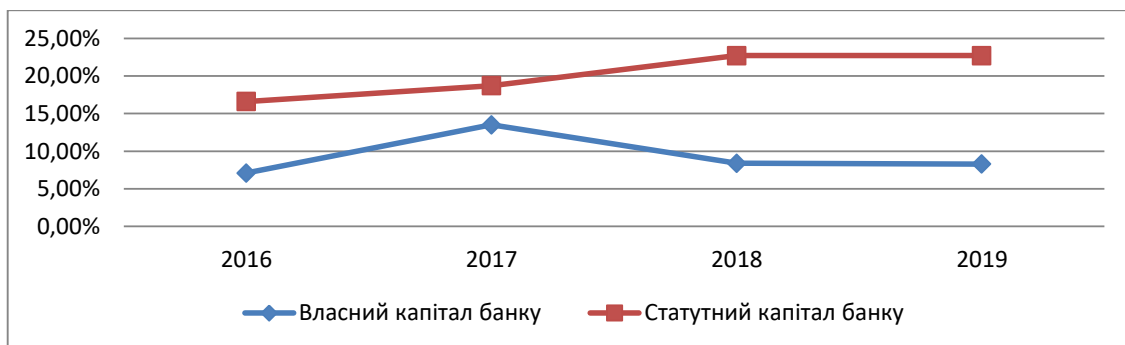


Рис. 2. Власний та статутний капітали АТ «Ощадбанк»

Джерело: складено на основі [11]



Рис. 3. Власний та статутний капітали АТ «Ощадбанк»

Джерело: складено авторами на основі джерела [11]

- розгляд можливостей використання інших інструментів міжбанківського фінансового ринку;
- обмеження окремих операцій/витрат;
- оперативне регулювання обсягів готівкових коштів в системі банку;
- продаж активів [10].

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи вищевикладене, можемо стверджувати, що для подолання кризи та її негативних наслідків потрібно поетапно реалізовувати всі технології антикризового управління банківським сектором. Побудова системи антикризового управління банківською діяльністю загалом залежить від особливостей соціально-економічного та історичного розвитку країни. Однак перш за все досконалість нормативно-правової бази та політична стабільність у країні мають запобігати кризовим явищам у банківській системі, тому державне антикризове управління має завжди забезпечувати стратегію уряду, центрального банку та менеджерів окремих банків, які сприяють побудові ефективного використання потенціалу банківських установ та технологій антикризового управління.

Отже, антикризова діяльність АТ «Ощадбанк» є досить ефективною, оскільки завдяки передбаченим нею заходами було подолано прояви кризових явищ та досягнуто значних результатів за досить короткий проміжок часу. Проте задля забезпечення ефективного антикризового управління в банку значну увагу варто приділити припиненню відтоку коштів клієнтів, створенню достатнього запасу ліквідних коштів, досягненню оптимального балансу між активами й зобов'язаннями за строками, відсутності простроченої заборгованості банку перед контрагентами, стійкій тенденції до скорочення збитків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Афанасьєва О. Зарубіжний досвід антикризового управління в банках. 2010. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/54220/5/Afanasyeva_Antykryzove_upravlinnia.pdf;jsessionid=711EF56D19485341D65AB75B5E87A9D7 (дата звернення: 01.11.2020).

2. Барановський О. Фінансові кризи: передумови, наслідки і шляхи запобігання : монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 754 с.

3. Буряк О. Банківська криза: суть, причини, наслідки. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2013. № 2 (71). URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2013/2_2013/40.pdf (дата звернення: 01.11.2020).

4. Диба М., Мороз А., Остапишин Т. та ін. Генеза банківських криз : монографія. Київ : КНЕУ, 2014.

5. Дзюблюк О. Удосконалення інструментів монетарного регулювання економіки України з урахуванням досвіду європейського центрального банку. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2010. № 5. URL: <http://dpspace.wupu.edu.ua/bitstream/316497/14623/1.pdf> (дата звернення: 01.11.2020).

6. Інформація про АТ «Ощадбанк». URL: <https://www.oschadbank.ua/ua/about> (дата звернення: 01.11.2020).

7. Коваленко В., Суганяка М., Фучеджи В. Антикризове фінансове управління в системі суб'єктів економічної діяльності: методи та інструменти оцінювання : монографія. Одеса : ОДЕУ, 2016. 381 с.

8. Костогриз В. Аспекти антикризового управління банківською діяльністю в Україні. *Економічний аналіз*. 2010. Вип. 7. С. 156–158.

9. Котенко О. Напрямки впровадження елементів антикризового управління в комерційних банках України. URL: <http://intkonf.org/kotenko-oonapryamki-vprovadzhennya-antikrizovogoupravlinnya-v-komertsiynih-bankah-ukrayini> (дата звернення: 01.11.2020).

10. Офіційний сайт АТ «Ощадбанк». URL: <https://www.oschadbank.ua> (дата звернення: 01.11.2020).

11. Річний фінансовий звіт АТ «Ощадбанк». URL: https://www.oschadbank.ua/sites/default/files/2019-05/SSBU_18fsu_consolidated_0.pdf (дата звернення: 01.11.2020).

12. Стукало Н., Литвин М. Державне антикризове регулювання банківського сектору: досвід ЄС та України. *Вісник Національного банку України*. 2010. № 7. С. 20–25.

13. Glossary of General Business Continuity Management Terms. *The Business Continuity Institute*. URL: <http://www.thebci.org/Glossary.pdf> (дата звернення: 01.11.2020).

REFERENCES:

1. Afanasieva O. (2010) Zarubizhnyi dosvid antykryzovoho upravlinnia v bankakh. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/54220/5/Afanasieva_Antykryzove_upravlinnia.pdf;jsessionid=711EF56D19485341D65AB75B5E87A9D7 (accessed 01 November 2020).
2. Baranovskyi O. (2009) Finansovi kryzy peredumovy naslidky i shliakhy zapobihannia [Financial crises: preconditions, consequences and ways of prevention]. Kyiv: KNETU. (in Ukrainian)
3. Buriak O. (2013) Bankivska kryza sut prychny naslidky [Bankivska Kryza Sut Prychny Naslidky]. Economics and Entrepreneurship, № 2 (71). URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2013/2_2013/40.pdf (accessed 01 November 2020).
4. Heneza bankivskykh kryz: monohrafiia. (2014) M. Dyba, A. Moroz, T. Ostapyshyn. K.: KNEU.
5. Dziubliuk O. (2010). Udoshkonalennia Instrumentiv Monetarnoho Rehuliuвання Ekonomiky Ukrainy Z Urakhuvanniam Dosvidu Yevropeiskoho Tsentralnogo Banku.[Improvements in the Instruments of Monetary Regulation of the Economy of Ukraine Taking into account the Experience of the European Central Bank]. Scientific Bulletin of Volyn National University named after Lesya Ukrainka. Money, finance and credit. № 5. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/14623/1.pdf> (accessed 01 November 2020).
6. Informatsiia pro AT "Oshchadbank". (2019) URL: <https://www.oschadbank.ua/ua/about> (accessed 01 November 2020).
7. Kovalenko V. Suhaniaka V., Fuchedzhy I. (2016) Antykryzove finansove upravlinnia v systemi subiektiv ekonomichnoi diialnosti: emtody ta instrumenty otsiniuvannia. Odesa.
8. Kostohryz V. (2010) Aspekty antykryzovoho upravlinnia bankivskoiu diialnistiu v ukraini Ekonomichnyi [Aspekty Antykryzovoho Upravlinnia Bankivskoiu Diialnistiu V Ukraini], vol. 7, pp. 156–158. URL: <https://www.oschadbank.ua> (accessed 01 November 2020).
9. Kotenko O. (2014). Napriamky Vprovadzhennia Elementiv Antykryzovoho Upravlinnia V Komertsiinykh Bankakh Ukrainy. [Napriamky Vprovadzhennia Elementiv Antykryzovoho Upravlinnia V Komertsiinykh Bankakh Ukrainy]. URL: <http://intkonf.org/kotenko-oo-napryamki-vprovadzhennya-antikrizovogoupravlinnya-v-komertsiynih-bankah-ukrayini> (accessed 01 November 2020).
10. Ofitsiinyi Sait AT "Oshchadbank". (2020). [Ofitsiinyi Sait AT Oshchadbank]. URL: <https://www.oschadbank.ua> (accessed 01 November 2020).
11. Richnyi Finansovyi Zvit AT "Oshchadbank". (2020). [Richnyi Finansovyi Zvit AT Oshchadbank]. URL: https://www.oschadbank.ua/sites/default/files/2019-05/SSBU_18fsu_consolidated_0.pdf (accessed 01 November 2020).
12. Stukalo N., Lytvyn M. (2010). Derzhavne antykryzove rehuliuвання bankivskoho sektoru: dosvid YES ta Ukrainy.[State anti-crisis regulation of the banking sector: the experience of the EU and Ukraine]. Visnyk Nacionalnogo Banku Ukrainy. № 7, pp. 20–25.
13. Glossary of General Business Continuity Management Terms. [The Business Continuity Institute]. URL: <http://www.thebci.org/Glossary.pdf> (accessed 01 November 2020).

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

INSTRUMENTS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE SYSTEM OF HIGHER EDUCATION

У статті аналізується інструментарій державно-приватного партнерства (ДПП) із позиції його використання в освітній галузі. Визначено ключові характеристики та особливості практичного застосування механізму ДПП в освіті. Охарактеризовано ключові чинники та форми взаємодії держави з приватним бізнесом на рівні освітньої галузі. Розкрито сукупність конкретних методів взаємозв'язку вищої освіти і бізнес-середовища, які використовуються в зарубіжних країнах. Ідентифіковано ключові проблеми, що виникають у процесі використання державно-приватного партнерства в освіті. Обґрунтовано, що в Україні використання та подальший розвиток механізму державно-приватного партнерства сприятимуть прискоренню реформування освітньої сфери та підвищенню науково-технічного потенціалу. Встановлено, що для розвитку оптимальних форм партнерства потрібно поживати процес комунікації, створивши різноманітні платформи, та поширити найкращі приклади взаємодії бізнесу.

Ключові слова: функції держави, освіта, державна стратегія розвитку освіти, державне фінансування освіти, приватний капітал в освіті, державно-приватне партнерство, форми взаємодії держави та приватного сектору в освіті.

В статье анализируется инструментарий государственно-частного партнерства

(ГЧП) с позиции его использования в образовательной сфере. Определены ключевые характеристики и особенности практического применения механизма ГЧП в образовании. Охарактеризованы ключевые факторы и формы взаимодействия государства с частным бизнесом на уровне образования. Раскрыта совокупность конкретных методов взаимосвязи высшего образования и бизнес-среды, которые используются в зарубежных странах. Идентифицированы ключевые проблемы, возникающие в процессе использования государственно-частного партнерства в образовании. Обосновано, что в Украине использование и дальнейшее развитие механизма государственно-частного партнерства будут способствовать ускорению реформирования образовательной сферы и повышению научно-технического потенциала. Установлено, что для развития оптимальных форм партнерства нужно ускорить процесс коммуникации, создав различные платформы, и распространить лучшие примеры взаимодействия бизнеса.

Ключевые слова: функции государства, образование, государственная стратегия развития образования, государственное финансирование образования, частный капитал в образовании, государственно-частное партнерство, формы взаимодействия государства и частного сектора в образовании.

УДК 338.58:65.014

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-36>

Давидов І.

аспірант кафедри фінансів
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Davydov Ivan

Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

The article analyses the tools of public-private partnership (PPP) from the standpoint of its use in education. The key characteristics and features of the practical application of the PPP mechanism in education are determined. The key factors and forms of interaction of the state with private businesses at the level of the educational branch are characterized. It is argued that PPP in the field of cooperation between higher education institutions and business structures performs the following functions: meets the needs of the public sector, using or borrowing financial and other resources of the private sector; supports state powers and functions, while providing services in conjunction with higher education institutions; consists of two or more parties working to achieve common goals. A set of specific methods of the interconnection of higher education and the business environment used in foreign countries is revealed. The key problems that arise in the process of using public-private partnerships in education have been identified. It is substantiated that in Ukraine the use and further development of the mechanism of public-private partnership will accelerate the reform of the educational sphere and increase the scientific and technical potential. It is proved that the implementation of PPP projects in the higher education system provides each of the participants of such interaction with its own benefit. The main effect of PPP implementation in the field of higher education is: increasing the quality of educational services; increasing the efficiency of the process of approbation of professional competencies of students during educational, industrial, and undergraduate internships; increasing the level of demand for graduates of higher education institutions by business structures; development of the innovative activity of higher education institutions. For private business – improving the quality of labor resources; growth of innovative activity of business based on formation and development of stable long-term connections with educational institutions in the system “science-production”; ensuring business access to the results of research and development carried out in the public sector of higher education; use of the infrastructure of innovation activity, which is available in the institutions of higher education to implement the tasks of innovative business renewal.

Key words: functions of the state, education, state strategy of education development, state financing of education, private capital in education, public-private partnership, forms of interaction between the state and the private sector in education.

Постановка проблеми. Постійно зростаючі вимоги щодо якості освітніх послуг в Україні, їх відповідності світовим стандартам зумовлюють об'єктивну необхідність зростання витрат та інвестицій у сферу вищої освіти, а також упровадження новітніх технологій навчання із застосуванням сучасних інформаційно-комунікаційних інструментів. Визнаючу у світі альтернативою державного фінансування вищої освіти є державно-приватне партнерство (ДПП) у сфері фінансування ВНЗ. В Україні зазначений механізм у виправленні

дисбалансів, що притаманні освітній галузі, фактично не використовується, хоча існують суттєві передумови для його застосування. Усе зазначене визначає практичну значимість досліджень, спрямованих на пошук дієвих форм використання інструментарію державно-приватного партнерства в системі вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика взаємодії держави та приватного бізнесу в освітній галузі розглядалася в роботах Ю. Баглюк, С. Байрамова, О. Віннікова, О. Гудзь, А. Зінченко,

О. Кондрашової, Л. Лебедевої, А. Митрофанової, М. Саприкіної, О. Янковської та ін. Разом із тим сьогодні очевидно бракує досліджень, які б доповнили існуючі теоретичні та прагматичні положення використання ДПП в освітній галузі.

Постановка завдання. Мета статті – проаналізувати зарубіжний досвід використання ДПП у системі вищої освіти; виявити та проаналізувати основні проблеми, що виникають під час реалізації ДПП у системі вищої освіти України; обґрунтувати потенційні передумови та напрями використання механізму ДПП у системі вищої освіти України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Традиційно існує два основних джерела поповнення дохідної частини бюджету того чи іншого вищого навчального закладу (ВНЗ): державне та недержавне фінансування [1]. При цьому кошти, що виділяє держава, переважно йдуть на підтримку в належному стані матеріально-технічної бази вищого навчального закладу освіти. Державних коштів недостатньо, тому пошук додаткових позабюджетних джерел фінансування стає стратегічним завданням будь-якого ВНЗ, який прагне розвитку і збереження конкурентоздатних позицій на ринку освітніх послуг.

Термін «державно-приватне партнерство» з'явився у США у зв'язку з упровадженням спільного фінансування освітніх програм як за рахунок державних, так і за рахунок приватних коштів. Згодом термін почав використовуватися для визначення співробітництва між державним і приватним секторами у соціальній сфері [4].

ДПП у сфері професійно-технічної та вищої освіти – це система взаємовигідних довгострокових відносин між державою і бізнесом із метою ефективного розподілу ролей між партнерами у сфері професійно-технічної та вищої освіти для прискорення реформування та підвищення конкурентоспроможності вищої школи [4]. Таким чином, запровадження ДПП у сфері освіти передбачає, що приватний сектор чітко контролюватиме цільове й ефективне використання інвестованих ресурсів, а держава, своєю чергою, не дозволить бізнесу занадто комерціалізувати освіту та науку, що в сукупності, врешті-решт, має призвести до максимально можливого соціально-економічного ефекту.

Як зазначає О.В. Кондрашева, взаємодія ЗВО із підприємствами дає змогу вирішити три проблеми, які існують у системі вищої освіти: 1) дисбаланс між професійною підготовкою та працевлаштуванням випускників ЗВО; 2) недостатність фінансування сфери вищої освіти; 3) зниження наукової активності таких закладів [7].

Під час визначення ролі ДПП у розвитку системи вищої освіти є визначення стратегічних цілей, досягнення яких пов'язане з реалізацією проєктів ДПП. На думку О.Є. Балюк, проєкти державно-при-

ватного партнерства потребують суттєвих зусиль для їх упровадження, тісної співпраці приватного та державного секторів, якісного законодавчого підґрунтя, стабільної економічної ситуації, високої кваліфікації публічної влади та повного розуміння процедури реалізації таких проєктів усіма учасниками цього процесу [2]. Отже, основною стратегічною метою державно-приватного партнерства є забезпечення модернізації, що орієнтована на інноваційне оновлення реального сектору та соціальної сфери держави та її регіонів.

Як зазначає у своїй статті А. Зінченко, державно-приватне партнерство у сфері співпраці ЗВО та бізнес-структур виконує такі функції: 1) задовольняє потреби суспільного сектору, використовуючи або запозичуючи ресурси приватного сектору; 2) підтримує державні повноваження і функції, при цьому надаючи послуги спільно із ЗВО; 3) складається з двох або більше сторін, які працюють заради досягнення спільних цілей [6].

О.Є. Гудзь стверджує, що основними інструментами (напрямами, методами впровадження) ДПП у сфері освіти й науки є: спільне фінансування закладів освіти, а також юридичних і фізичних осіб, які провадять освітню діяльність; утворення та/або спільне фінансування і розвиток баз практичної підготовки; утворення та спільне фінансування й експлуатація інноваційних підприємств (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) на базі наявних закладів освіти; розроблення і розвиток сучасних технологій освіти, навчання; професійно-практична підготовка; запровадження спільних програм фінансування підготовки фахівців тощо; здійснення заходів щодо соціального захисту та поліпшення житлових умов працівників системи освіти та здобувачів освіти [3].

Л.І. Єфімова наголошує, що у світовій практиці склалося також безліч різноманітних моделей, форм, типів і конкретних варіантів реалізації партнерських відносин між державою і бізнесом. Виділяють такі основні форми інтеграції вищої освіти та бізнес-середовища (табл. 1) [5].

У статті «Деякі моделі державно-приватного партнерства: тенденції та зарубіжний досвід» Л.І. Єфімова більш детально розглянула сукупність конкретних методів взаємозв'язку вищої освіти і бізнес-середовища, які використовуються в зарубіжних країнах, як у межах приватних, та і в межах державних ініціатив [5]:

1) США:

– постійний контакт університету з ринком праці з метою відстеження його вимог і змін, що відбуваються в економіці;

– урахування вимог промисловості під час розроблення навчальних планів. Постійне оновлення знань і навичок фахівців унаслідок їх старіння;

**Основні форми взаємодії державного (ЗВО)
та приватного (бізнес-структури) секторів у світовій практиці**

Форма (інструмент)	Характеристика
Контракт	Виступає як адміністративний договір, що укладається між ЗВО та приватною фірмою на здійснення певних корисних видів діяльності. Найбільш поширеними в практиці ДПП вважаються контракти на надання освітніх послуг, на поставку продукції для потреб ЗВО, на надання технічної допомоги. В адміністративних контрактних відносинах права власності не передаються приватному партнеру, витрати і ризики повністю несе ЗВО. Інтерес приватного партнера полягає у тому, що за договором він отримує право на внесення коректив у підготовку необхідних йому фахівців
Оренда	Особливість орендних відносин між державними структурами (ЗВО) та приватним бізнесом полягає у тому, що відбувається, на визначених договором умовах, передача приватному партнеру державного майна у тимчасове користування і за певну плату. У разі договору лізингу лізингоодержувач завжди має право викупу державного майна
Концесія (концесійна угода)	Держава (ЗВО) в рамках партнерських відносин, залишаючись повноправним власником майна, уповноважує приватного партнера виконувати протягом певного терміну функції, що обумовлюються в угоді, і наділяє його із цією метою відповідними правами, необхідними для забезпечення нормального функціонування об'єкта концесії
Спільні підприємства	Є поширеною формою партнерства держави і приватного бізнесу. Залежно від структури і характеру спільного капіталу різновидами цієї форми можуть бути або акціонерні товариства, або спільні підприємства на пайову участь сторін. Суттєвою особливістю спільних підприємств будь-якого типу є те, що держава постійно бере участь у поточній виробничій, адміністративно-господарській та інвестиційній діяльності. Самостійність і свобода в прийнятті рішень приватним партнером тут набагато вужче, ніж, наприклад, у концесії

Джерело: сформовано автором на основі [5]

– оцінка успішності навчальних програм у підготовці випускників до подальшого життя. Періодичні дослідження професійної кар'єри випускників. Використання результатів для оцінки та коригування програм;

– програми спільної підготовки фахівців вищими навчальними закладами та компаніями (взаємодія на етапі організації навчального процесу).

2) Франція:

– професіоналізація освіти; скорочення спеціальностей у рамках багатoproфільного навчання;

– розвиток партнерських зв'язків «лицей – коледж – підприємство», що включають: організацію стажувань на підприємстві; внесок підприємств у модернізацію навчального обладнання; участь професіоналів у процесі навчання;

– навчання на підприємстві як ключовий елемент професійної освіти (стажування);

– наявність різних форм сприяння працевлаштуванню (пошук стажування ЗВО; розподіл; допомога служб працевлаштування університетів);

– створення професійних консультативних комісій, що розробляють зміст навчальних програм із різних спеціальностей.

3) Німеччина:

– професіоналізація освіти; скорочення спеціальностей у рамках багатoproфільного навчання;

– програми спільної підготовки фахівців вищими навчальними закладами та компаніями (взаємодія на етапі організації навчального процесу).

4) Китай:

– професіоналізація освіти; скорочення спеціальностей у рамках багатoproфільного навчання;

– різні форми сприяння працевлаштуванню: бази даних, що містять інформацію, яку роботу бажають отримати студенти і аспіранти, що надалі передається зацікавленим організаціям.

5) Японія:

– різні форми сприяння працевлаштуванню;

– надання «найтея» – неформальної гарантії працевлаштування з боку фірми;

– використання «бюлетенів працевлаштування компаній», які розсилають фірми, що займаються працевлаштуванням («вільне клопотання»);

– допомога випускників попередніх років, професорів;

– угода між ЗВО і приватними компаніями про терміни підписання формального акта про працевлаштування (будь-яка діяльність, пов'язана з пошуком роботи до цього часу, вважається неформальною);

– допомога служб працевлаштування університетів.

Що стосується України, то, як показують дослідження провідних спеціалістів (Г.Ф. Ткач, О.Є. Гудзо), найбільш ефективними моделями партнерства підприємницьких структур та університетів є такі [3; 9]:

– *програми стажування* – підприємства беруть на стажування студентів старших курсів

ЗВО і готують для себе (під свої вимоги) спеціалістів. Це вигідно підприємствам, оскільки перенавчання одного співробітника обходиться для них у розмірі до \$5 тис, а за час стажування студенти набувають практичних навичок, проходять процес адаптації, знайомляться з корпоративною культурою тощо. Цей вид партнерства більше задовольняє потреби підприємств у висококваліфікованій робочій силі, ніж впливає на підвищення рівня практичної підготовки студентів ЗВО у цілому;

– *навчальні курси та лабораторії від підприємства* – проблему низької якості підготовки фахівців можна частково вирішити за допомогою надання ЗВО новітнього устаткування і технологій у форматі навчальних центрів, лабораторій тощо, що розширює коло студентів, які зможуть набути знань і практичних навичок за допомогою сучасного обладнання. Цей вид партнерства ЗВО і підприємств має достатньо високий позитивний вплив на національну систему освіти. Підприємства, які впроваджують такий вид партнерства, беруть також активну участь у навчальній діяльності: розробленні навчальних програм, підготовці навчально-методичних посібників, створенні системи підвищення кваліфікації викладачів тощо;

– *програми студентських конкурсів від підприємства* – проведення студентських конкурсів дає можливість виявити та підтримати найобдарованіших студентів, стимулювати їх зацікавленість науково-дослідною роботою у сфері вибраної спеціальності або креативність і самостійність у вирішенні конкретних практичних ситуацій, з якими досить часто стикатимуться фахівці в майбутньому. Студентські конкурси мають більш опосередкований вплив на якість підготовки фахівців у цілому, але вони все ж таки є невід'ємним і необхідним процесом освіти;

– *підвищення кваліфікації співробітників підприємства і викладачів* – урахувавши загальносвітову тенденцію «освіта впродовж усього життя» внаслідок швидкого знецінення фахових навичок, підприємствам і ЗВО доцільно співпрацювати за цією моделлю для усунення наявного нині дисбалансу на ринку праці між попитом і пропозицією фахівців, коли знання та навички випускників не відповідають вимогам роботодавців;

– *створення наукових парків, технопарків та інноваційних центрів* – розвиток наукових парків сприяє будівництву так званих «інкубаторів технологічного бізнесу» – будівель для розміщення малих інноваційних фірм. Інкубатори надають перспективним підприємствам виробничі приміщення, забезпечують набором послуг, зв'язком із місцевим університетом або науковим центром, а також із фінансовими колами. Створення технопарків є ефективним механізмом відродження і виходу з кризових ситуацій, результатом їхньої діяльності є економічно благополучні регіони, нові робочі

місця. Функції інноваційних центрів охоплюють різні стадії інноваційного процесу, особливо стимулювання переходу від експериментального виробництва до комерційного освоєння нової продукції. Для цього не завжди потрібне створення нових підприємств. Часто інноваційні центри надають дослідникам-підприємцям допомогу в продажу ліцензії на новий продукт уже чинним виробникам;

– *інші моделі взаємодії* – екскурсії на підприємство, цільові внески на розвиток ЗВО, видання підручників та іншої навчальної літератури, підтримка досліджень, підготовка дипломних робіт тощо.

Як стверджує Л.В. Лебедева, сьогодні державно-приватне партнерство в Україні у сфері освіти має низку проблем, які продовжують обмежувати можливості для проектування договорів партнерства, а також виступають як стримуючий чинник для включення більшої кількості стимулів для інвестування приватного сектору в освіту [8] (табл. 2).

Указані проблеми не можуть бути вирішені тільки зусиллями ЗВО. Отже, державі, бізнесу і співтовариству ЗВО необхідно чітко визначити, хто є тим суб'єктом, який реально зацікавлений у підготовці висококваліфікованих фахівців, готових активно включитися в постійну модернізацію виробництва. Оскільки держава заявляє про те, що намагається здійснити найближчими роками кардинальну модернізацію вітчизняного виробництва, то важливим завданням стає створення таких стимулів для вітчизняного бізнесу, які стануть спонукати його в обов'язковому порядку брати участь у розробленні й упровадженні інновацій в технології і технічні системи.

У цьому разі бізнес стає зацікавленим у залученні науковців ЗВО до створення новітніх технологій і технічних пристроїв. Викладачі, займаючись дослідницькою, конструкторською діяльністю, стануть включати студентів у виробництво інноваційного продукту. У результаті в процесі навчання у ЗВО майбутній фахівець отримає не лише знання про те, що застосовується на підприємствах регіону, країни, світу, а й навички раціоналізаторської, винахідницької роботи. Отже, випускники ЗВО стають тим соціальним капіталом, який робить їх затребуваними на сучасному ринку праці. Реалізація вказаних пропозицій щодо підвищення ефективності співпраці ЗВО та ринку праці сприятиме підвищенню ефективності партнерських відносин між системою вищої освіти і бізнес-структурами.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, як свідчить досвід іноземних країн із розвиненою економікою, впровадження ДПП у сфері вищої освіти є ефективним механізмом для розвитку. В Україні використання та подальший розвиток цього механізму сприятимуть прискоренню реформування освітньої сфери та підви-

Таблиця 2

Основні проблеми, що виникають під час реалізації ДПП у сфері вищої освіти

Сфера ДПП	Проблеми
Фінансово-економічна	Відсутність мотивації до участі в партнерстві для представників приватного бізнесу (особливо в частині оподаткування); високий ступінь ризику для держави під час реалізації ДПП-проектів у сфері вищої професійної освіти; орієнтація на витрати під час прийняття рішень, а не на економічну ефективність; дефіцит державного фінансування, а також ресурсів приватного сектору, у тому числі дефіцит інвестиційних ресурсів для модернізації інфраструктури ЗВО й усього освітнього процесу; перевага «коротких» інвестицій, низька інвестиційна привабливість проєктів; невідповідність результатів, отриманих у рамках сфери вищої професійної освіти, потребам ринку праці та економіки у цілому
Адміністративно-організаційна	Недостатній розвиток системи управління ризиками в галузі ДПП; вплив корупції на прийняття рішень; недостатній розвиток системи врегулювання конфліктів; відсутність єдиної системи управління науково-інноваційною діяльністю (незважаючи на активну участь ЗВО у науково-дослідній діяльності, лише невеликий обсяг досліджень комерціалізується у подальшому)
Нормативно-правова	Недостатнє законодавче регулювання застосування ДПП, у тому числі недосконалість інструментів управління інвестиціями і наявність законодавчих протиріч під час реалізації механізмів державно-приватного партнерства

Джерело: сформовано автором на основі [8]

щенню науково-технічного потенціалу. При цьому реалізація проєктів ДПП у системі вищої освіти забезпечує кожному з учасників такої взаємодії отримання власної вигоди. Головним ефектом від реалізації ДПП у сфері вищої освіти є: зростання якості освітніх послуг; підвищення ефективності процесу апробації професійних компетенцій студентів під час учбової, виробничої та переддипломної практик; підвищення рівня затребуваності випускників ЗВО бізнес-структурами; розвиток інноваційної діяльності ЗВО. Для приватного бізнесу – підвищення якості трудових ресурсів; зростання інноваційної активності бізнесу на основі формування та розвитку стійких довготривалих зв'язків із ЗВО у системі «наука – виробництво»; забезпечення доступу бізнесу до результатів наукових досліджень та дослідно-конструкторських розробок, які виконуються у державному секторі вищої освіти; використання інфраструктури інноваційної діяльності, яка є у наявності ЗВО, із метою реалізації завдань інноваційного оновлення бізнесу. Розвиток ДПП в освітній сфері має стати основним стратегічним напрямом розвитку вищої освіти в Україні.

Проведений аналіз показав, що для розвитку оптимальних форм партнерства між ЗВО та бізнес-середовищем потрібно поживити процес комунікації бізнес-структур і ЗВО, створивши різноманітні платформи (форуми, зустрічі тощо), та поширити найкращі приклади взаємодії бізнесу і ЗВО, зокрема й закордонного.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про державно-приватне партнерство : Закон України від 01.07.2010 № 2404-VI. URL : zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17 (дата звернення: 01.11.2020).

2. Баглюк Ю., Якушев О. Взаємодія суспільства, освіти та бізнесу. URL : www.slideshare.net/alegre380/ss-27877469 (дата звернення: 01.11.2020).

3. Гудзь О.Є., Байрамов С. Інструменти державно-приватного партнерства щодо активізації інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. № 4. С. 5–11.

4. Державно-приватне партнерство. *Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України*. URL : mon.gov.ua/ua/osvita/profesijnotehnichna-osvita/derzhavno-privatne-partnerstvo (дата звернення: 01.11.2020).

5. Ефимова Л.И. Некоторые модели государственно-частных партнерств: тенденции и зарубежный опыт. URL : www.eatc.ru/rus/doc.id_71.book_1.php (дата звернення: 01.11.2020).

6. Якісна вища освіта: роль партнерств : щорічна доповідь 2013 / А. Зінченко та ін. ; Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Київ: б. в., 2013. 19 с.

7. Кондрашова О. Формування моделі взаємодії освіти, держави та бізнесу. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*. 2013. № 15. С. 5–13.

8. Лебедева Л.В., Митрофанова А.С. Проблеми комерціалізації системи вищої освіти в Україні за умов формування постіндустріального ладу. *Бізнес Інформ*. 2017. № 2. С. 65–71.

9. Ткач Г., Филиппов В., Чистохвалов В. Тенденции развития и реформы образования в мире : учебное пособие. Москва : РУДН, 2008. 303 с.

REFRENECES:

1. Pro derzhavno-privatne partnerstvo : Zakon Ukrainy [Public-private partnership: Law of Ukraine] 01.07.2010 № 2404-VI. zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17 (accessed 1 November 2020).

2. Baglyuk Y., Yakushev O. Vzayemodia suspilstva, osvity ta biznesu [Interaction of society, education and

business] www.slideshare.net/alegre380/ss-27877469. (accessed 1 November 2020).

3. Gudz O., Bayramov S. (2016) Instrumenty derzhavno-privatnoho partnerstva shchodo acyvizacii innovacynoho rozvytku telecomunikacynih pidpryemstv [Tools of public-private partnership to enhance the innovative development of telecommunications enterprises]. *Economy. Management. Business.* no. 4, pp. 5–11.

4. Derzhavno-privatne partnerstvo. Oficiynyi sait Ministerstva osvity i nauky Ukrainy [Public-private partnership. Official site of the Ministry of Education and Science of Ukraine]. mon.gov.ua/ua/osvita/profesiynotehnichna-osvita/derzhavno-privatne-partnerstvo. (accessed 1 November 2020).

5. Efimova L. Nekotorye modeli gosudarstvenno-chastnyh partnerstv: tendency i zarubezhnyi opyt [Some models of public-private partnerships: trends and foreign experience]. www.eatc.ru/rus/doc.id_71.book_1.php. (accessed 1 November 2020).

6. Zinchenko A., Saprykina M., Yankovska O., Vinnykov O. (2013) Yakisna vysha osvita: rol partnerstv: shchorichna

dopovid [Quality higher education: the role of partnerships: annual report 2013]. Kyiv: Center for the Development of Corporate Social Responsibility.

7. Kondrashova O. (2013) Formuvanya modeli vzajemodii osvity derzhavy ta biznesu [Formation of a model of interaction between education, state and business]. *Bulletin of Luhansk Taras Shevchenko National University. Pedagogical sciences.* no. 15, pp. 5-13.

8. Lebedeva L., Mitrofanova A. (2017) Problemy komercializacii systemy vyshchoi osvity v Ukraini za umov formuvanya postindustrialnogo ladu [Problems of commercialization of higher education in Ukraine under the conditions of formation of post-industrial system]. *Business Inform.* no. 2, pp. 65–71.

9. Tkach G., Filippov V., Chistokhvalov V. (2008) Tendencii razvitiya i reform obrazovaniya v mire [Trends in development and reform of education in the world]. Moscow: RUDN. (in Russian)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

EFFICIENCY OF REGIONAL FINANCIAL POLICY IN UKRAINE

УДК 332.146:336](477)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-37>

Пріхно І.М.

д.е.н., доцент,
професор кафедри фінансів
Черкаський державний технологічний
університет

Частоколенко І.П.

к.ф.-м.н., доцент,
доцент кафедри вищої математики
та інформаційних технологій
Черкаський інститут пожежної безпеки
імені Героїв Чорнобіля
Національного університету цивільного
захисту України

Григоренко К.В.

старший викладач кафедри
вищої математики
та інформаційних технологій
Черкаський інститут пожежної безпеки
імені Героїв Чорнобіля
Національного університету цивільного
захисту України

Prikhno Iryna

Cherkasy State Technological University
Chastokolenko Ihor
Nryhorenko Kostiantyn
Cherkasy Institute of Fire Safety
named after the Heroes of Chernobyl
National University of Civil Defense
of Ukraine

У статті з'ясовано сутність фінансової політики з позиції сучасності, досліджено види фінансової політики – державну й регіональну, схематично відображено вплив фінансової політики на регіональний розвиток. Виконано оцінку ефективності здійснення регіональної фінансової політики в Україні за допомогою системи показників: частка прибуткових підприємств регіону у загальній кількості підприємств регіону; сальдовий фінансовий результат підприємств регіону; грошові доходи населення у розрахунку на одного жителя; рівень бідності населення; обсяг капітальних інвестицій у розрахунку на одну особу; обсяг власних доходів бюджету регіону та їх частка у загальному обсязі доходів. У результаті виконаного системного аналізу ефективності регіональної фінансової політики виявлено, що нині переважна більшість регіонів України відповідає середньому або низькому рівню економічного розвитку. Запропоновано напрями поліпшення основних показників ефективного здійснення регіональної фінансової політики в Україні.

Ключові слова: фінансова політика, регіональний розвиток, ефективність, бюджетна політика, податкова політика, інвестиційна політика, грошово-кредитна політика, соціальна політика.

В статье выяснена сущность финансовой политики с позиции современности,

исследованы виды финансовой политики – государственный и региональный, схематично отобразено влияние финансовой политики на региональное развитие. Выполнена оценка эффективности осуществления региональной финансовой политики в Украине с помощью системы показателей: доля прибыльных предприятий региона в общем количестве предприятий региона; сальдовый финансовый результат предприятий региона; денежные доходы населения в расчете на одного жителя; уровень бедности населения; объем капитальных инвестиций в расчете на одного человека; объем собственных доходов бюджета региона и их доля в общем объеме доходов. В результате выполненного системного анализа эффективности региональной финансовой политики обнаружено, что в настоящее время подавляющее большинство регионов Украины соответствует среднему или низкому уровню экономического развития. Предложены направления улучшения основных показателей эффективного осуществления региональной финансовой политики в Украине.

Ключевые слова: финансовая политика, региональное развитие, эффективность, бюджетная политика, налоговая политика, инвестиционная политика, денежно-кредитная политика, социальная политика.

The article clarifies the essence of financial policy from the standpoint of modernity, as a set of targeted government measures for the formation and effective use of financial resources of the country, which include resources of its individual regions, sectors of economy, enterprises and households, based on the use of appropriate financial and monetary levers and the creation of an appropriate institutional environment that facilitates the implementation of this policy. The purpose of the financial policy of regional development is to ensure the economic and social stability of the region by creating appropriate conditions for balanced economic growth of the region. The types of financial policy are studied - state financial policy (budget, tax, investment, monetary and social) and regional (fiscal support, investment support, financial security). The impact of financial policy on regional development is schematically reflected. An assessment of the effectiveness of regional financial policy in Ukraine using a system of indicators: the share of profitable enterprises in the region in the total number of enterprises in the region; balance financial result of enterprises of the region; monetary income of the population per capita; the level of poverty of the population; the amount of capital investment per capita; the amount of own revenues of the regional budget and their share in total revenues. As a result of a systematic analysis of the effectiveness of regional financial policy, it was found that today the vast majority of regions of Ukraine correspond to the average or low level of economic development. The directions of improvement of the basic indicators of effective realization of regional financial policy in Ukraine are offered. It is concluded that a rational combination, balance and optimal ratio of the impact of each component of financial policy and the application of the most effective methods, mechanisms and tools for implementing financial policy will form a strong financial potential of the region and ensure positive growth of economic indicators of regional development. The financial policy of the region should be implemented comprehensively and taking into account a systematic approach. It should be borne in mind that in the process of socio-economic development of the region it is necessary to periodically modify, adjust and / or introduce new methods, mechanisms and tools for implementing financial policy that would best meet the latest development trends, which in turn will have positive consequences. level of economic growth of the regions and will contribute to the stabilization and increase of the level of development of the national economy.

Key words: financial policy, regional development, efficiency, budget policy, tax policy, investment policy, monetary policy, social policy.

Постановка проблеми. Забезпечення сталого економічного й соціального розвитку держави та її регіонів є пріоритетним вектором здійснення сучасної політики держави, у т. ч. й фінансової. У реаліях сьогодення одним з основних інструментів, спроможним забезпечити економічний розвиток як держави у цілому, так і її регіонів, є фінансова політика. Здійснення фінансової політики держави відбувається шляхом установлення основних правил,

принципів, механізмів, на основі яких регулюється рух фінансових ресурсів на державному й регіональному (місцевому) рівнях. Фінансові ресурси, які рухаються у правильному напрямі (раціонально перерозподілені між різними галузями економіки), є базою для економічного розвитку держави та її регіонів. Про ефективність здійснення регіональної фінансової політики свідчить рівень економічного й соціального розвитку регіону.

Ураховуючи глобалізаційні та євроінтеграційні процеси, процеси децентралізації та регіоналізації, які відбуваються останнім часом в Україні, надзвичайно важливим є забезпечення оптимальної міри впливу фінансової політики держави на регіональний розвиток. Це пов'язано, перш за все, з тим, що регіональні інтереси найбільш повною мірою можуть бути вирішені саме завдяки реалізації ефектної регіональної фінансової політики. Але реальність сьогодення така, що більшість регіонів України перебуває в депресивному стані і неспроможні самостійно (без державної фінансової підтримки) вийти на позитивну динаміку економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фінансова політика є об'єктом дослідження вітчизняних учених-економістів протягом усієї історії незалежності України, зокрема: І. Адамченко, М. Александрової, В. Базилевича, О. Василика, С. Доброскок, С. Задворних, І. Запатріної, М. Карп'як, М. Коваленка, О. Луцків, І. Лютого, В. Малишко, Т. Мацієвича, Г. Полевика, Н. Радванської, О. Романенко, О. Скрипки, В. Опаріна, Н. Танклевської, С. Шульц та ін. Проте реформи в Україні, у т. ч. й реформа децентралізації, спричиняють необхідність подальшого дослідження регіональної фінансової політики.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз основних показників, які свідчать про рівень ефективності здійснення регіональної фінансової політики, та розроблення основних напрямів удосконалення сучасної регіональної фінансової політики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існує значна кількість трактувань поняття «фінансова політика», і сьогодні немає єдиного підходу до розуміння сутності цієї дефініції.

Варто відзначити, що в умовах євроінтеграції та децентралізації в Україні відбувається трансформація фінансової системи: важливим принципом функціонування місцевих фінансів стає принцип самофінансування. Тому, визначаючи сутність фінансової політики регіонального розвитку, необхідно враховувати сучасні тенденції розвитку фінансів.

Під сучасною фінансовою політикою слід розуміти сукупність цілеспрямованих державних заходів щодо формування й ефективного використання фінансових ресурсів країни, які містять у собі ресурси її окремих регіонів, секторів економіки, підприємств і домогосподарств, для забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку на основі використання відповідних фінансових і монетарних важелів та створення відповідного інституційного середовища, котрі сприяють реалізації цієї політики [1, с. 57–58].

Уважаємо, що мету фінансової політики регіонального розвитку можна сформулювати так: забезпечення економічної та соціальної стабільності регіону шляхом створення відповідних умов для збалансованого економічного зростання регіону.

Розрізняють два види фінансової політики – державну й регіональну, тому формування ефективної фінансової політики регіонального розвитку повинно здійснюватися з урахуванням рівня впливу на неї державної фінансової політики та регіональної фінансової політики (рис. 1).

Державна фінансова політика являє собою сукупність бюджетної, податкової, інвестиційної, грошово-кредитної й соціальної політик.

Бюджетна політика передбачає визначення складу доходів бюджетів усіх рівнів та їх розмежування між усіма рівнями бюджетної системи, окреслення напрямів бюджетних видатків.

Податкова політика передбачає визначення правил стягнення всіх видів податків, зборів і обов'язкових платежів, а також застосування штрафних санкцій за порушення строків оплати.

Інвестиційна політика передбачає створення сприятливого інвестиційного клімату з метою залучення додаткових фінансових ресурсів задля забезпечення економічного зростання.

Грошово-кредитна політика передбачає здійснення валютної політики (у т. ч. й курсової політики), політики регулювання платіжного балансу, політики управління золотовалютними резервами, емісійної та кредитної політики.

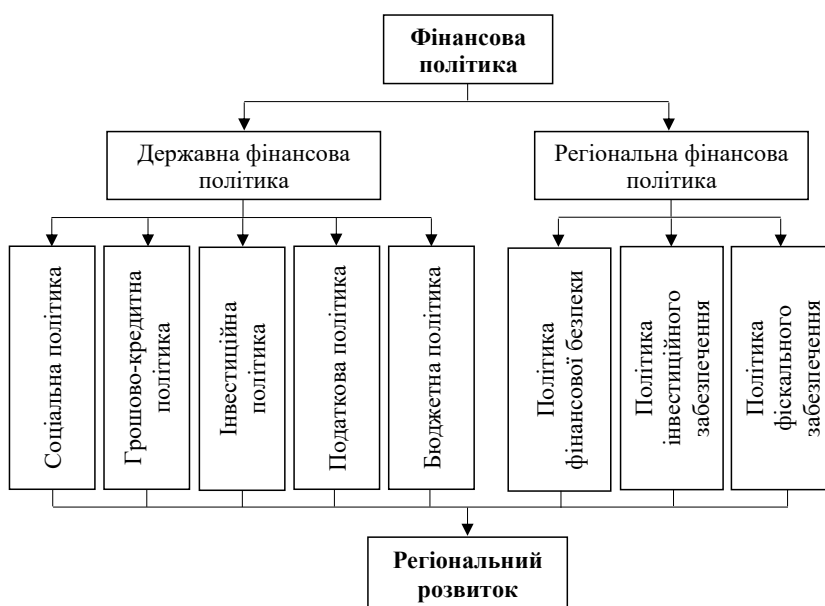


Рис. 1. Вплив фінансової політики на регіональний розвиток

Джерело: побудовано авторами на основі [2, с. 49; 3]

Соціальна політика передбачає застосування комплексу заходів, спрямованих на забезпечення соціальної стабільності, підтримку незахищених або малозахищених верств населення, стимулювання рівня зайнятості населення, забезпечення належного рівня матеріального забезпечення працівників бюджетної сфери.

Регіональна фінансова політика являє собою сукупність політики фіскального забезпечення, політики інвестиційного забезпечення й політики фінансової безпеки.

Політика фіскального забезпечення передбачає визначення підходів до наповнення місцевих бюджетів фінансовими ресурсами регіону та окреслення напрямів використання сформованих фінансових ресурсів.

Політика інвестиційного забезпечення передбачає визначення методів, механізмів та інструментів, які сприятимуть залученню інвестицій у різні сфери діяльності регіону: економіку, соціальну сферу, екологічну сферу тощо.

Політика фіскальної безпеки передбачає розроблення комплексу стратегічних і тактичних дій, які спроможні забезпечити захист регіону від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх фінансових дестабілізаторів.

Подальше дослідження пов'язане з оцінкою ефективності здійснення регіональної фінансової політики в Україні. Перш за все необхідно відзначити, що під поняттям «ефективність» будемо розуміти співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами. Такий підхід передбачає відповідь на питання, яких результатів і якою ціною досягнуто [4, с. 23, 25].

Оцінка ефективності – це сукупність аналітичних методик вивчення і вимірювання фактичних результатів державної політики, що дає змогу визначити, якою мірою діяльність державних інститутів відповідає проголошеним національним цілям [5, с. 20].

Ефективність здійснення регіональної фінансової політики можливо оцінити, використовуючи систему показників, які характеризують фінансову спроможність регіону. Такими показниками є:

1) частка прибуткових підприємств регіону у загальній кількості підприємств регіону – за допомогою цього показника можливо охарактеризувати стан економіки регіону, її диверсифікованість, а також стійкість до структурних економічних зрушень;

2) сальдовий фінансовий результат підприємств регіону – розраховується як різниця між загальним прибутком і збитком підприємств регіону; за допомогою цього показника можливо охарактеризувати стан економіки регіону, визначити обсяг фінансових потоків реального сектору регіону;

3) грошові доходи населення у розрахунку на одного жителя – цей показник дає можливість оці-

нити середній рівень добробуту населення регіону та свідчить про рівень надходжень у бюджет від прибуткового оподаткування;

4) рівень бідності населення – цей показник розраховується як частка населення із середньо-душовими еквівалентними загальними доходами на місяць нижче фактичного прожиткового мінімуму; показник є індикатором-дестимулятором економіки регіону та за його допомогою можливо оцінити диференціацію доходів жителів регіону, що має безпосередній вплив на соціальну стабільність у суспільстві;

5) обсяг капітальних інвестицій у розрахунку на одну особу – цей показник характеризує інвестиційний клімат у регіоні, визначає рівень інвестиційної активності в регіоні, передумови економічного розвитку території і, як наслідок, можливості збільшення надходжень до бюджету регіону;

6) обсяг власних доходів бюджету регіону та їхня частка в загальному обсязі доходів – ці показники визначають дохідний потенціал регіону та рівень фінансової самостійності й незалежності регіону [6, с. 42].

На основі запропонованих показників було розраховано результативність та ефективність здійснення регіональної фінансової політики в кожній області України.

Аналіз показників ефективності здійснення регіональної фінансової політики виконано шляхом групування кожного показника за рівнями ефективності: низький, середній і великий.

На рис. 2 за рівнями ефективності згруповано частку прибуткових підприємств регіону у загальній кількості підприємств регіону.

Як свідчить виконаний аналіз, у середньому по Україні частка прибуткових підприємств у загальній кількості підприємств у 2019 р. становила 73,6%. Середній рівень прибутковості підприємств є характерним для більшості регіонів України: досліджуваний показник у 2019 р. коливався в межах 71,1–77,9%.

Низький рівень прибутковості підприємств зафіксовано у Чернівецькій області (69,0%) і у м. Київ (69,4%). Більшість областей України демонструє питому вагу прибуткових підприємств, що перевищує середній рівень по Україні. Найбільша частка прибуткових підприємств (близько 80% загальної кількості підприємств регіону) припадає на Миколаївську (78,8%), Івано-Франківську (79,3%) і Кіровоградську (80,7%) області.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що 20–30% вітчизняних підприємств є збитковими, тобто вони не спроможні власними доходами покривати свої витрати, що свідчить про обмежену здатність підприємств в Україні створювати додану вартість. Негативний вплив на діяльність вітчизняних підприємств чинять неефективна фінансова політика в державі, що призводить до знецінення

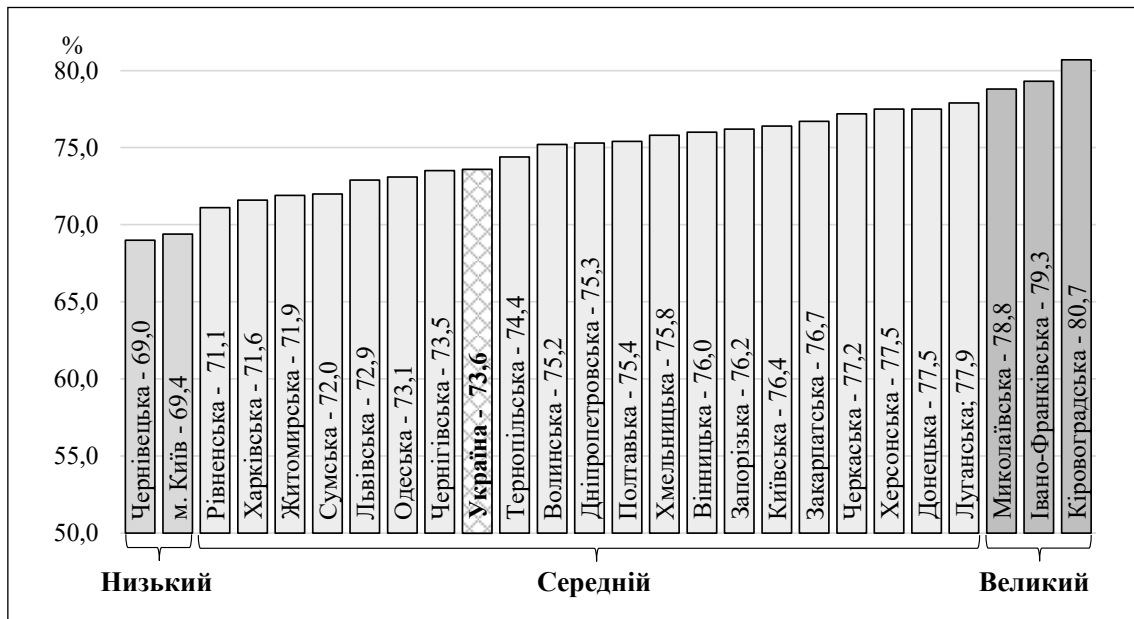


Рис. 2. Аналіз частки прибуткових підприємств регіону у загальній кількості підприємств регіону в Україні у 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [7; 8]

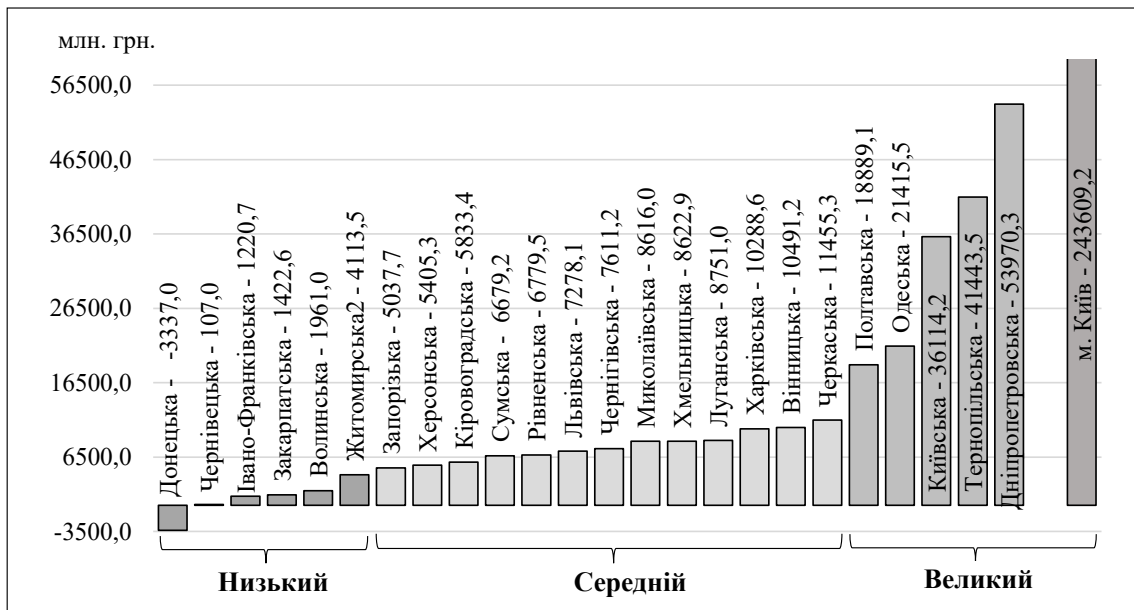


Рис. 3. Аналіз сальдового фінансового результату підприємств регіону в Україні у 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [7; 8]

вітчизняної грошової одиниці, та відсутність дієвих заходів, спрямованих на відродження вітчизняних підприємств, вихід з кризи яких і має стати рушійною силою для відродження економіки.

На рис. 3 виконано групування за рівнями ефективності сальдового фінансового результату підприємств регіону.

Сальдо фінансового результату підприємств регіону (різниця доходів і витрат підприємств регіону) свідчить про загальну прибутковість

підприємств кожної області в Україні. Перевищення витрат над доходами у 2019 р. зафіксовано лише у Донецькій області (збиток становив 3 337,0 млн грн). Низький рівень прибутків підприємств (менше 5000 млн грн) притаманний ще декільком областям в Україні: Чернівецькій, Івано-Франківській, Закарпатській, Волинській і Житомирській. Великі прибутки зафіксовано у Київській (36 114,2 млн грн), Тернопільській (41 443,5 млн грн) і Дніпропетровській (53 970,3 млн грн) областях.

Надприбутки отримали підприємства м. Київ – 243 609,2 млн грн.

Аналіз грошових доходів населення у розрахунку на одного жителя в Україні у 2019 р. виконано на рис. 4.

Говорячи про результати виконаного аналізу грошових доходів населення, варто відзначити, що у цілому по Україні на одного жителя припадає 67 528 грн грошових доходів населення на рік (або 5 627,33 грн на місяць). Така ситуація є вкрай негативною і свідчить про загальне зубожіння населення України. Низький рівень грошових доходів населення в розрахунку на одного жителя зафіксовано в усіх областях України – від 24 477 грн на рік (2 037,25 грн на місяць) у Луганській області до 87 130 грн на рік (7 260,83 грн на місяць) у Дніпропетровській області. На одного жителя м. Київ припадає 165 054 грн грошових доходів населення на рік (або 13 754,5 грн. на місяць).

Зауважимо, що, оцінюючи грошові доходи населення, доцільно згадати про рівень їх диференціації. Україні властивий значний розрив у доходах багатих і бідних верств населення. За оцінками експертів, доходи 10% найбагатших українців, з урахуванням тіньових доходів, більше ніж у 40 разів перевищують доходи 10% найбідніших верств населення [9].

Основними доходами переважної частини населення України є заробітна плата (працююче населення) і пенсії (для людей похилого віку або соціально незахищених верств населення), рівень яких є таким мізерним, що людина не може задовольнити свої первинні потреби (їжа, одяг, оплата комунальних тощо). Така ситуація породжує зростання рівня бідності в регіонах України (рис. 5).

У середньому по Україні рівень бідності (частка населення із середньодушовими еквівалентними загальними доходами на місяць нижче фактичного прожиткового мінімуму) становить 27,6% (показник 2018 р.). У розрізі областей доцільно зауважити, що найнижчий рівень бідності зафіксовано у м. Київ (16,4%), Львівській (17,5%), Дніпропетровській (18,8%) областях, а найбільший рівень бідності виявлено у Рівненській (39,0%), Волинській (39,8%) та Херсонській (42,5%) областях.

Таким чином, можна констатувати, що в Україні механізм формування доходів населення є неефективним, що призводить до надмірної диференціації доходів громадян і до зростання бідності.

Важливу роль в економічному розвитку держави та її регіонів відіграє інвестиційна діяльність. Аналіз капітальних інвестицій у розрахунку на одну особу в розрізі областей України виконано на рис. 6.

Як свідчить виконаний аналіз, обсяг капітальних інвестицій в областях України є низьким або середнім. Найнижчі показники зафіксовано у Луганській (15 69,4 грн на одну особу) та Чернівецькій (4 552,4 грн на одну особу) областях. Переважна більшість областей демонструють середній рівень інвестиційної активності – від 8 000 до 12 000 грн. на одну особу. Ураховуючи, що в деяких областях України зафіксовано досить значні обсяги капітальних інвестицій у розрахунку на одну особу, зокрема в Полтавській (16 599,9 грн), Дніпропетровській (20 999,3 грн), Київській (28 436,3 грн) областях, а у м. Київ – 73 085,6 грн, то середній показник по Україні у 2019 р. становив 14 907,0 грн на одну особу.

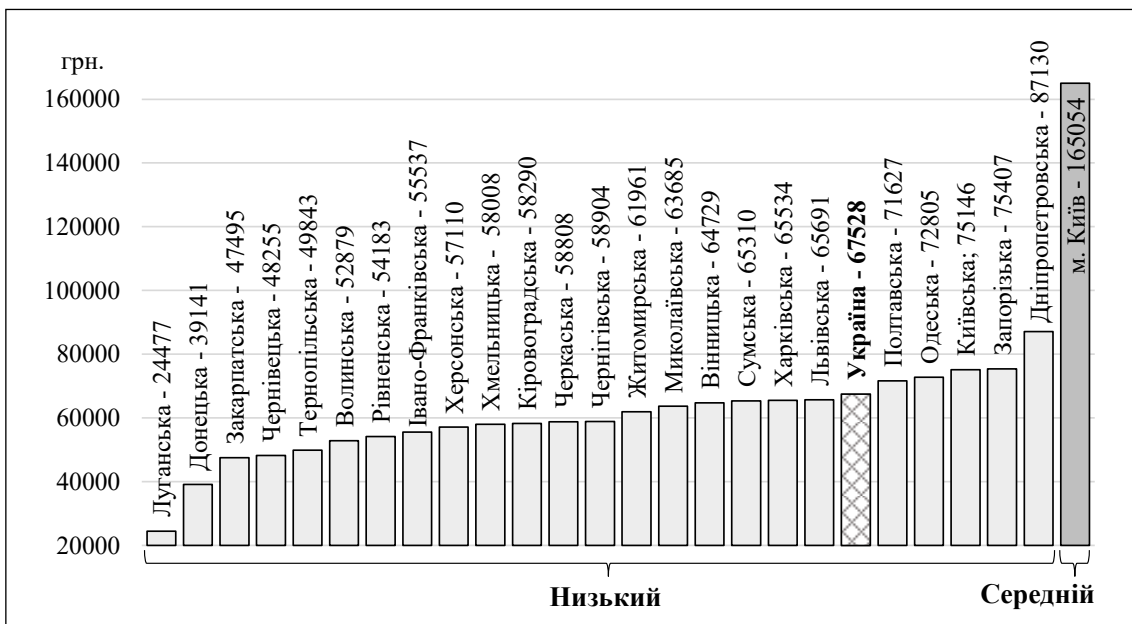


Рис. 4. Аналіз грошових доходів населення у розрахунку на одного жителя в Україні у 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [7; 8]

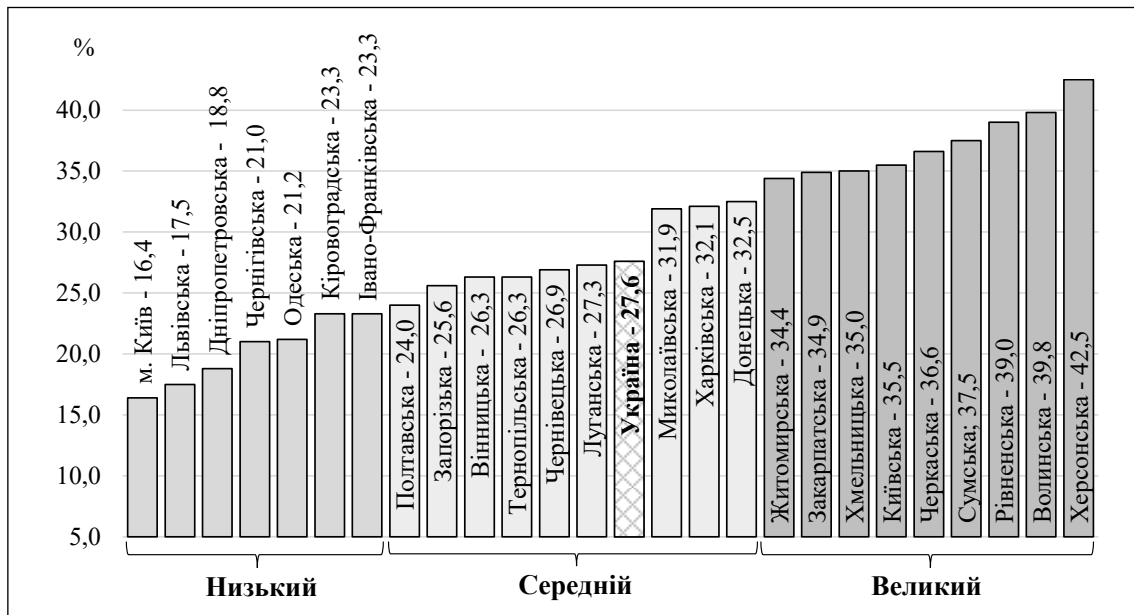


Рис. 5. Аналіз рівня бідності в регіонах України у 2018* р.

*Офіційні дані за 2019 р. відсутні, тому наведено статистичні дані за 2018 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [7; 8]

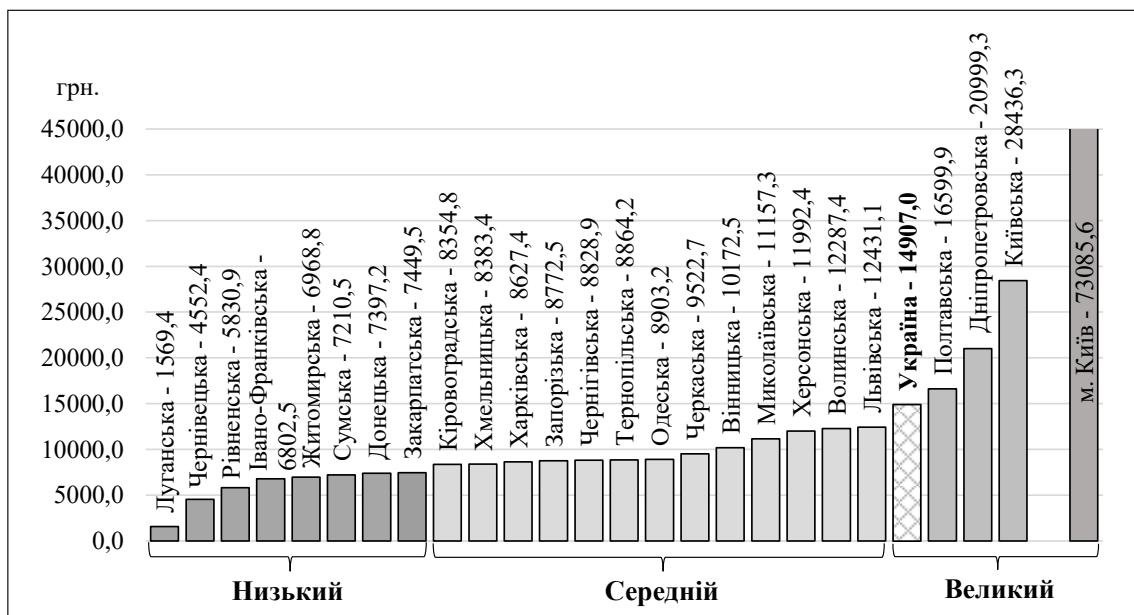


Рис. 6. Аналіз обсягу капітальних інвестицій у розрахунку на одну особу в Україні у 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [7; 8]

Основними причинами незадовільної інвестиційної діяльності в Україні є неспроможність підприємств до самофінансування, відсутність сприятливого інвестиційного клімату (несприятлива відсоткова політика, відсутність стимулів, низький рівень гарантій тощо), який би залучив додаткового інвестора.

Щодо власних доходів бюджету регіонів в Україні, то аналіз виконано на основі показників зведених бюджетів кожної області (рис. 7).

Таким чином, переважна більшість зведених бюджетів областей за рахунок власних доходів у 2019 р. була сформована в обсязі від 3 861,1 млн грн (Луганська область) до 7924,0 млн грн (Черкаська область). За обсягом власних доходів зведених бюджетів областей в діапазон від 10 880,8 млн грн (Вінницька область) до 20 724,5 млн грн (Харківська область) потрапили такі області: Полтавська, Закарпатська, Черкаська, Київська, Львівська й Одеська. Лідерами є

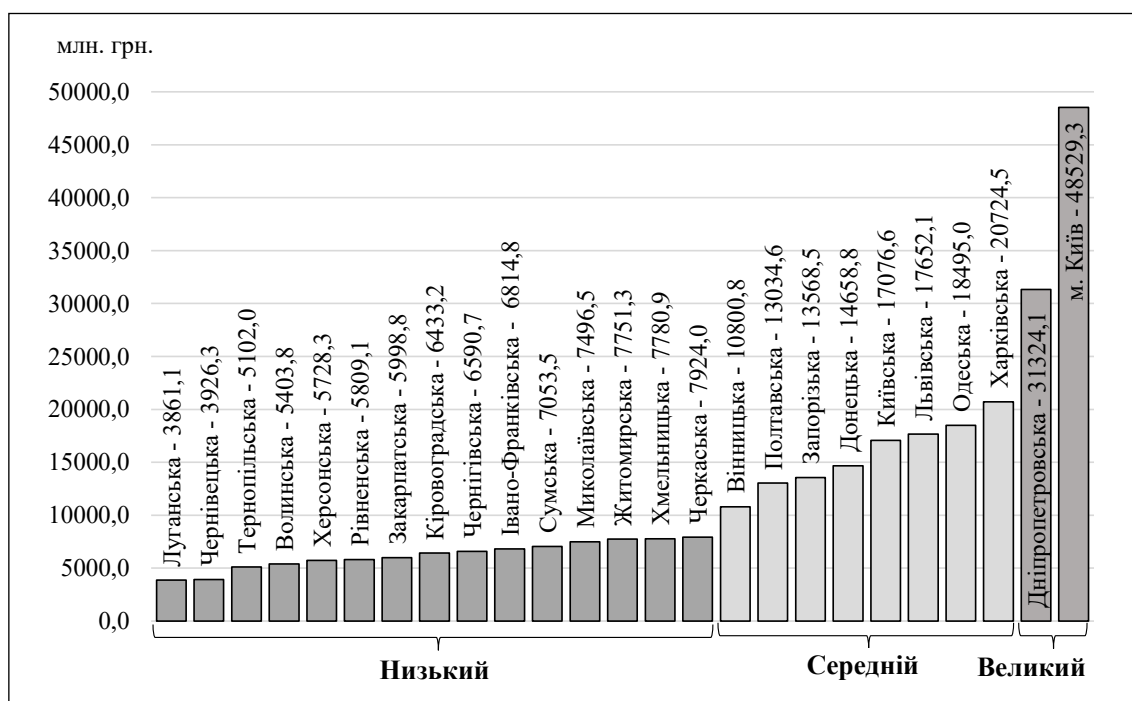


Рис. 7. Аналіз обсягу власних доходів бюджету регіонів в Україні у 2019 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [7; 8]

Дніпропетровська область й м. Київ, бюджет яких за рахунок власних доходів сформовано в обсязі 31 324,1 й 48 529,3 млн грн відповідно.

Зауважимо, що, незважаючи на реформу децентралізації в Україні, яка розпочалася у 2014 р. і триває донині, все ж таки місцеві бюджети залишаються дотаційними і значною мірою залежать від обсягів міжбюджетних трансфертів (у середньому 50–70% від загальних доходів місцевого бюджету) [8].

Підсумовуючи результати виконаного системного аналізу ефективності регіональної фінансової політики за допомогою визначених показників, доцільно зауважити, що нині переважна більшість регіонів України відповідає середньому або низькому рівню економічного розвитку.

Із метою поліпшення основних показників ефективного здійснення регіональної фінансової політики в Україні та враховуючи досвід вітчизняних науковців [10, с. 58–59; 11, с. 59–60] пропонуємо таке:

1) бюджетна політика: зміцнення фінансової самостійності місцевих бюджетів, удосконалення міжбюджетних відносин, державний та громадський контроль над цільовим використанням бюджетних коштів;

2) податкова політика: зниження податкового навантаження на платників податків, скорочення пільг асоціального характеру, звільнення від оподаткування доходів, нижчих за прожитковий мінімум, застосування спрощених систем оподаткування підприємств малого бізнесу;

3) інвестиційна політика: оптимізація структури джерел інвестицій із метою забезпечення максимальної рентабельності від інвестиційної діяльності, розроблення науково обґрунтованої інвестиційної стратегії для кожного регіону;

4) грошово-кредитна політика: стабілізація національної грошової одиниці, зменшення вартості кредитних ресурсів, зниження рівня інфляції в країні;

5) соціальна політика: зменшення рівня бідності в країні, подолання високого рівня безробіття, підвищення соціальних стандартів і соціальних гарантій та їх виконання.

Висновки з проведеного дослідження. Раціональне поєднання, збалансованість та оптимальне співвідношення впливу кожного складника фінансової політики та застосування найефективніших методів, механізмів та інструментів реалізації фінансової політики дадуть змогу сформуванню потужний фінансовий потенціал регіону та забезпечити позитивний приріст економічних показників регіонального розвитку. Фінансова політика регіону повинна здійснюватися комплексно і з урахуванням системного підходу. При цьому необхідно брати до уваги, що в процесі соціально-економічного розвитку регіону необхідно періодично виводити, корегувати та/або вводити нові методи, механізми та інструменти реалізації фінансової політики, які б якнайкраще відповідали новітнім тенденціям розвитку, що, своєю чергою, матиме позитивні наслідки на рівень економічного зростання регіонів і сприятиме стабілізації та підвищенню рівня розвитку національної економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Доброскок С.С. Проблеми та перспективи розвитку фінансової політики України. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 30–2. С. 57–59.

2. Скрипка О.М. Фінансова політика в умовах трансформації економіки. *Фінансова політика у системі соціально-економічного розвитку України* : тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 13–14 квітня 2018 р. Київ, 2018. С. 49–50.

3. Фінанси регіону : навчальний посібник / М.А. Коваленко та ін. ; за ред. М.А. Коваленка. Херсон : Олді-плюс, 2011. 312 с. URL : [#12](https://pidru4niki.com/10561127/finansii/finansova_politika_regiону_instrumenti) (дата звернення: 03.11.2020).

4. Архипов Н.М. Аналіз сучасних підходів до визначення категорії «ефективність». *Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні* : матеріали ІХ міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 23–24 травня 2017 р. / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. С. 23–26.

5. Механізми реалізації регіональної політики: оцінка ефективності та напрями удосконалення : монографія / наук. ред. С.Л. Шульц ; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2018. 205 с.

6. Бадіда М.П. Концептуальні засади фінансового забезпечення реалізації регіональної політики. *Бізнес Інформ*. 2014. № 4. С. 39–44.

7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 03.11.2020).

8. Державний вебпортал бюджету для громадян open budget. URL : <https://openbudget.gov.ua> (дата звернення: 03.11.2020).

9. Булавинець В.М., Заклекта О.І. Нерівність доходів населення в Україні: чинники та сучасний стан. *Ефективна економіка*. 2017. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?Op=1&z=5870> (дата звернення: 03.11.2020).

10. Кравець В.І. Основні напрями фінансової політики в умовах економічних перетворень. *Економіка та держава*. 2018. № 9. С. 55–60.

11. Танклевська Н.С. Удосконалення державної фінансової політики. *Продуктивні сили України*. 2009. № 1. С. 56–61.

prospects of financial policy of Ukraine]. *Black Sea Economic Studies*, no. 30-2, pp. 57-59.

2. Skrypka O.M. (2016) Finansova polityka v umovakh transformatsiyi ekonomiky. [Financial policy in the conditions of economic transformation]. Kyiv, pp. 49-50.

3. Kovalenko V.F. (2011) Finansy rehionu [Finance of the Kherson region]. Kherson: Oldi-plus, pp. 57-59. Available at: [#12](https://pidru4niki.com/10561127/finansii/finansova_politika_regiону_instrumenti) (accessed 03 November 2020).

4. Arkhipov N.M. (2017) Analiz suchasnykh pidkhodiv do vyznachennya katehoriyi «efektyvnist'» [Analysis of modern approaches to determining the category of "efficiency"]. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics, pp. 23-26.

5. Shul'ts S.L. (2018) Mekhanizmy realizatsiyi rehional'noyi polityky: otsinka efektyvnosti ta napryamy udoskonalennya [Mechanisms for implementing regional policy: evaluation of efficiency and areas of improvement]. Lviv: State Institution "Institute of Regional Studies named after M.I. Dolishny NAS of Ukraine". (in Ukrainian)

6. Badida M.P. (2014) Kontseptual'ni zasady finansovoho zabezpechennya realizatsiyi rehional'noyi polityky [Conceptual bases of financial maintenance of realization of regional policy]. *BUSINESSINFORM*, no. 4, pp. 39-44.

7. Ofitsiyyny sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny [The official website of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 03 November 2020).

8. Derzhavnyy veb-portal byudzhetu dlya hromadyan open budget [State budget web portal for citizens open budget]. Available at: <https://openbudget.gov.ua> (accessed 03 November 2020).

9. Bulavynets' V.M., Zaklekta O.I. (2017) Nerivnist' dokhodiv naseleण्या v Ukrayini: chynnyky ta suchasnyy stan [Income inequality in Ukraine: factors and current situation.]. *Efficient economy*, no. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?Op=1&z=5870> (accessed 03 November 2020).

10. Kravets' V.I. (2018) Osnovni napryamy finansovoyi polityky v umovakh ekonomichnykh peretvoren' [The main directions of financial policy in terms of economic transformation]. *Economy and state*, no. 9, pp. 55-60.

11. Tanklevs'ka N.S. (2009) Udoskonalennya derzhavnoyi finansovoyi polityky. *Produktivni syly Ukrayiny* [Improving the public financial policy]. *Productive forces of Ukraine*, no. 1, pp. 56-61.

REFERENCES:

1. Dobroskok S.S. (2018) Problemy ta perspektyvy rozvytku finansovoyi polityky Ukrayiny [Problems and

ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ОПЕРАТОРА ФОНДОВОГО РИНКУ

WAYS OF FORMING A FINANCIAL RISK MANAGEMENT SYSTEM OF THE STOCK MARKET OPERATOR

УДК 336.761

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-38>**Хвостенко В.С.**

к.е.н., доцент

Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця**Шатов В.С.**

студент

Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця**Khvostenko Vladyslav**Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics**Shatov Vadym**Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics

У статті розглянуто особливості поняття «ризик», зокрема термін «фінансовий ризик». Розглянуто місце фінансового ризику у діяльності оператора фондового ринку. Зазначено, що функції управління фінансовими ризиками на фондовому ринку збігаються із загальноприйнятими функціями управління. Виконано поділ фінансових ризиків оператора фондового ринку на систематичні та несистематичні. Складено схему управління фінансовими ризиками. Зазначено, що функційні види діяльності з підготовки, формування, вироблення, обґрунтування, прийняття, коригування й виконання управлінських рішень в умовах ризику. Визначено, що фінансові ризики можуть бути лише знижені до допустимого рівня. Коли фінансові ризики починають перебувати на неприпустимому рівні, тоді до них слід застосовувати методи захисту, головним завданням яких є зниження фінансового тиску в разі серйозних збитків.

Ключові слова: фондовий ринок, фінансовий ризик, ризикова вартість, ризик-менеджмент, хеджування, локалізація, страхування, дисипація.

В статье рассмотрены особенности понятия «риск», в частности термин

«финансовый риск». Рассмотрено место финансового риска в деятельности оператора фондового рынка. Отмечено, что функции управления финансовыми рисками на фондовом рынке совпадают с общепринятыми функциями управления. Выполнено разделение финансовых рисков оператора фондового рынка на систематические и несистематические. Составлена схема управления финансовыми рисками. Указано, что функции управления рисками – это специфические виды деятельности по подготовке, формированию, производству, обоснованию, принятию, корректированию и исполнению управленческих решений в условиях риска. Определено, что финансовые риски могут быть только снижены до допустимого уровня. Когда финансовые риски начинают находиться на недопустимом уровне, тогда к ним следует применять методы защиты, главным заданием которых является снижение финансового давления при серьезных убытках.

Ключевые слова: фондовый рынок, финансовый риск, рискованная стоимость, риск-менеджмент, хеджирование, локализация, страхование, диссипация.

The article considers the peculiarities of the definition of “risk” and in particular the concept of “financial risk”, the place of financial risk in the activities of the stock market operator. It is noted that financial risks are divided into three types, namely risks associated with the purchasing power of money; risks associated with capital investment (investment risks); risks associated with the form of organization of economic activity of the enterprise. It is determined that the financial risk management system is based on significant heterogeneity and set of financial risks and the actual functioning in different markets. It should be noted that the functions of financial risk management in the stock market coincide in full or in part with the generally accepted management functions, which are allocated by most researchers in the field of management: planning, organization, control, motivation, coordination. The division of financial risks of the stock market operator into systematic and non-systematic was performed. The scheme of financial risk management is made, and also it is defined that functions of risk management are consecutive specific kinds of activity on preparation, formation, development, substantiation, acceptance, adjustment and execution of administrative decisions in the conditions of risk. The methods and tools of financial risk management in the stock market such as avoidance, localization, insurance and dissipation are used to a greater extent in the process of non-systematic financial risk management. Compensation that reflects hedging involving derivative financial instruments may be applied to systematic financial risks. It is noted that risk management manifests itself in the form of many interrelated functions. Based on this, a financial risk management scheme is drawn up, which demonstrates the relationship between the sequences of financial risk management. The scheme makes it possible to determine that the functions of risk management are consistent specific activities for the preparation, formation, development, justification, adoption, adjustment and implementation of management decisions in terms of risk. Thus, financial risks can only be reduced to an acceptable level, it is impossible to completely eliminate them, but there may be conditions under which financial risks may be at an unacceptable level, then they should apply protection methods, the main task of which is to reduce financial pressure in case of serious losses.

Key words: stock market, financial risk, risk value, risk management, hedging, localization, insurance, dissipation.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку економічних процесів виникає необхідність використання якісних підходів до управління фінансовим ризиком оператора фондового ринку, що пов'язано з тим, що ефективне управління фінансовим ризиком оператора фондового ринку забезпечує реалізацію цілей та напрямів розвитку фондового ринку.

Проблемам управління фінансовим ризиком оператора фондового ринку сьогодні присвячено досить багато наукових та практичних досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження фінансового ризику здійснили Ф. Найт [13, с. 8], А. Маршалл

[11, с. 94], П. Самуельсон [21, с. 245], В.С. Романов [20, с. 18], О.В. Радзієвський [19, с. 18], Я.В. Парамонов [18, с. 75], М.Н. Павленков [17, с. 147], В.В. Омельченко [16, с. 12], Т.В. Нікітіна [14, с. 15], М. Луман [10, с. 87], О.Ю. Красильников [9, с. 23], Н.В. Клочкова [5, с. 18], К.А. Іванов [4, с. 13], І.Т. Бабунашвілі [2, с. 12], В.А. Акімов [1, с. 61] та багато інших. Водночас розмаїття підходів до вирішення зазначеної проблеми пояснюється відсутністю однозначного трактування самого поняття «фінансовий ризик».

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування наукових положень, розроблення практичних та методичних рекомендацій щодо вдоско-

налення процесу управління фінансовим ризиком оператора фондового ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Відсутність єдиного визначення поняття «ризик» обумовлено багатоаспектністю, складністю та суперечливістю цього явища. Ніколас Луман стверджував, що докладних досліджень з історії слова й поняття «ризик» немає, оскільки воно з'являється спочатку відносно рідко і в дуже різних предметних галузях, але мореплавання й морська торгівля були важливими сферами його використання [1, с. 61]. Найбільш активно стали вивчати різні аспекти ризику наприкінці XIX – на початку XX століття, тоді трактування поняття «ризик» в економічній науці було відділено від поняття невизначеності.

Першим дослідником, який зробив спробу привести невизначеність і ризик до економічного знаменника, був Ф. Найт, який висунув положення про те, що весь справжній прибуток пов'язаний з невизначеністю. П. Самуельсон пояснює: «Невизначеність породжує невідповідність між тим, чого люди очікують, і тим, що дійсно відбувається. Кількісним виразом цієї невідповідності і є прибуток (або збиток)» [21, с. 245].

Фінансисти схильні визначати ризик як небезпеку втрат, оскільки будь-яка фінансова операція проводиться перш за все задля отримання прибутку, завжди існує небезпека не досягти цієї мети і ще гірше, понести втрати. Трактування ризику як небезпеки переросло в концепцію. Спочатку Н. Луман відділив поняття «ризик» від поняття «небезпека» й пояснив: «Розрізнення передбачає, що існує невпевненість щодо майбутнього збитку. Або можливий збиток розглядається як наслідок рішення. Тоді ми говоримо про ризик рішення. Або ж вважається, що причини такого збитку знаходяться зовні, тобто є вплив навколишнього світу. Тоді ми говоримо про небезпеку» [10, с. 87].

Пізніше концепція ризику як небезпеки, що характеризується зосередженістю на традиціях, що приводить до оборонної лінії поведінки, отримала широку сферу застосування (природа, техносфера, суспільство, економіка).

Джерелом небезпеки є дія, що здійснюється суб'єктом і переводить невизначеність у ризик, що В.А. Акімов визначає як «обмежений у деякій сфері діяльності процес, діяльність або стан певного обсягу навколишнього середовища, здатний привести до її реалізації в тій чи іншій формі, що супроводжується виникненням негативних впливів, втратами, формуванням несприятливих умов для організації в навколишньому середовищі» [1, с. 61].

Зниження небезпеки пов'язано з розподілом ресурсів для скорочення ймовірності негативних подій. Оскільки ризик найчастіше пов'язують з негативними ситуаціями, які є небезпечними,

показником ризику в рамках зазначеної концепції є ймовірність впливу негативної події на збиток від нього, а зменшення цих складових частин є одним із завдань управління ризиком.

Фінансові ризики підрозділяються на такі три види [7, с. 15]:

- ризики, пов'язані з купівельною спроможністю грошей;
- ризики, пов'язані зі вкладенням капіталу (інвестиційні ризики);
- ризики, пов'язані з формою організації господарської діяльності підприємства.

Управління фінансовими ризиками має системний характер. Оскільки економічне середовище породжує все нові й нові фінансові ризики, то система управління повинна мати здатність інтегрувати нові елементи, тобто гнучко реагувати на появу нових ризиків.

Складність системи управління фінансовими ризиками ґрунтується на значній неоднорідності та сукупності фінансових ризиків, а також на фактичному функціонуванні на різних ринках. В рамках складності структури під час управління фінансовими ризиками необхідно враховувати такі загальні аспекти, виділені Г.В. Черновою і А.А. Кудрявцевим:

- багатофункціональність та універсальність, тобто здатність боротися з якісно різними фінансовими ризиками;
- модульність, тобто можливість використання різних сполучень процедур управління в різних ситуаціях, що дає змогу врахувати специфіку конкретної ситуації і за необхідності налаштувати зазначену систему на рішення індивідуальних потреб користувача;
- багаторівневність, тобто забезпечення оптимальної ієрархічної структури прийняття рішень, яка формує адекватний розподіл повноважень і відповідальності [23, с. 46].

Результативність системи управління фінансовими ризиками має забезпечувати:

- адекватність, що виражається у здатності оперативно виділяти всі ресурси, необхідні для досягнення поставлених цілей;
- ефективність, що виражається у здатності долати наслідки виникнення несприятливих ситуацій за мінімального обсягу ресурсів.

Функції, методи та інструменти управління фінансовими ризиками мають відповідати цілям і завданням управління, визначення яких є найважливішим кроком у правильній організації захисту від ризиків. Головною метою управління фінансовими ризиками є забезпечення успішного функціонування економічного суб'єкта в умовах ризику.

Цей факт означає, що за отримання найгіршого фінансового результату система управління має скоригувати діяльність суб'єкта в напрямі стабільності та стійкості.

Більш розгорнуті цілі ризик-менеджменту для компанії визначає В.В. Омельченко, вказуючи на збільшення вартості підприємства відразу в декількох аспектах: «він повинен скорочувати ймовірність фінансового краху компанії, знижувати ризик, який загрожує менеджерам, які вклали в компанію (у вигляді вкладень в цінні папери і товари/послуги) більшу частину своїх коштів, він повинен підвищувати ефективність компанії. Ризик-менеджмент повинен збільшити позикові можливості компанії, підтримувати рівень ризику на постійному рівні, допомагаючи інвесторам оцінити діяльність компанії» [16, с. 12].

Управління ризиками проявляється у вигляді безлічі взаємопов'язаних функцій. Функції управління ризиками – це послідовні специфічні види діяльності з підготовки, формування, вироблення, обґрунтування, прийняття, коригування й виконання управлінських рішень в умовах ризику (рис. 1) [4, с. 13].

Результатом таких дій є ситуаційний план, який містить конкретні приписи дій для кожного учасника фінансових відносин та опису їх наслідків, що дає можливість швидко діяти в непередбачених обставинах, зменшуючи ризик прийняття необдуманих рішень.

Безумовно, функції управління фінансовими ризиками на фондовому ринку збігаються повністю або частково із загальноприйнятими функціями управління, які виділяються більшістю дослідників в галузі управління. Отже, ними є функції планування, організації, контролю, мотивації, координації. Функції управління фінансовими ризиками реалізуються через певні методи, які традиційно розглядаються як інструкції для керування підприємством із процесом виробництва товарів або услуг [15, с. 54].

Необхідність ідентифікації та аналізу ризику виникає після формування нової ризикової ситуації під час здійснення фінансових операцій. Не можна працювати з ризиком, якщо не знаєш, що він взагалі існує.

Ідентифікація та аналіз фінансового ризику на фондовому ринку полягають у виділенні у складі фінансових операцій факторів невизначеності розвитку подій, що приводять до невизначеності фінансового результату. Як приклади опера-

цій, які належать до цієї сукупності, можна навести операції з фіксованою прибутковістю, що не збігаються за терміном, операції з акціями, фінансовими інструментами, валютою тощо.

Наступним методом є оцінювання ризику з точки зору шкоди, якого зазнає суб'єкт в разі настання. А.С. Шапкін і А.В. Шапкін відзначають, що кількісне оцінювання ступеня ризику, можливість побудови інтервалів за відомою ймовірністю дає змогу з більшою надійністю впливати на розглянутий економічний процес задля збільшення прибутку й зниження ризику. Ризик не є постійною величиною, це випадкова подія, яка настає всупереч волі людини. Він змінюється під впливом різних факторів. Для відстеження розвитку ризику ведеться відповідний статистичний облік, здійснюються аналіз та оброблення зібраної інформації. Використання методів математичної статистики залежить від сфери галузі виду діяльності [24, с. 418].

Виходячи з отриманої інформації про можливий розвиток ризику, маємо провести його оцінювання, що полягає в аналізі всіх ризикових обставин, які характеризують параметри ризику. Оцінка ризику – це оцінка ймовірності (частоти) настання

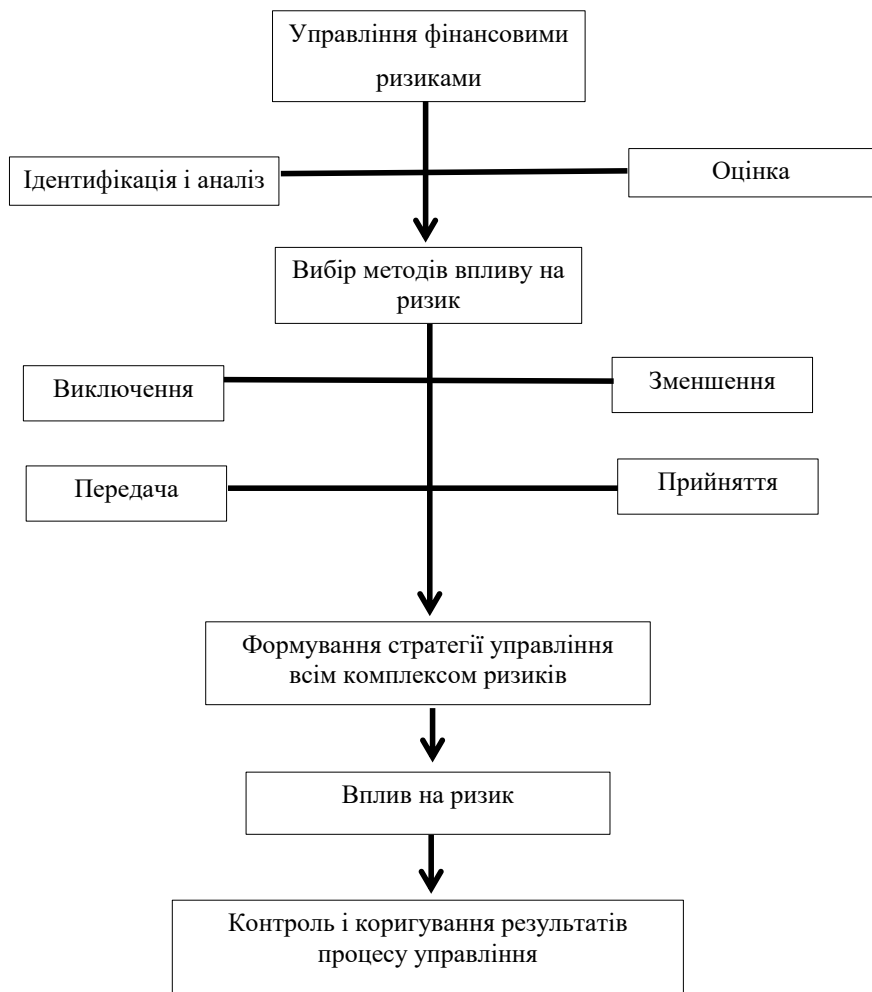


Рис. 1. Схема управління фінансовими ризиками

небезпеки, прогнозування ймовірності рівня втрат і визначення їх вартісної величини.

Наскільки точно оцінюється ймовірність настання події, настільки об'єктивно може бути оцінений розмір ризику.

Оцінка ринкового ризику передбачає визначення суми, яку фінансовий суб'єкт може втратити в результаті вчинення сукупності вищезазначених операцій. Такою оцінкою може бути межа втрат за певний період, виражена в грошових одиницях.

Для вимірювання фінансових ризиків систематичного характеру, крім апарату класичної теорії портфеля фінансових активів, використовуються спеціальні ймовірнісні моделі, найбільш поширеною з яких є методологія "Value-at-Risk" – «ризикова вартість» (скорочено VAR). Оскільки концепція ризикової вартості є фундаментом сучасної теорії фінансового ризик-менеджменту, розглянемо її детальніше [8, с. 55].

Необхідність єдиної, оперативної та загальнозрозумілої оцінки можливих втрат вартості портфеля активів на певний період часу зумовила появу показника ризикової вартості, що відповідає всім цим вимогам. Його популярність серед найбільших учасників фінансового ринку пояснювалась тим, що завдяки відомій спрощеності він був доступний для розуміння керівників на всіх рівнях управління.

Згодом показник ризикової вартості став повноцінним стандартом інформації про ризик економічного інституту, який міг як використовуватися всередині суб'єкта, так і зазначатися у звітах для інвесторів і регулюючих органів. VAR – це статистична оцінка максимальних втрат за вибраним інструментом (портфелем) за заданого розподілу ринкових чинників за вибраний період часу з високим рівнем ймовірності. Проінтерпретуємо VAR таким реченням: існує впевненість на X% (зі ймовірністю X%), що втрати не перевищать Y грошових одиниць протягом N наступних днів. В цьому реченні невідома величина Y і є VAR.

Очевидно, що базовою інформацією, необхідною для визначення величини VAR, є залежність між розмірами прибутків та збитків і можливостями їх появи, реалізована у ймовірнісному розподілі ринкових чинників, що на практиці далека від нормального Гаусовського закону розподілу й періоду підтримки позиції, на якому оцінюються втрати. Вибір тимчасового періоду залежить від частоти вироблених угод із розглянутими активами, а також від їх ліквідності. Для економічних суб'єктів, які здійснюють активні операції на ринках капіталу, типовим періодом розрахунку є один день, тоді як стратегічні інвестори та нефінансові компанії можуть використовувати великі періоди часу. Під час вибору тимчасового періоду слід враховувати наявність статистики щодо розподілу прибутків та збитків для бажаного інтервалу часу.

Зі збільшенням періоду зростає показник ризикової вартості.

І.В. Готовчіков пояснює особливості використання VAR: «він (VAR) всього лише допомагає уявити, чи є ризики, яким піддається компанія, тими ризиками, які вона хотіла б на себе взяти або думає, що вона на себе взяла. VAR не може сказати керуючому компанії, «скільки ризику треба взяти», а може тільки сказати, «скільки ризику вже взято»» [3, с. 18].

Показник ризикової вартості не є єдиним та універсальним інструментом оцінювання ризиків. Як правило, розрахунок ризикової вартості супроводжується детальним аналізом декількох можливих сценаріїв, моделюванням емпіричних розподілів імовірностей і тестуванням портфеля на стійкість до змін основних параметрів. Як зазначає Р.М. Мельников, «використання нових математичних методів дало змогу уточнити і покращити вирішення старих наукових проблем, а також відкрити принципово нові напрями дослідження». Величина ризикової вартості як узагальнююча оцінка ринкового ризику потрібна перш за все для прийняття оперативних рішень [12, с. 37].

У практиці оцінювання ризиків існує метод експертних оцінок із застереженням про їх суб'єктивність та ненадійність. Е.А. Кондратюк зазначає, що експертний метод має право на життя, «однак сфера його застосування зазвичай обмежена комплексними разовими проектами» [6, с. 69].

Достовірність, отриманих оцінок, узагальнюючих думки експертів, за формулюванням Л.Н. Коршунової, «залежить від кваліфікованості експертів, незалежності їх суджень, а також методу забезпечення проведення експертизи» [7, с. 15]. Як зауважують М.Н. Павленков і Л.С. Маєва, «характеристики груп експертів визначаються на основі індивідуальних характеристик експертів: компетентності, креативності, відносин до експертизи, конформізму, конструктивності мислення, колективізму самокритичності» [17, с. 147].

Якщо факт фінансового ризику має місце, то існує можливість уникнути або відхилити його реалізацію. На третьому етапі підключаються методи зниження фінансових ризиків, які включають способи зниження ймовірності настання ризикової події, виключення ризику, а також зменшення потенційних збитків у разі його настання. Методи зниження фінансових ризиків на фондовому ринку багато в чому схожі з методами, використовуваними в інших секторах економіки.

Найбільш простий спосіб попередження фінансового ризику – це його уникнення, тобто відмова фінансового суб'єкта проводити ризикові фінансові операції. Прийоми ухиляння від ризику пов'язані або зі зниженням числа прийнятих ризикових рішень, або взагалі з їх вилученням з прак-

тики конкретного бізнесу, або з явним вибором рішень, що характеризуються відносно малим рівнем ризику. Проте розглянуті вище стратегії поведінки не властиві учасникам фондового ринку, націленим на отримання прибутку.

Найбільш поширеним інструментом ризик-менеджменту є система обмежень (лімітів), що дає змогу істотно підвищити рівень фінансової безпеки. Сутність обмеження полягає в обмеженні схильності свідомо приймати ризик як певну величину. Якщо йдеться, припустимо, про управління власною позицією за портфелем фінансових інструментів, то можливим є встановлення лімітів на обсяг портфеля, структуру портфеля в розрізі ринків, інструментів, емітентів, максимальний розмір збитків (точка закриття позиції) як за портфелем загалом, так і за окремими паперами.

Класичне страхування полягає у створенні страхового (резервного) фонду, платежі в який істотно менше розміру компенсаційної виплати в разі реалізації несприятливої екологічної ситуації. Такий метод зниження ризиків не придатний для систематичних ризиків, процес мінімізації яких реалізується іншими механізмами, відмінними від класичного страхування.

Страхування виступає як засіб прямої передачі ризиків третій особі. В цьому разі відбувається передача більшої частки ризику від економічного суб'єкта, а саме страхувальника, страховику. Д. Маршалл чітко визначає дві проблеми використання страхування під час зниження ризику: «По-перше, поява посередника – страховика – припускає, що вартість страхування буде перевищувати очікувану грошову вартість. По-друге, не всі ризики страховані».

Для більшого скорочення фінансових ризиків економічний суб'єкт може створити власний резервний фонд на покриття непередбачених витрат внаслідок прояву ризику. Однак ні страхування, ні резервування не націлені на зменшення ймовірності настання ризикової події. Ці методи тільки реалізують відшкодування матеріального збитку, й частіше вони використовуються в процесі управління несистематичними ризиками. Найбільш загальними методами, що дають змогу знизити низку фінансових ризиків як несистематичного, так і систематичного характеру, є хеджування та диверсифікація.

Хеджування – це форма захисту від можливих втрат шляхом укладення угод, які врівноважують ризику. Така форма захисту, за словами Т.В. Нікітіної, є «прямим методом страхування з біржових стратегій» [20, с. 18].

С. Росс визначає хеджування як метод страхування від втрат і «зниження залежності фірми від коливань цін або процентних ставок» [21, с. 245].

У зв'язку з тим, що суб'єкти ринкових відносин не можуть повністю виключати дію фактору постій-

ного ризику втрат внаслідок зміни кон'юнктури ринку, вони змушені намагатися прогнозувати розвиток майбутніх ситуацій і хеджувати свої дії всілякими способами.

Якщо метою страхування є нейтралізація можливих негативних коливань кон'юнктури ринку для інвестора або споживача того чи іншого активу, то мета хеджування полягає в перенесенні ризику зміни ціни з одного учасника ринку на іншого. Інструментами, найбільш широко використовуваними для хеджування, є ф'ючерсні контракти, форвардні контракти, опціонні контракти й свопи, тобто похідні фінансові інструменти.

Під хеджуванням також можна розуміти процес формування складної позиції, чутливої тільки до окремих складових частин зміни цін фінансових інструментів, з яких (змін) передбачається отримати дохід. Наприклад, можливим є придбання акцій деякого емітента на основі прогнозу зростання вартості цих акцій порівняно з ринком загалом (акції емітента недооцінені), при цьому існує ризик зниження всього ринку акцій, який можна хеджувати за рахунок формування короткої позиції у фондовому індексі (продаж ф'ючерсу на індекс).

Іншим інструментом управління ризиками є диверсифікація як спосіб зменшення сукупної схильності ризику за рахунок розподілу коштів між різними активами, ціни яких не взаємопов'язані або недостатньо взаємопов'язані між собою. Диверсифікація дає змогу знизити максимально можливі втрати за одну подію, однак при цьому одночасно зростає кількість видів ризику, які необхідно контролювати. Диверсифікація є одним з найбільш популярних механізмів такого несистематичного виду ризику, як кредитний, під час формування портфеля фінансових активів, портфелів банківських позичок і пасивів.

Диверсифікація ефективна тільки для зменшення несистематичного ризику, тоді як систематичні ризики не можуть бути зменшені шляхом зміни структури портфеля. Звісно, диверсифікацію потрібно розуміти в широкому сенсі: як стратегічний підхід до управління бізнесом загалом, що означає диверсифікацію напрямів діяльності, ринків, клієнтської бази тощо.

Виходячи із загальної класифікації ризиків з поділом на систематичні та несистематичні ризики, зауважимо, що такі підходи до зниження фінансових ризиків, як уникнення, локалізація, страхування, використовуються здебільшого в процесі управління фінансовими ризиками несистематичного характеру. Компенсація, що відображає хеджування із залученням похідних фінансових інструментів, може бути застосована до систематичних фінансових ризиків.

Деякі ризики можуть бути лише знижені до допустимого рівня, щодо ризиків, які перебувають на неприпустимому рівні, то до них засто-

совуються методи захисту, головним завданням яких є зниження фінансового тиску в разі серйозних збитків. Задля цього суб'єкт фінансового ринку може:

- оплачувати збитки за ступенем їх виникнення безпосередньо з коштів, відведених на поточні витрати;
- регулярно відкладати певну суму, поміщаючи у внутрішній фонд, тобто резерв, надалі використовуючи його для покриття збитків;
- переводити ризики у страхові компанії, реалізуючи всі процедури перестраховування;
- залучати кредитні та інвестиційні ресурси банків та інших фінансових інститутів для компенсації збитків.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, обґрунтовано наукові положення та розроблено практичні й методичні рекомендації щодо вдосконалення процесу управління фінансовим ризиком оператора фондового ринку. Розглянуто методи та інструменти управління фінансовими ризиками на фондовому ринку. Виходячи із загальної класифікації ризиків, ми виконали поділ фінансових ризиків на систематичні та несистематичні ризики, визначили, що такі підходи до зниження фінансових ризиків, як уникнення, локалізація, страхування й дисипація, використовуються здебільшого в процесі управління фінансовими ризиками несистематичного характеру. Компенсація, що відображає хеджування із залученням похідних фінансових інструментів, може бути застосована до систематичних фінансових ризиків.

Фінансові ризики можуть бути лише знижені до допустимого рівня, повністю виключити їх неможливо, проте можуть виникати такі умови, за яких фінансові ризики можуть перебувати на неприпустимому рівні, тоді до них слід застосовувати методи захисту, головним завданням яких є зниження фінансового тиску в разі серйозних збитків.

Задля цього суб'єкт фінансового ринку може:

- оплачувати збитки за ступенем їх виникнення безпосередньо з коштів, відведених на поточні витрати;
- регулярно відкладати певну суму, поміщаючи у внутрішній фонд, тобто резерв, надалі використовуючи його для покриття збитків;
- переводити ризики в страхові компанії, реалізуючи всі процедури перестраховування;
- залучати кредитні та інвестиційні ресурси банків та інших фінансових інститутів для компенсації збитків.

Зазначено, що управління ризиками проявляється у вигляді безлічі взаємопов'язаних функцій. Керуючись цим, ми склали схему управління фінансовими ризиками, що демонструє взаємозв'язок послідовності та управління рівнем фінансового ризику. Схема дає змогу визначити, що функції управління ризиками – це послідовні

специфічні види діяльності з підготовки, формування, вироблення, обґрунтування, прийняття, коригування й виконання управлінських рішень в умовах ризику.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Акимов В.А. Риски в природе, техносфере, обществе и экономике. Москва : Деловой экспресс, 2004. 151 с.
2. Бабунашвили И.Т. Факторы и принципы развития регионального финансового рынка : автореф. дисс. ... канд. экон. наук. Краснодар, 2006. 13 с.
3. Готовчиков И.В. Финансовые риски. *РИСК*. 2004. № 4. С. 23–32.
4. Иванов К.А. Стратегия управления рисками на срочном рынке производных финансовых инструментов в условиях глобализации : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.10. Ростов-на-Дону, 2015. 13 с.
5. Клочкова Н.В. Управление финансовыми рисками как инструмент управления финансовыми ресурсами энергетических компаний. *Финанси і кредит*. 2017. № 22. 46 с.
6. Кондратюк Е.А. Рыночные риски коммерческого банка: методы оценки и управления : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.10. Москва, 2015. 71 с.
7. Коршунова Л.Н. Оценка и анализ рисков. Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. 15 с.
8. Костіна Н.І. Імітаційне моделювання фондового ринку України. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 11. 55 с.
9. Красильников А.Ю. Риски развития регионального рынка ценных бумаг. *Риски в национальной экономике*. Саратов, 2013. 35 с.
10. Луман М. Поняття ризику. *Тези*. 1994. № 5. 150 с.
11. Маршалл Дж. Фінансова інженерія: Повне керівництво по фінансовим нововведенням / пер. з англ. Москва, 1998. 188 с.
12. Мельников Р.М. Управление процентным риском портфеля ГКО-ОФЗ в посткризисный период : дисс. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.10, 08.00.13. Москва, 2011. 41 с.
13. Найт Ф.Х. Поняття ризику та невизначеності. *THESIS*. 1994. Вип. 5. С. 12–28.
14. Никитина Т.В. Страхование коммерческих и финансовых рисков. Санкт-Петербург : Питер, 2012. 20 с.
15. Носова О.В. Інвестиційний клімат в Україні: основні напрями поліпшення. *Стратегічні пріоритети*. 2008. № 1. С. 59–65.
16. Омельченко В.В. Побудова корпоративної системи управління фінансовими ризиками. *Фінансовий менеджмент в страховій компанії*. 2006. № 3. Довідково-правова система «Гарант Платформа F1»: за станом на 28 жовтня 2017 р.
17. Павленков М.Н. Экспертные методы оценки рисков. Математические методы и информационные технологии в экономике, социологии и образовании : сборник статей. Пенза : Пензенская государственная технологическая академия, 2017. 259 с.

18. Парамонов Я.. Финансовые риски корпораций : дисс. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.10. Москва, 2005. 153 с.

19. Радзієвський О.В. Суперечності доларизації економіки України в умовах фінансової глобалізації. *Економіка України*. 2015. № 2. С. 16–23.

20. Романов В.С. Понятие рисков в экономической деятельности. URL: <http://www.aup.ru/articles/finance/1.htm> (дата звернення: 18.09.2020).

21. Росс С. Основы корпоративных финансов / пер. з англ. Москва : Лабораторія базових знань, 2001. 704 с.

22. Самуельсон П. Экономика. Москва : МГП «Алгон» ВНИИС, 1993. 120 с.

23. Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управління ризиками. Москва, 2007. 46 с.

24. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. 8-е изд. Москва : Дашков и Ко, 2012. 544 с.

REFERENCES:

1. Akimov V.A. (2004) Riski v prirode, tehnosfere, obshchestve i ekonomyke [Risks in nature, technosphere, society and economy]. Moscow: Business Express, 2004, pp. 151.

2. Babunashvili I.T. (2006) Faktory i principy razvitiya regionalnogo finansovogo rynka [Factors and principles of development of the regional financial market]: abstract dis. to-that econom. sciences. Krasnodar, 13 p.

3. Gotovchikov I.V. (2004) Finansovye riski [Financial risks]. RISK. № 4, pp. 23–32.

4. Ivanov K.A. (2015) Strategiya upravleniya riskami na srochnom rynke proizvodnyh finansovyh instrumentov v usloviyah globalizatsii [Risk management strategy in the derivatives market in the context of globalization] (PhD Thesis), Rostov-on-Don.

5. Klochkova N.V. (2017) Upravlinnya finansovimi rizikami yak instrument upravlinnya finansovimi resursami energetichnih kompanij [Management of financial resources as an instrument of management of financial resources of energy companies]. Finance and credit. № 22. 46 p.

6. Kondratyuk E.A. (2015) Rynochnye riski kommercheskogo banka: metody ocenki i upravleniya [Market risks of a commercial bank: methods of assessment and management] (PhD Thesis), Moscow.

7. Korshunova L.N. (2007) Ocenka i analiz riskov [Risk assessment and analysis]. Rostov-on-Don: Phoenix. (in Russian)

8. Kostina N.I. (2013) Imitacijne modelyuvannya fondovogo rinka Ukraini. Aktualni problemi ekonomiki [Simulation modeling of the stock market of Ukraine. Current economic problems], № 11. 55 p.

9. Krasilnikov A.U. (2013) Riski razvitiya regionalnogo rynka cennyh bumag. Riski v nacionalnoj ekonomike [Risks of development of the regional securities market. Risks in the national economy]. Saratov, 35 p.

10. Luhmann M. (1994) Ponyattya riziku [The concept of risk]. Tezi. № 5. 150 p.

11. Marshall J. (1998) Finansova inzheneriya: Povne kerivnictvo po finansovim novovveden [Financial Engineering: Beyond the Financial Innovation Criteria]: translated from English. Moscow, 188 p.

12. Melnikov P.M. (2011) Upravlenie procentnym risikom portfelya GKO-OFZ v postkrizisnyj period [Management of interest rate risk of the GKO-OFZ portfolio in the post-crisis period] (PhD Thesis), Moscow.

13. Night F. (1994) Ponyattya riziku ta nevznachnosti [Understanding Rizik and Non-Significance]. THE-SIS. № 5, pp. 12–28.

14. Nikitina T.V. (2012) Strahovanie kommercheskih i finansovyh riskov [Insurance of commercial and financial risks]. Peter, 20 p.

15. Nosova O.V. (2008) Investicijnyj klimat v Ukraini: osnovni napryami polipshennya. Strategichni prioriteti [Investment Climate in Ukraine: Main Direct Policies. Strategic priorities]. № 1, pp. 59–65.

16. Omelchenko V.V. (2006) Pobudova korporativnoyi sistemi upravlinnya finansovimi rizikami. Finansovij menedzhment v strahovij kompaniji [Pobudova corporate system and financial management. Financial management in the insurance company]. № 3. Dovidkovo-legal system "Garant Platform F1": behind the camp on 28.10.2017.

17. Pavlenkov M.N. (2017) Ekspertnye metody ocenki riskov. Matematicheskie metody i informacionnye tehnologii v ekonomike, sociologii i obrazovanii [Expert methods of risk assessment. Mathematical methods and information technologies in economics, sociology and education: collection of articles. Articles]. Penza: Penza State technologist, academy, 259 p.

18. Paramonov Y.V. (2005) Finansovye riski korporacij [Financial risks of corporations] (PhD Thesis), Moscow.

19. Radziyevskiy O.V. (2015) Superechnosti dolarizatsiyi ekonomiki Ukraini v umovah finansovoyi globalizatsiyi [The super-variability of the dolarization of the Ukrainian economy in the minds of financial globalization. Economics of Ukraine]. № 2, pp. 16–23.

20. Romanov V.S. Ponyatie riskov v ekonomicheskoj deyatel'nosti [The concept of risks in economic activity]. URL: <http://www.aup.ru/articles/finance/1.htm> (accessed 18 September 2020).

21. Ross S. (2001) Osnovi korporativnih finansiv [Fundamentals of corporate finance]: tran. from English, Moscow: Laboratory of Basic Knowledge. (in Russian)

22. Samuelson P. (1993) Ekonomika [Economics]. Moscow: MGP "Algon" VNIIS. (in Russian)

23. Chernova G.V., Kudryavtsev A.A. (2007) Upravlinnya rizikami [Risk management]. Moscow. (in Russian)

24. Shapkin A.S., Shapkin V.A. (2012) [Economic and financial risks. Valuation, management, investment portfolio]. 8th ed. Moscow: Dashkov and Ko. (in Russian)

РОЗДІЛ 7. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ ДОКУМЕНТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ
ПРО ВАЛЮТНІ ОПЕРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ У ВИРІШЕННІ
ГОСПОДАРСЬКИХ СПОРІВ ІЗ БАНКАМИTHE LEGAL ANALYSIS OF ACCOUNTING DOCUMENTS
ABOUT FOREIGN EXCHANGE TRANSACTIONS OF ENTERPRISES
IN THE SOLUTION BUSINESS DISPUTES WITH BANKS

УДК 657.6+346.9

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-39>**Дутчак Р.Р.**к.е.н., старший викладач кафедри
обліку та оподаткування
Державний університет економіки
і технологій**Дутчак В.Ф.**к.ю.н., асистент кафедри правового
регулювання економіки
Державний університет економіки
і технологій**Dutchak Ruslan**State University of Economics
and Technology**Dutchak Vira**State University of Economics
and Technology

Стаття присвячена проблемі блокування банками валютних операцій підприємств національної економіки. Проведено аналіз законодавства України про обмеження валютних операцій підприємств. Розкрито суть конфлікту між підприємствами і банками з приводу блокування валютних операцій на користь контрагента-нерезидента. Визначено проблемні зони механізму застосування законодавства у сфері здійснення банками фінансового моніторингу. Встановлено загрозу фінансових втрат підприємств від незаконного блокування банками валютних операцій. Досліджено бухгалтерське документування валютних операцій та підтверджуючі документи про фактичну діяльність контрагента (нерезидента) як основних доказів у вирішенні господарських спорів підприємств із банками. Запропоновано пакет документів, правові наслідки якого дають змогу обґрунтовано довести реальність валютної операції та спростувати ознаки ризикової діяльності іноземного контрагента (нерезидента).

Ключові слова: валютна операція, індикатор ризику, фінансовий моніторинг, правовий аналіз, бухгалтерські документи, господарський спір.

Стаття посвящена проблеме блокировки банками валютных операций предпри-

ятий национальной экономики. Проведен анализ законодательства Украины об ограничении валютных операций предприятий. Рассмотрена суть конфликта между предприятиями и банками по поводу блокирования валютных операций в пользу контрагента-нерезидента. Определены проблемные зоны механизма применения законодательства в сфере осуществления банками финансового мониторинга. Установлена угроза финансовых потерь предприятий от незаконного блокирования банками валютных операций. Исследовано бухгалтерское документирование валютных операций и подтверждающие документы о фактической деятельности контрагента-нерезидента как основных доказательств в решении хозяйственных споров предприятий с банками. Предложен пакет документов, которые юридически позволяют обоснованно доказать реальность валютной операции и опровергнуть признаки рисковости деятельности иностранного контрагента (нерезидентов).

Ключевые слова: валютная операция, индикатор риска, финансовый мониторинг, правовой анализ, бухгалтерские документы, хозяйственный спор.

The article is devoted to the problem of blocking of foreign exchange transactions by banks of enterprises of the national economy of Ukraine. The analysis of normative-legal acts of Ukraine concerning restrictions of currency operations for the enterprises is carrying out. The article reveals in detail the essence of the conflict between enterprises and banks over the blocking of foreign exchange transactions for the counterparty-non-resident at the operational level. Problem areas of the mechanism of application of the national legislation in the field of implementation by banks of financial monitoring for the enterprises are defining. Three main risk indicators for foreign exchange transactions, which are systematically using by banks for a reasonable refusal to conduct them, are considering, namely: – terms of payment for a foreign exchange transaction provide for the use of legal entities (shell companies), which have the characteristics defined in the recommendations of the Group for the Development of Financial Measures to Combat Money Laundering (FATF) (including the presence of non-transparent ownership structure); – participants in foreign exchange transactions have registration, place of residence or location in the states (territories) included in the list of risky states (territories) formed by the authorized institution; – fulfillment of obligations under import agreements (contracts) to make payments for products actually delivered to the territory of Ukraine on customs declarations, which were processed before January 1 of the calendar year preceding the moment of the foreign exchange transaction or the intention to conduct the foreign exchange transaction. The threat of financial losses of enterprises from illegal blocking of foreign exchange transactions by banks in favor of counterparties (non-residents) has been establishing. The accounting documentation of foreign exchange transactions (content and form) and supporting documents on the actual activities of the counterparty (non-resident) as the main evidence in resolving business disputes between enterprises and banks are studied. A package of documents is proposed, the legal consequences of which allow substantiating the reality of a foreign exchange transaction and refuting the signs of risky activity of a foreign counterparty (non-resident).

Key words: the currency transaction, the risk indicator, the financial monitoring, legal analysis, accounting documents, the economic dispute.

Постановка проблеми. Перспективним напрямом розвитку сучасної фінансово-економічної системи України в глобальній економіці є посилення міжнародних відносин між національними суб'єктами господарювання (резидентами) та відповідними суб'єктами інших країн (нерезиденти). Збільшення обсягу товарних та валютних операцій між вказаними суб'єктами, шляхом екс-

порту або імпорту дасть змогу запуснути додаткові економічні процеси в національній економіці та пришвидшить рух валюти у фінансовій системі України. Проте головною перешкодою реалізації наміченої перспективи є часті конфлікти, які почали виникати між підприємствами та банками з приводу здійснення валютних операцій. Суть цих конфліктів полягає в тому, що підприємства не

можуть здійснити валютні перекази зі своїх поточних рахунків на рахунки контрагента-нерезидента через те, що банки підозрюють зазначені операції як ризикову діяльність. Часто банки необґрунтовано надають такі висновки, які здебільшого базуються на суб'єктивних оцінках працівників банків та нечіткому формулюванні норм законодавства України у банківській сфері. Як наслідок, такі спори переходять до господарського суду, і вже рішення суду залежить від обґрунтованості правової позиції та належності доказів, яку забезпечують бухгалтерський облік підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема блокування банками валютних операцій підприємств в національній економіці України частково досліджувалася в наукових працях таких авторів, як: А.Г. Бухтіарова [1], Г.В. Дідківська [2], Т.П. Лучникова [3], В.Г. Першин [4], О.С. Портненко [5], Ю.О. Романченко [6], О.С. Шевчик [7] та інші. Вказані науковці досліджували цю проблему за такими питаннями, як: фінансовий моніторинг як інструмент детінізації банківської системи; фінансовий моніторинг як інструмент запобігання легалізації злочинних доходів; первинний фінансовий моніторинг при розслідуванні злочинів у кредитно-фінансовій сфері органами, що здійснюють контроль за дотриманням податкового законодавства; сутність і визначення проблеми фінансового моніторингу в банках України; валютні операції як основа валютного ринку; валютні операції як об'єкт валютного контролю; державний фінансовий моніторинг та інші. Відповідно до наведених досліджень порушеної теми, невирішеною частиною загальної проблеми залишається необґрунтоване (незаконне) блокування банками валютних операцій підприємств та способи її вирішення в господарських спорах.

Постановка завдання. Метою цієї статті є проведення аналізу законодавства України про обмеження валютних операцій між підприємствами-резидентами та їхніми зарубіжними контрагентами-нерезидентами, визначення фінансових втрат від блокування валютних операцій, дослідження бухгалтерського документування валютних операцій і підтверджувальних документів про фактичну діяльність контрагента-нерезидента як основних доказів у вирішенні господарських спорів підприємств із банками та розроблення практичних пропозицій для захисту фінансових інтересів підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конфлікт між банком і підприємством традиційно розпочинається в ситуації, коли підприємству на виконання зобов'язань по міжнародному договору потрібно перерахувати своєму контрагенту-нерезиденту певну суму валюти за отриманий товар, роботи чи послуги. Для цього підприємство звертається до установи банку, яка обслуговує його рахунок, та ініціює купівлю і проведення валютної

операції. У свою чергу банк просить підприємство надати оригінали (або копії) документів, які підтверджують необхідність здійснення згаданої валютної операції, а саме: договір, специфікацію, інвойс та інше. Також банк просить заповнити за валютною операцією анкету аналізу документів про фінансові операції та їх учасників. Після подачі підприємством наведеного пакету документів валютний відділ та відділ комплаєнсу банку проводять вивчення отриманих документів, за результатом якого роблять висновок, надавати згоду для придбання та переведення валюти нерезиденту чи ні. Якщо у банку виникають запитання, то він вистребує додаткові документи. Тільки після отримання згоди від двох відділів банку підприємство через систему «Клієнт-Банк» технічно може відправити заявку на купівлю валюти. Після проведення заявки на купівлю (списання гривневої суми на купівлю валюти та отримання її на валютному рахунку) підприємство може сформулювати валютне платіжне доручення на потрібну суму, яке банк проводить згідно зі вказаними реквізитами платежу.

Як правило, конфлікт між банком та підприємством з приводу блокування валютних платежів на користь нерезидента відбувається на моменті ініціювання валютної операції за дорученням підприємства шляхом незаконної відмови в купівлі потрібної суми валюти та позбавлення технічної можливості сформулювати відповідну заявку на купівлю валюти та валютне платіжне доручення у програмі «Клієнт-Банк». Особливістю такої відмови є те, що вона надається працівникам підприємства в усній формі щодо невідповідності вимогам чинного валютного законодавства та відсутності підстав для проведення валютної операції.

Традиційно банк не наводить формального документа про отримані результати проведеного аналізу. Також банк не розкриває зміст проведеного аналізу наданого підприємством пакету документів: який метод аналізу застосовувався; які частини цілого масиву даних розглядалися; які встановлено зв'язки, а які зв'язки відсутні тощо. Головне – в такій відповіді відсутня інформація про конкретні норми чинного валютного законодавства, яким суперечить наведена інформація в документах підприємства. Також відсутній опис підстав, яких не вистачило, на думку банку, для проведення валютної операції. Фактично банк ігнорує письмову форму відповіді, через те що немає порушень валютного законодавства і підстав для проведення валютної операції. Банк використовує усну форму відповіді з поверхневим загальним формулюванням відмови, щоб уникнути письмового доказу необґрунтованого блокування валютної операції підприємства.

На наступному етапі розвитку вказаного конфлікту підприємство традиційно звертається до банку в письмовій формі (лист або претензія) з

клопотанням надати технічну можливість придбати валюту та її перевести контрагенту-нерезиденту. У відповідях (листах) банк переважно констатує, що фінансові операції, які цікавлять підприємство, мають ознаки ризикової діяльності. Проте обґрунтування та переліку таких ознак банк може і не наводити. При таких відповідях банк посиляється на Постанову НБУ «Положення про порядок здійснення уповноваженими установами аналізу та перевірки документів про валютні операції» № 8 від 02.01.2019 р. (далі – Положення № 8) [8].

Одним із поширених тверджень у відповіді банку на претензію підприємства по валютній операції є те, що:

1) між банком та підприємством не існувало договірних правовідносин саме в частині виникнення зобов'язання банку щодо здійснення валютної операції шляхом перерахування коштів на користь контрагента-нерезидента;

2) підприємство не надало до банку ані заяви на придбання валюти, ані валютного платіжного доручення по договору поставки, що повністю виключає виникнення будь-яких зобов'язань з боку банку стосовно придбання валюти.

Щодо існування договірних правовідносин між підприємством та банком, то договір банківського рахунку з типовими положеннями укладається банком із кожним клієнтом (підприємством). Відповідно до типових умов такого договору, банк відкриває поточний рахунок підприємству в національній або іноземній валюті та здійснює розрахунково-касове обслуговування цього рахунку. Згідно із типовими умовами договору, банк зобов'язаний своєчасно здійснювати розрахункові операції відповідно до вимог чинного законодавства України та нормативно-правових актів НБУ.

Щодо відсутності подачі заяви на придбання валюти та платіжного доручення по договору з нерезидентом. Відповідно до п. 2.1 «Положення про порядок виконання банками документів на переказ, примусове списання і арешт коштів в іноземних валютах та банківських металів і змін до деяких нормативно-правових актів НБУ» № 216 від 28.07.2008 р. (далі – Положення № 216), платник для здійснення операції з переказу коштів в іноземній валюті з рахунку подає до уповноваженого банку платіжне доручення в іноземній валюті [9].

Пунктом 3.5 Положення № 216 визначено, що уповноважений банк здійснює переказ коштів в іноземній валюті з рахунків платника в межах залишків коштів в іноземній валюті на цих рахунках на початок операційного дня.

У разі, коли залишок коштів підприємства на його поточному рахунку в іноземній валюті на початок операційного дня є недостатнім для здійснення платежу на користь контрагента-нерезидента, підприємство зобов'язане провести закупівлю потрібної суми іноземної валюти.

Згідно із п. 7 «Положення про здійснення операцій із валютними цінностями» № 2 від 02.01.2019 р. (далі – Положення № 2), суб'єкт валютних операцій (клієнт) для здійснення валютних операцій із купівлі іноземної валюти подає до банку заяву на купівлю іноземної валюти. Заява подається в довільній формі. Реквізити заяви визначаються в договорі банківського рахунку або іншому договорі, укладеному між банком і клієнтом [10].

З метою забезпечення потрібної суми іноземної валюти на поточному рахунку підприємства бухгалтер підприємства ініціює операцію із купівлі потрібної суми валюти шляхом подачі в банк копії договору з нерезидентом та заповненої по валютній операції «Анкети аналізу документів про фінансові операції та їх учасників». Проте після розгляду наданих документів валютним відділом банку він може необґрунтовано відмовити у проведенні валютної операції з купівлі потрібної суми валют.

Головним нормативним документом НБУ, який використовують банки для відмови у проведенні валютних операцій нерезиденту, є Положення № 8. Відповідно до п. 3 цього Положення, уповноважена установа зобов'язана забезпечити всебічний аналіз та перевірку документів (інформації) про валютні операції, якщо подання відповідних документів (інформації) передбачено законодавством України, які є підставою для купівлі іноземної валюти з метою здійснення переказів коштів за межі України, на поточні рахунки нерезидентів.

Уповноважена установа здійснює первинний аналіз документів (інформації) про валютні операції, на які розповсюджуються вимоги цього Положення, до моменту проведення валютної операції з метою виявлення сумнівної валютної операції. Виявлення сумнівної валютної операції може здійснюватися шляхом устанавлення наявності індикатора. За однією валютною операцією може бути встановлено декілька індикаторів (п. 6 Положення № 8).

Згідно із ч. 5 п. 2 Положення № 8, сумнівна валютна операція – це валютна операція, характер або наслідки проведення якої дають підстави вважати, що вона може бути пов'язана з уникненням або невиконанням вимог та обмежень, передбачених законодавством України.

Уповноважена установа в разі устанавлення індикатора здійснює додатковий аналіз документів (інформації) про валютні операції з метою підтвердження або спростування належності валютної операції до сумнівної.

Банк має право здійснювати додатковий аналіз за договором, контрактом, угодою, іншим документом, що застосовується в міжнародній практиці та може вважатися договором, згідно з яким здійснюється валютна операція (п. 8 Положення № 8). Відповідно, банки додатково розробляють програми фінансового моніторингу, які затверджуються рішенням їх правління. Такі програми

можуть містити спеціальні алгоритми визначення ризиковості діяльності клієнта (підприємства), а також виявлення ознак фіктивності чи сумнівності фінансових операцій, які вони здійснюють. Ці алгоритми застосовуються уповноваженими співробітниками банку для проведення поглибленого аналізу клієнта (підприємства) та його валютних операцій у разі виявлення певних ознак їх ризиковості, які перелічені у Положенні № 8.

Проте банк не демонструє порядок роботи таких алгоритмів, методологію та методику аналізу за вказаними алгоритмами, їх математичну точність, повноту охоплення та законність. Банк не наводить жодних даних проведеного аналізу у формі звітів з аналітичними показниками, що вказує на необґрунтованість та недійсність висновків банку про валютну операцію підприємства.

У разі відмови підприємствам у здійсненні валютних операцій банки можуть використовувати 23 індикатори, згідно з Положенням № 8. Найбільш типовими індикаторами, які банки використовують для зазначеної відмови, є:

1) індикатор № 41 «Умови розрахунку за валютною операцією передбачають використання юридичних осіб (компаній-оболонки), які мають ознаки, визначені в рекомендаціях Групи з розроблення фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей (FATF)».

Згідно із пп. 21 п. 5 Постанови Правління НБУ «Положення про здійснення банками фінансового моніторингу» № 65 від 19.05.2020 р., «компанія-оболонка – це юридична особа, траст або інше подібне правове утворення, щодо якої (якого) в банку є обґрунтовані підозри, що її діяльність може бути фіктивною» [11].

Статтею 234 Цивільного кодексу України № 435-IV від 16.01.2003 р. (далі – ЦКУ) зазначено, що фіктивним є правочин, який вчинено без наміру створення правових наслідків, які зумовлювалися цим правочином. Фіктивний правочин визнається судом недійсним [12].

Відповідно, підтвердженням фактичної господарської діяльності контрагента-нерезидента в країні реєстрації є: знаходження за юридичним адресом, наявність офісних приміщень, місця зберігання (складські приміщення), перевезення (міжнародна логістика), адміністративний та технічний персонал, законне право (дозвільні документи та ліцензії) на торгівлю відповідними товарами, відповідність виду його діяльності, профільність господарських операцій та інше. Для документального підтвердження реальності контрагента-нерезидента підприємство вимушено робити запит до нього, щоб останній надав актуальні документи щодо законності його діяльності. Залежно від законодавства країни реєстрації контрагента-нерезидента до таких документів можуть належати: сертифікат юридичної особи з державного реєстру

країни; свідоцтво про підтвердження повноважень, у якому міститься інформація про дійсність існування такої компанії, її добру репутацію та належний правовий статус, про діючий склад посадових осіб компанії, про її місце розташування; протокол засідання ради директорів контрагента-нерезидента щодо випуску нового сертифікату акцій; реєстр випуску акцій контрагента-нерезидента.

Додатковим підтвердженням фактичної господарської діяльності контрагента-нерезидента в країні реєстрації є реальні господарські операції з постачання товарів визначеної номенклатури на користь підприємства та виникнення кредиторської заборгованості перед нерезидентом, згідно з договором поставки. Підтвердженням такого факту є такі бухгалтерські документи:

– вантажно-митна декларація – підтвердження факту придбання підприємством товару від нерезидента та перетину ним кордону України;
– акт звірки взаєморозрахунків – підтвердження розрахунку заборгованості підприємства перед нерезидентом за конкретним договором поставки.

Тому припущення банків про те, що контрагент-нерезидент – це «компанія-оболонка – юридична особа – нерезидент, яка не здійснює фактичної господарської діяльності в країні реєстрації» здебільшого є неправильним. Підприємство на підставі належних доказів (бухгалтерських документів) обґрунтовано може доводити, що контрагент-нерезидент є юридичною особою, яка здійснює законну фактичну господарську діяльність у країні реєстрації.

2) індикатор № 42 «Учасники валютних операцій мають реєстрацію, місце проживання чи місцезнаходження в державах (на території), що включені до сформованого уповноваженою установою списку ризикових держав». Під час встановлення банками такого індикатора вони керуються тільки формальною ознакою – «контрагент-нерезидент за договором поставки має реєстрацію в країні з офшорним статусом». Наприклад: Андорра, Гібралтар, Кайманові Острови, Монако, Панама та інші.

Відповідно до абз. 7 ст. 4 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р. [13], одним із фундаментальних принципів бухгалтерського обліку і фінансової звітності є принцип «превалювання сутності над формою», який вказує на те, що операції обліковуються відповідно до їхньої сутності, а не лише виходячи з юридичної форми. Тому вважати контрагента-нерезидента сумнівним і блокувати на його користь валютну операцію тільки через те, що він є зареєстрований в країні з офшорною зоною – необґрунтовано і неправильно.

3) індикатор № 51 «Виконання зобов'язань за імпорнтними договорами щодо здійснення розрахунків за фактично поставлену продукцію на територію України за митними деклараціями,

оформлення яких було проведено до 01 січня календарного року, який передує моменту здійснення валютної операції».

Під час подачі банку «Анкети аналізу документів про фінансові операції та їх учасників», підприємство в рядку 15 цієї анкети наводить вичерпну інформацію про всі вантажно-митні декларації за договором поставки з контрагентом-нерезидентом. Електронний варіант усіх вантажно-митних декларацій у єдиному пакеті документів разом із «Анкетою аналізу документів про фінансові операції та їх учасників», оборотно-сальдовою відомістю по рахунку 632 «Розрахунки з іноземними постачальниками» та іншими документами про валютну операцію надаються менеджеру банку. Тому встановлювати цей індикатор через формальну відсутність оплати товару за вантажно-митною декларацією з її датою до 01 січня календарного року є проявом упередженого ставлення менеджерів банку.

Пунктом 9 Положення № 8 передбачено, що уповноважена установа під час здійснення додаткового аналізу має право витребувати від суб'єкта валютної операції додаткові документи (інформацію), перелік яких зазначений у додатку до цього Положення, у визначених уповноваженою установою обсягах та у визначені строки. Перелік додаткових документів не є вичерпним. Уповноважена установа самостійно визначає обсяг та перелік додаткових документів. Уповноважена установа має пересвідчитися в чинності (дійсності) додаткових документів та відповідності їх оформлення вимогам законодавства України. Копії додаткових документів, включаючи перекладені українською мовою, мають бути засвідчені в установленому законодавством України порядку та можуть надаватися або в паперовому вигляді, або в електронному.

Уповноважена установа під час здійснення додаткового аналізу повинна оцінювати та враховувати ризики за географічним розташуванням держав (територій) реєстрації, місця проживання чи місцезнаходження учасників валютних операцій на підставі сформованого уповноваженою установою списку ризикових держав (територій) (п. 11 Положення № 8).

Відповідно до п. 13 Положення № 8, додатковий аналіз документів про валютні операції передбачає такі заходи, як: 1) установлення суті та мети валютної операції; 2) установлення відповідності суті валютної операції змісту діяльності її учасників; 3) установлення наявності економічної доцільності валютної операції; 4) установлення достатності реальних фінансових можливостей суб'єкта валютної операції; 5) вивчення інформації про учасників валютної операції; 6) установлення джерел походження коштів суб'єкта валютної операції; 7) установлення кінцевих бенефіціарних власників учасників валютної операції.

Уповноважена установа за результатами проведеного додаткового аналізу з урахуванням ужитих достатніх та адекватних заходів на виконання вимог пункту 13 цього Положення має встановити наявність або відсутність підстав вважати, що ця валютна операція є сумнівною (п. 15 Положення № 8).

За результатом проведеного аналізу банк приймає одне із двох рішень:

1) уповноважена установа здійснює валютну операцію, якщо за результатами проведеного додаткового аналізу відсутні підстави вважати, що ця валютна операція є сумнівною (п. 16 Положення № 8);

2) уповноважена установа за результатами проведеного додаткового аналізу в разі підтвердження, що сумнівна операція пов'язана з уникненням обмежень, установлених законами України, що регулюють відносини у сферах забезпечення національної безпеки, запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, виконання взятих Україною зобов'язань за міжнародними договорами, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, нормативно-правовими актами НБУ щодо запровадження заходів захисту, здійснює відповідні заходи, передбачені цими законами України та актами НБУ (п. 17 Положення № 8).

З урахуванням вищенаведених норм, між банками та підприємствами також існують договірні норми, згідно із якими банки зобов'язані своєчасно здійснювати розрахункові операції відповідно до вимог законодавства України та нормативних актів НБУ, що сукупно регламентують порядок здійснення безготівкових розрахунків в національній та іноземній валюті.

Відповідно до ст. 525 та ст. 526 ЦКУ, зобов'язання повинні виконуватися належним чином відповідно до умов договору та вимог закону. Одностороння відмова від зобов'язання або одностороння зміна його умов не допускаються.

Окремо слід зазначити про фінансові втрати підприємства від необґрунтованого блокування банком валютних операцій на користь контрагента-нерезидента. У разі тривалого (понад 3 роки) блокування валютної операції такі втрати обов'язково виникнуть після включення кредиторської заборгованості до складу доходу звітного періоду. Причиною обов'язкового виникнення таких витрат є імперативні норми бухгалтерського та податкового законодавства України: п. 5 П(с)БО 11 «Зобов'язання»: «якщо на дату балансу раніше визнане зобов'язання не підлягає погашенню, то його сума включається до складу доходу звітного періоду» [14]; п. 15 П(с)БО 15 «Дохід»: «доходом визнається сума зобов'язання, яке не підлягає погашенню» [15]; п. 44.2 ст. 44 Податкового кодексу України № 2755-VI від 02.12.2010 р. (далі – ПКУ) [16]: «Для об'єкта оподаткування плат-

ник податку на прибуток використовує дані бухгалтерського обліку та фінансової звітності щодо доходів, витрат та фінансового результату до оподаткування»; пп. 134.1.1 п. 134.1 ст. 134 ПКУ: «Об'єктом оподаткування податку на прибуток є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування фінансового результату до оподаткування, визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, на різниці, які виникають відповідно до положень цього Кодексу».

Відповідно, вказані наслідки є суттєвими для превентивного захисту фінансових інтересів підприємства, порушення яких провокує банк.

Висновки з проведеного дослідження. Більшість випадків блокування банком валютних операцій підприємств на користь їх іноземних поставальників базується на понятті «ознаки ризикової діяльності». Де «ризик» є суб'єктивною оціночною категорією, вираженою окремою посадовою особою банку, що вказує на відсутність потрібних знань про об'єктивну дійсність підприємства, – суб'єктивне припущення. Відповідно, обвинувачення підприємств не може ґрунтуватися на припущеннях працівників банку.

З метою захисту своїх інтересів підприємства подають банку витребуваний додатковий пакет документів у повному обсязі та належно оформлений, який повинен засвідчити законність та безсумнівність валютної операції. Пропозиції таких гарантій можуть базуватися на таких доказах.

По-перше, суть валютної операції полягає в розрахунку із контрагентом за отримані товари на підставі договору поставки. Метою такої операції є придбання товару для наступного продажу або використання в межах власної господарської діяльності (згідно зі Статутом).

По-друге, підприємство здійснює валютну операцію коштами з власних джерел, які є результатом нарощення реальних фінансових можливостей за рахунок власного капіталу та доходів від господарської діяльності.

По-третє, підтвердженням реальності господарських операцій із придбання товарів від іноземного поставальника та виникнення кредиторської заборгованості в іноземній валюті перед нерезидентом є такі первинні бухгалтерські документи: 1) на придбання товарів: вантажно-митна декларація, СМР та інвойс; 2) на підтвердження розрахунку заборгованості доцільно надати акт звірки взаєморозрахунків між підприємством та іноземним поставальником за попередній звітний період; 3) на відповідність виду економічної діяльності підприємства потрібно надати довідку про КВЕД.

По-четверте, економічна доцільність валютної операції підприємства полягає у погашенні кредиторської заборгованості, уникненні штрафних

санкцій за несвоєчасний розрахунок та закритті кредиторської заборгованості перед нерезидентом в межах терміну позовної давності.

По-п'яте, для підтвердження реальності господарської діяльності нерезидента в країні реєстрації підприємству доцільно надати документи, які вказують на його законну діяльність. До таких документів можна віднести: сертифікат юридичної особи з державного реєстру іноземної держави та посвідчений Міністерством закордонних справ; свідоцтво про підтвердження повноважень; протокол засідання ради директорів нерезидента щодо випуску нового сертифікату акцій корпорації; реєстр випуску акцій компанії. Перелічені документи надаються в копії з офіційним перекладом на українську мову.

Враховуючи вищенаведене, підприємство може довести, що валютна операція є реальною, належно документально оформленою, безсумнівною і звичайною господарською операцією на виконання умов договору перед нерезидентом. Тобто підстави вважати зазначену валютну операцію сумнівною відсутні.

Перспективою подальших досліджень наведеної проблеми є створення альтернативних способів вирішення конфліктних ситуацій між підприємством і банком з приводу блокування валютних операцій для нерезидентів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бухтіарова А.Г., Тетерева О.Ю. Фінансовий моніторинг як інструмент детінізації банківської системи. *Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка*. 2019. № 3. С. 59–65.
2. Дідківська Г.В., Чухрай Т.П. Первинний фінансовий моніторинг при розслідуванні злочинів у кредитно-фінансовій сфері органами, що здійснюють контроль за додержанням податкового законодавства. *Журнал східноєвропейського права*. 2019. № 69. С. 100–104.
3. Лучникова Т.П., Безбожна А.О. Валютні операції як основа валютного ринку. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. 2017. № 14. С. 131.
4. Першин В.Г. Державний фінансовий моніторинг: загальні правові характеристики. *Публічне право*. 2019. № 2. С. 70–74.
5. Портненко О.С., Новицька Н.О., Волошина-Сідей В. В. Дія Закону про фінансовий моніторинг та зміни для клієнтів банків. *Соціально-гуманітарний вісник*. 2020. Вип. 32–33. С. 226–228.
6. Романченко Ю.О. Фінансовий моніторинг як інструмент запобігання легалізації злочинних доходів. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2017. № 1. С. 69–75.
7. Шевчик О.С. Валютні операції як об'єкт валютного контролю. *Форум права*. 2012. № 2. С. 763–768.
8. Положення про порядок здійснення повноваженнями установами аналізу та перевірки документів про валютні операції: Постановою Правління НБУ від 02.01.2019 р. № 8 / Національний банк України. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0008500-19#Text> (дата звернення: 19.10.2020).

9. Положення про порядок виконання банками документів на переказ, примусове списання і арешт коштів в іноземних валютах та банківських металів і змін до деяких нормативно-правових актів НБУ: Постанова Правління НБУ від 28.07.2008 р. № 216/ Національний банк України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0910-08#Text> (дата звернення: 19.10.2020).

10. Положення про здійснення операцій із валютними цінностями: Постанова Правління НБУ від 02.01.2019 р. № 2 / Національний банк України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0002500-19#Text> (дата звернення: 19.10.2020).

11. Положення про здійснення банками фінансового моніторингу: Постанова Правління НБУ від 19.05.2020 р. № 65 / Національний банк України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0065500-20#Text> (дата звернення: 19.10.2020).

12. Цивільного кодексу України № 435-IV від 16.01.2003 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 19.10.2020).

13. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 19.10.2020).

14. П(с)БО 11 «Зобов'язання»: Наказ МФУ від 31.01.2000 р. № 20 / Міністерство фінансів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00> (дата звернення: 19.10.2020).

15. П(с)БО 15 «Дохід»: Наказ МФУ від 29.11.1999 р. № 290 / Міністерство фінансів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99> (дата звернення: 19.10.2020).

16. Податкового кодексу України № 2755-VI від 02.12.2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 19.10.2020).

REFERENCES:

1. Bukhtiarova A.H., Tietierieva O.Yu. (2019) Finansovyi monitorynh yak instrument detinizatsii bankivskoi systemy [Financial monitoring as a tool for de-shadowing the banking system]. *Visnyk Sumskoho derzhavnogo universytetu. Seriya: Ekonomika*, no. 3, pp. 59–65.

2. Didkivska H.V., Chukhrai T.P. (2019) Pervynnyi finansovyi monitorynh pry rozsliduvanni zlochyniv u kredytno-fiansovii sferi orhanamy, shcho zdiisniuiut kontrol za doderzhanniam podatkovoho zakonodavstva [Primary financial monitoring in the investigation of crimes in the credit and financial sphere by bodies supervising compliance with tax legislation]. *Zhurnal skhidnoievropeiskoho prava*, no. 69, pp. 100–104.

3. Luchnykova T.P., Bezbozhna A.O. (2017) Valiutni operatsii yak osnova valiutnoho rynku [Currency transactions as the basis of the foreign exchange market]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal "Internauka"*, no. 14, pp. 131.

4. Pershyn V.H. (2019) Derzhavnyi finansovyi monitorynh: zahalni pravovi kharakterystyky [State financial

monitoring: general legal characteristics]. *Publichne pravo*, no. 2, pp. 70–74.

5. Portnenko O.S., Novytska N.O., Voloshyna-Sidei V.V. (2020) Diia Zakonu pro finansovyi monitorynh ta zminy dlia kliientiv bankiv [Effect of the Law on Financial Monitoring and Changes for Bank Clients]. *Sotsialno-humanitarnyi visnyk*, vol. 32–33, pp. 226–228.

6. Romanchenko Yu.O. (2017) Finansovyi monitorynh yak instrument zapobihannia lehalizatsii zlochynnykh dokhodiv [Financial monitoring as a tool to prevent money laundering]. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*, no. 1, pp. 69–75.

7. Shevchuk O.S. (2012) Valiutni operatsii yak ob'iekt valiutnoho kontroliu [Currency transactions as an object of currency control]. *Forum prava*, no. 2, pp. 763–768.

8. Polozhennia pro poriadok zdiisnennia upovnovazhenymy ustanovamy analizu ta perevirky dokumentiv pro valiutni operatsii: Postanovoiu Pravlinnia NBU [Regulations on the procedure for analysis and verification of documents on foreign exchange transactions by authorized institutions: Resolution of the NBU Board]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0008500-19#Text> (accessed 19 October 2020).

9. Polozhennia pro poriadok vykonannia bankamy dokumentiv na perekaz, prymusove spysannia i aresht koshtiv v inozemnykh valiutakh ta bankivskykh metaliv i zmin do deiakykh normatyvno-pravovykh aktiv NBU: Postanova Pravlinnia NBU [Regulations on the procedure for execution by banks of documents for transfer, forced write-off and seizure of funds in foreign currencies and bank metals and amendments to certain regulations of the NBU: Resolution of the NBU Board]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0910-08#Text> (accessed 19 October 2020).

10. Polozhennia pro zdiisnennia operatsii iz valiutnykh tsinnostiamy: Postanova Pravlinnia NBU [Regulations on currency transactions: Resolution of the NBU Board]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0002500-19#Text> (accessed 19 October 2020).

11. Polozhennia pro zdiisnennia bankamy finansovoho monitorynhu: Postanova Pravlinnia NBU [Regulations on financial monitoring by banks: Resolution of the NBU Board]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0065500-20#Text> (accessed 19 October 2020).

12. Tsyvilnoho kodeksu Ukrainy [Of the Civil Code of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (accessed 19 October 2020).

13. Pro bukhgalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini: Zakon Ukrainy [On Accounting and Financial Reporting in Ukraine: Law of Ukrai]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (accessed 19 October 2020).

14. P(s)BO 11 «Zoboviazannia»: Nakaz MFU. [N(r)A 11 «Obligation»: Order of MFU]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00> (accessed 19 October 2020).

15. P(s)BO 15 «Dokhid»: Nakaz MFU. [N(r)A 15 «Income»: Order of MFU]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99> (accessed 19 October 2020).

16. Podatkovooho kodeksu Ukrainy [Tax Code of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (accessed 19 October 2020).

ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЕРАТИВНОГО КОНТРОЛЮ В СИСТЕМІ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

ORGANIZATION OF OPERATIONAL CONTROL IN THE INTERNAL CONTROL SYSTEM AT ENTERPRISES

У статті розглянуто підходи науковців до деяких аспектів організації внутрішнього, зокрема оперативного, контролю на підприємствах. Особливу увагу приділено вивченню різних форм організації функціонування контрольних підрозділів. В результаті дослідження доведено, що в організаційній структурі має бути відділ внутрішнього контролю, що підпорядкований безпосередньо керівнику підприємства. Запропоновано його склад, що включає керівника відділу та внутрішніх контролерів (внутрішнього контролера та оперативного контролера). Визначено їх функціональні обов'язки. Такий структурний склад відділу та розроблене регламентне забезпечення з організації оперативного контролю підвищать ефективність проведення оперативного контролю фактичного стану об'єктів та здійснення господарських процесів. Це дасть змогу виявляти перспективні напрями розвитку та надавати рекомендації щодо поліпшення діяльності підприємства.

Ключові слова: внутрішній контроль, оперативний контроль, підприємство, організація контролю, відділ внутрішнього контролю, оперативний контролер.

В статье рассмотрены подходы ученых к некоторым аспектам организации внутреннего, в частности оперативного, контроля на предприятиях. Особое внимание уделено изучению различных форм организации функционирования контрольных подразделений. В результате исследования доказано, что в организационной структуре должен быть отдел внутреннего контроля, подчиненный непосредственно руководителю предприятия. Предложен его состав, включающий руководителя отдела и внутренних контролеров (внутреннего контролера и оперативного контролера). Определены их функциональные обязанности. Такой структурный состав отдела и разработанное регламентное обеспечение по организации оперативного контроля повысят эффективность проведения оперативного контроля фактического состояния объектов и осуществления хозяйственных процессов. Это позволит выявлять перспективные направления развития и предоставлять рекомендации по улучшению деятельности предприятия.

Ключевые слова: внутренний контроль, оперативный контроль, предприятие, организация контроля, отдел внутреннего контроля, оперативный контролер.

УДК 332.025.12:005.935

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-40>

Старенька О.М.

к.е.н., старший викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту Одеський національний економічний університет

Starenka Olha

Odessa National Economic University

The operating conditions of most enterprises require an internal control system, including operational control, which will promptly respond to the negative impacts of external and internal environment and will allow making informed management decisions that provide competitive advantages. A well-functioning operational control system will not only identify shortcomings in a timely manner, but also promptly eliminate them and prevent their manifestations in the future. Therefore, it is important to effectively organize operational control in the internal control system with a clear statement of tasks that will meet the information needs of managers. This paper discusses the approaches of scientists to some aspects of the organization of internal control, in particular operational control, at enterprises. Particular attention was paid to the analysis of various forms of organization of the control units' functioning. The study proved that the organizational structure should have an internal control department, which is directly subordinated to the head of the enterprise, interconnected with all its structural subdivisions, which should timely receive information from them about deviations, identify the reasons and provide operational information that will help resolve the situation. The composition of the internal control department is proposed, which includes the head of the department and internal controllers (an internal controller and an operational controller). Their functional responsibilities have been determined. It is noted that an operational controller should carry out operational control of possible deviations, taking into account their further influence on business results, analyze the results of control, provide the head with information on shortcomings in the work of structural divisions and give proposals for their elimination. Such a structural composition of the department and developed regulatory support for the organization of operational control will increase the efficiency of operational control of the actual state of facilities and the implementation of economic processes. This will identify promising areas of development and give recommendations for improving the activities of an enterprise.

Key words: internal control, operating control, enterprise, organization, control organization, internal control department, operational supervisor.

Постановка проблеми. Побудова дієвої та ефективної системи оперативного контролю, що є підсистемою внутрішнього контролю, безпосередньо залежить від особливостей загальної структури управління підприємством. Впровадження такої системи є складним завданням для керівників, оскільки супроводжується великими організаційними та структурними змінами, але її відсутність передбачає великий ризик одержання недостовірної інформації та неефективної діяльності підприємства. Умови функціонування багатьох підприємств вимагають побудови системи оперативного контролю, що дасть змогу не лише своєчасно реагувати на негативні впливи внутрішнього та зовнішнього середовища, але й приймати

обґрунтовані управлінські рішення, що забезпечать конкурентні переваги підприємства. У зв'язку з цим актуальності набуває питання впровадження на підприємствах злагодженої та ефективної організації оперативного контролю в системі внутрішнього контролю з чіткою постановкою завдань, що будуть задовольняти інформаційні потреби керівників, тому великого значення набуває дослідження організації оперативного контролю в системі внутрішнього контролю на підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організації контролю на підприємствах висвітлювались у працях таких науковців, як Н.Г. Виговська [1], М.Й. Гедз [2], Т.О. Каменська [3], О.М. Олійник [4], В.П. Пантелеев [5], С.М. Петренко

[6], Ю.С. Погорелов [7]. У своїх дослідженнях вони вирішили значний спектр проблем, але стосовно форми здійснення контролю на підприємствах пропонують різні підходи, отже, досі незрозуміло, як саме необхідно його здійснювати.

Заслужують на увагу, які, однак, не завжди є однозначними, результати, отримані в цьому напрямі науковцями, що проводили дослідження безпосередньо щодо оперативного контролю. Зокрема, Б.І. Валуєв наголошує на тому, що з точки зору організації та інших характеристик оперативний контроль – це звичайний контроль, тільки зі зміщенням часового акценту [8, с. 35]. С.А. Кошкарів, В.І. Бачинський та П.О. Куцик вказують на те, що організація оперативного контролю залежить від організації всієї системи оперативного управління [9, с. 186]; К.П. Мельник наводить своє визначення стосовно дослідження організації оперативного контролю [10]. Науковці висвітлюють по-різному своє бачення цього питання, але не вказують конкретно на те, як безпосередньо має здійснюватися оперативний контроль на підприємствах. Однак, не зменшуючи цінності одержаних результатів науковців під час вивчення різних аспектів організації контролю, доцільним вважаємо визначення форми здійснення оперативного контролю в системі внутрішнього контролю, що сприятиме здійсненню ефективного контролю, дасть змогу виявляти перспективні напрями розвитку та надавати рекомендації щодо поліпшення діяльності підприємства.

Постановка завдання. Мета статті полягає в тому, щоб оцінити відомі нам пропозиції, що визначають шляхи вдосконалення організаційної структури з точки зору можливостей розвитку системи внутрішнього, зокрема оперативного, контролю, та запропонувати підхід, який дасть змогу це завдання вирішити.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організаційні аспекти здійснення контролю постійно перебувають у центрі уваги науковців. Так, В.П. Пантелеєв наводить перелік основних засад організації внутрішнього контролю підприємства, що охоплює її основні аспекти. Під час його формування відображаються два підходи до проведення контролю, а саме традиційний, коли контроль ґрунтується на встановленні відхилень від норм та правил, та цільовий, що включає контроль ключових об'єктів та точок контролю. Науковець наголошує на тому, що під час впровадження цих засад необхідно враховувати основні положення внутрішнього контролю, якими є пріоритетність вагомих областей контролю, прийнятність методології, суцільність, ефективність та системність внутрішнього контролю [5, с. 20]. Однак це не пояснює, як безпосередньо запропоновані засади необхідно застосовувати в діяльності підприємств.

М.Й. Гедз вказує на те, що систему контролю необхідно організувати з урахуванням віддачі від її функціонування. Він пояснює, що витрати на створення та підтримку функціонування системи з урахуванням упущеної вигоди від альтернативного вкладення коштів, що спрямовані на її створення й підтримку, не мають перевищувати очікуваних збитків за її відсутності [2, с. 81]. Дійсно, коли пропонується впровадження нових структурних підрозділів, необхідно прораховувати їх ефективність.

Інші науковці вказують на те, що організація внутрішньогосподарського контролю має бути єдиною цілісною системою взаємопов'язаних методів, прийомів та способів, які охоплюють весь комплекс контрольних процедур, що починаються з формування інформаційної бази, проведення необхідних контрольних дій та закінчуються узагальненням результатів контролю [7, с. 136]. Вони запропонували на підприємствах створювати службу внутрішнього контролю, що має здійснювати перевірку ефективності роботи та контролю за її діяльністю.

О.М. Олійник, А.С. Чкан, О.В. Волкова рекомендували створення в структурі підприємства відділу економічної безпеки та аудиту, який забезпечить побудову комплексу стратегічних, оперативних і тактичних заходів, що спрямовані на захист підприємства від внутрішніх та зовнішніх загроз [4, с. 219]. Автори пропонують це тільки для одного конкретного підприємства, але не пояснюють, чи доцільна ця рекомендація стосовно інших промислових підприємств.

Т.О. Каменська пропонує такі способи створення служби внутрішнього контролю: багатофункціональний департамент, що охоплює діяльність усього підприємства та включає підрозділи внутрішнього контролю й внутрішнього аудиту, підрозділ з управління ризиками, низку аналітичних і контролерських підрозділів підприємства; окремий структурний підрозділ в організаційній структурі підприємства, що взаємодіє з іншими підрозділами, які частково виконують функції контролю. Ця служба має бути наділена відповідними повноваженнями та правами [3, с. 393].

С.М. Петренко відповідно до свого дослідження виділяє службу контролінгу та службу внутрішнього аудиту [6]. Науковець використовує досвід закордонних компаній та адаптує його до вітчизняних підприємств.

Щодо акціонерних товариств Н.Г. Виговська виділяє такі форми організації системи внутрішньогосподарського контролю, як служба внутрішньогосподарського контролю (внутрішнього аудиту), структурно-функціональна форма внутрішньогосподарського контролю, поєднання служби внутрішньогосподарського контролю (внутрішнього аудиту) та структурно-функціональ-

ної форми внутрішньогосподарського контролю, контрольно-ревізійна служба [1, с. 365].

Організація оперативного контролю в системі управління розглядається науковцями дуже рідко та фрагментарно. Визначають його сутність як засіб швидкого реагування на ненормативний або незапланований хід економічних подій та інструмент для протидії їм [11, с. 7]. Наголошується на тому, що організація оперативного контролю – це комплекс цілеспрямованих заходів, впорядкованих за характером здійснення й термінами проведення, що відповідає поточній господарській ситуації та потребам управління на кожен момент [10, с. 163], а також залежить від організації всієї системи оперативного управління [9, с. 186]. В їх дослідженнях наводиться модель організації оперативного контролю для ефективного процесного управління діяльністю підприємства, яка включає такі три етапи: постачання та зберігання ресурсів, виробниче споживання та реалізація готової продукції. Відповідно до виділених етапів виділяють напрями оперативного контролю [9, с. 187]. Ця модель враховує контроль основних виробничих процесів, але не торкається інших сфер діяльності, які також відіграють важливу роль у забезпеченні стабільності та безперервності процесу виробництва.

Нині на законодавчому рівні не встановлено, у якій формі має організовуватися контроль на підприємстві, тому дослідники називають їх по-різному, частіше орієнтуючись на практику інших країн. Керівники підприємств, спираючись на рекомендації науковців, намагаються створити такі служби, але здебільшого практичність наукових пропозицій залишається сумнівною.

Вважаємо, що недосконала організація контролю на промислових підприємствах є однією з причин появи великої кількості збиткових підприємств. Безперечно, існує багато факторів, які привели до такої ситуації, зокрема надмірне податкове навантаження, зниження попиту на продукцію в умовах обмеження ринків збуту, недостатня кількість оборотних засобів, недосконалість законодавчої бази. Однак, на нашу думку, однією з головних проблем на мікроекономічному рівні є відсутність у системі управління підприємством підсистеми оперативного управління, зокрема ефективного системи контролю.

Головними причинами відсутності системи внутрішнього контролю на підприємстві є такі:

- гальмування інтеграції нового відділу в наявну на підприємстві організаційну структуру керівниками різних підрозділів, деякі з яких не вважають необхідним змінювати порядок розпорядження інформацією, взаємодії підрозділів та втрачати свої власні повноваження; вони не погоджуються надавати інформацію, що виробляється їх підрозділами, на загальне обговорення, щоб

не втратити свої переваги в управлінні підприємством;

- відсутність дієвих інструментів для функціонування відділу внутрішнього контролю (далі – ВВК), на підприємствах існують різні інформаційні системи, які здебільшого не пов'язані між собою; якщо нічого не змінювати й створити ВВК, то він буде займатися виключно тим, що витратить час на пошук і переробку інформації для створення звіту, актуальність якого може втратитися до моменту його створення; для ефективної роботи ВВК необхідна комплексна інформаційна система;

- відсутність кваліфікованого персоналу; дуже важко знайти кваліфікованого спеціаліста; незважаючи на те, що випускники економічних закладів вищої освіти одержують базові знання з економічних дисциплін, цього недостатньо, необхідно мати практичний досвід і розуміти весь цикл процесів, що здійснюється на підприємстві: від постачання, виробництва до реалізації, щоб надати змістовну, достовірну, оперативну інформацію, яка буде використана для прийняття оперативних рішень.

Отже, для того, щоб усунути всі ці причини, необхідно:

- правильно спроектувати структуру відділу внутрішнього контролю та інтегрувати її в організаційну структуру підприємства;

- підібрати кваліфіковані кадри, сформувати команду;

- впровадити на підприємстві доцільну інформаційну систему.

Ефективна робота структурних підрозділів має бути налагоджена завдяки оперативним інформаційно-управлінським взаємозв'язкам між підрозділами. Інформація, створена в одному підрозділі, може використовуватися іншими. Якщо ця інформація недостовірною або несвоєчасно створена, це може призвести до виникнення збоїв у роботі інших підрозділів.

Отже, для ефективного управління промисловим підприємством необхідна оперативна інформація, що має бути належним чином організована з урахуванням горизонтальних та вертикальних взаємозв'язків. Відповідно, на підприємствах повинен існувати відділ внутрішнього контролю, що є самостійним структурним підрозділом підприємства, який займається контролем його фінансово-господарської діяльності та безпосередньо підпорядковується керівникові підприємства. Однак інформація, що має надаватися, має більш узагальнений характер. Вона констатує факт про вже здійснені господарські операції, і на той момент, коли виявлено відхилення, неможливо щось змінити та виправити. Задля оперативного управління необхідна інформація в режимі реального часу, яка буде повідомляти про стан об'єктів в момент виникнення цих відхилень, що дасть змогу швидко надати цю інформацію в систему опера-

тивного управління, проаналізувати та оперативно зреагувати, без порушення виробничого процесу.

Результати дослідження підприємств свідчать про те, що на деяких з них діють відділи, що здійснюють контроль, але необхідно переорієнтувати їх роботу на визначення фактичного стану об'єктів, що контролюються, та спрямувати їх на проведення ефективного оперативного контролю, тому необхідно переглянути та уточнити права, обов'язки та відповідальність працівників. Обстеження практичної діяльності підприємств довело, що на деяких з них існують положення, посадові інструкції, що регламентують порядок організації контролю, але не завжди їх зміст достатній для визначення завдань та обов'язків суб'єктів контролю.

Для організації належної контрольної роботи на підприємстві запропоновано використовувати такі внутрішні регламенти, як положення про відділ внутрішнього контролю, тобто головний регламент, що визначає склад, організаційні засади функціонування відділу, взаємозв'язок між суб'єктами внутрішнього, зокрема оперативного, контролю; посадові інструкції всіх працівників відділу внутрішнього контролю, де зазначено завдання, права, посадові обов'язки, відповідальність, кваліфікаційні вимоги до працівників.

Однак чинні регламенти необхідно доповнити додатковими обов'язками та завданнями для працівників виробництва, що ґрунтуються безпосередньо на оперативній передачі даних про фактичний стан, використання, оприбуткування та зберігання підконтрольних об'єктів оперативному контролеру, що формує оперативні зведення, на основі яких вище керівництво та керівники структурних підрозділів можуть своєчасно приймати управлінські рішення.

Для ефективного здійснення оперативного контролю персонал відділу внутрішнього контролю має бути кваліфікованим, професійно підготовленим та зацікавленим у належному здійсненні контрольних процедур.

Дослідження діяльності підприємств дало змогу визначити склад відділу внутрішнього контролю, що включає керівника відділу та внутрішніх контролерів (внутрішнього контролера та оперативного контролера). На нашу думку, на посаду керівника відділу внутрішнього контролю має призначатися фахівець, який має вищу освіту за ступенем магістра та за відповідною галуззю знань. Стаж роботи на керівних посадах має становити не менше п'яти років. Керівник відділу призначається на посаду й звільняється з неї керівником підприємства. В його функціональні обов'язки мають входити такі завдання, як ініціювання та вдосконалення організації і методики оперативного контролю, забезпечення вчасної передачі інформації про фактичний стан об'єктів,

що контролюються, між структурними підрозділами підприємства.

Внутрішній контролер має вживати таких заходів фактичного контролю, як інвентаризація, обстеження, огляди, контрольні заміри, контрольний запуск матеріалів у виробництво, щоб визначити реальний стан речей, а також документальний контроль для визначення правильності заповнення первинних документів та їх відповідності реальним подіям. До його функціональних обов'язків необхідно віднести оперативне виявлення відхилень фактичного стану об'єктів від установлених планів, норм та нормативів; своєчасне узагальнення результатів контролю та передачу керівнику відділу для прийняття оперативних рішень та застосування певних заходів та оперативному контролеру для здійснення оперативного аналізу одержаної інформації.

Оперативний контролер має забезпечити тісну співпрацю з різними структурними підрозділами підприємства, одержувати від них інформацію про виконання позмінних, добових планових завдань, контролювати виконання плану виробництва продукції у визначені терміни, аналізувати інформацію та подавати звіти керівнику про виконання запланованого та надходження готової продукції за минулу добу. Він здійснює оперативний контроль можливих відхилень, враховуючи їх подальший вплив на результати господарської діяльності, аналізує результати контролю та надає керівнику інформацію про недоліки, виявлені у роботі структурних підрозділів, а також пропозиції щодо їх усунення. Він використовує різні засоби передачі інформації. Такий структурний склад відділу та розроблене регламентне забезпечення з організації оперативного контролю підвищать ефективність проведення оперативного контролю фактичного стану об'єктів та здійснення господарських процесів.

Керівники виробничих підрозділів, інші спеціалісти та працівники мають не бути штатними працівниками відділу, а тільки долучатися до здійснення окремих оглядів та перевірок. Це дасть змогу зменшити витрати на утримання відділу та забезпечити якість перевірок завдяки долученню керівників та спеціалістів виробничих підрозділів, що добре знають технологічний процес виробництва промислової продукції. Рекомендовану структуру відділу внутрішнього контролю на підприємстві представлено на рис. 1.

Рекомендована нами структура відділу внутрішнього контролю сприятиме ефективному здійсненню оперативного контролю на підприємстві, а запропоновані регламенти щодо організації оперативного контролю мають забезпечити раціональне використання ресурсів на підприємствах, їх виконання та дотримання має бути запорукою примноження та збереження майна власника.

Висновки з проведеного дослідження. Задля вдосконалення процесу організації оперативного контролю в системі внутрішнього контролю на підприємствах доцільно створити спеціальний підрозділ у структурі підприємства, а саме відділ внутрішнього контролю, в якому необхідно чітко розподілити права та обов'язки персоналу, особливу увагу приділити здійсненню оперативного контролю. Це сприятиме здійсненню ефективного контролю, дасть змогу виявляти перспективні напрями розвитку та надавати рекомендації щодо поліпшення діяльності підприємства. Правильна організація оперативного контролю дасть змогу ефективно використовувати обмежені ресурси підприємств та досягати значного ефекту.

Отже, добре організована система контролю дасть змогу не тільки своєчасно виявляти недоліки у діяльності промислового підприємства, але й здійснювати їх оперативне усунення та запобігати їхнім проявам у майбутньому.



Рис. 1. Рекомендована структура відділу внутрішнього контролю на підприємстві

Джерело розроблено автором

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Виговська Н.Г. Господарський контроль в Україні: теорія, методологія, організація : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2008. 529 с.
2. Гедз М.Й. Методологічні та організаційні основи управлінського контролю на підприємстві. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2015. № 3. С. 80–85. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhastat_2015_3_13 (дата звернення: 21.10.2020).
3. Каменська Т.О. Внутрішній аудит: сучасний погляд : монографія. Київ : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2010. 499 с.
4. Олійник О.М., Чкан А.С., Волкова О.В. Організаційне забезпечення контролю в системі економічної безпеки машинобудівного підприємства. *Економічний форум*. 2016. № 3. С. 216–220. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2016_3_33 (дата звернення: 20.10.2020).
5. Пантелеєв В.П. Засади організації внутрішнього контролю підприємств. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2017. № 1–2. С. 15–22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhastat_2017_1-2_4 (дата звернення: 19.10.2020).
6. Петренко С.М. Внутрішній контроль: проблеми інформаційного, організаційного та методологічного розвитку : монографія. Донецьк : Світ книги, 2013. 503 с.
7. Погорелов Ю.С., Миронова Ю.Ю., Мазурьонк В.В. Організація внутрішньогосподарського контролю на промислових підприємствах. *Економіка і регіон*. 2015. № 4. С. 135–139. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2015_4_25 (дата звернення: 21.10.2020).

nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2015_4_25 (дата звернення: 21.10.2020).

8. Валуев Б.И., Горлова Л.П., Зернов Е.Л. и др. Оперативный контроль экономической деятельности предприятия. Москва : Финансы и статистика, 1991. 224 с.

9. Кошкарров С.А., Бачинський В.І., Куцик П.О. Внутрішньогосподарський оперативний облік і контроль у системі управління діяльністю виробничих підприємств. Чернівці : Золоті литаври, 2012. 264 с.

10. Мельник К.П. Наукові підходи до організації контрольно-управлінської діяльності підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 1 (06). С. 160–164. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/1_06_uk/31.pdf (дата звернення: 19.10.2020).

11. Melnyk K., Shmatkovska T. Fundamentals of the Theory and Methodology of Operational Control. *British Journal of Economics, Management & Trade*. 2016. № 14 (4). P. 1–12. URL: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/11910/1/Melnyk1442016BJEMT28050.pdf> (дата звернення: 19.10.2020).

REFERENCES:

1. Vyhovska, N.H. (2008). *Hospodarskyi kontrol v Ukraini: teoriia, metodolohiia, orhanizatsiia* [Economic control in Ukraine: theory, methodology, organization]. Zhytomyr: ZhDTU.
2. Gedz, M.Y. (2015). *Metodologichni ta organizatsiini osnovy upravlinskogo kontroliu na pidpriemstvi* [Methodological and organizational bases of manage-

ment control at the enterprise]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu*, (3), 80–85. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhas-tat_2015_3_13 (accessed 21 October 2020).

3. Kamenska, T.O. (2010). *Vnutrishnii aulyt: suchasnyi pohliad* [Internal audit: a modern view]. Kyiv: DP “Informatsiino-analitychne ahentstvo”.

4. Oliinyk, O.M. (2016). *Organizatsiine zabezpechenia kontroliu v systemi ekonomichoi bezpeky mashinobudivnogo pidpriemstva* [Organizational support in the system of economic security of the machine-building enterprise]. *Economichnyi forum*, (3), 216–220. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2016_3_33 (accessed 20 October 2020).

5. Panteleiev, V.P. (2017). *Zasady organizatsii vnutrishnogo kontroliu pidpriemstv* [Principles of organization of internal control of enterprises]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu*, (1–2), 15–22. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvhas-tat_2017_1-2_4 (accessed 19 October 2020).

6. Petrenko, S.M. (2013). *Vnutrishnii kontrol: problemy informatsiinoho, orhanizatsiinoho ta metodolohichnoho rozvytku* [Internal control: problems of information, organizational and methodological development]. Donetsk: Svit knyhy.

7. Pogorelov, Yu.S. (2015). *Organizatsiia vnutrishno-gospodarskogo kontroliu na promyslovykh pid-*

priemstvakh [Organization of internal economic control at industrial enterprises]. *Ekonomika i region*, (4), 135–139. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2015_4_25 (accessed 21 October 2020).

8. Valuev, B.Y., Horlova, L.P., Zernov, E.L. et al. (1991). *Operativnyi kontrol ekonomicheskoi deiatelnosti predpriatiia* [Operational control of the economic activity of the enterprise]. Moskva: Finansy i statistika.

9. Koshkarov, S.A., Bachynskyi, V.I., Kutsyk, P.O. (2012). *Vnutrishnohospodarskyi operatyvnyi oblik i kontrol u systemi upravlinnia diialnistiu vyrobnychkh pidpriemstv* [Internal operational accounting and control in the management system of production enterprises]. Chernivtsi: Zoloti lytavry.

10. Melnyk, K.P. (2018). *Naukovi pidkhody do organizatsii kontrolno-upravlinskoii diialnosti pidpriemstva* [Scientific approaches to the organization of control and management activities of the enterprise]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk*, (1(06)), 160–164. Retrieved from: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/1_06_uk/31.pdf (accessed 19 October 2020).

11. Melnyk, K. (2016). *Fundamentals of the Theory and Methodology of Operational Control*. *British Journal of Economics, Management & Trade*. (14(4)). 1–12. Retrieved from: <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/11910/1/Melnyk1442016BJEMT28050.pdf> (accessed 19 October 2020).

РОЗДІЛ 8. СТАТИСТИКА

СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

STATISTICAL ASSESSMENT OF THE STATE AND TRENDS OF DEVELOPMENT DAIRY MARKET OF UKRAINE

Зроблено оцінку стану ринку молока в Україні як одного із провідних напрямів продовольчої безпеки країни. Проведено аналіз розвитку ринку молока та продуктів його переробки як частини агропромислового комплексу, а також виявлені можливості та тенденції подальшого його розвитку на сучасному етапі ринкової економіки. Метою статті є дослідження динамічних змін та нестабільного ринкового середовища виробників молока та підприємств переробної промисловості й обґрунтування на цій основі можливостей підвищення ефективності функціонування ринку молокопродукції. На основі даних спостереження і статистико-економічних методів аналізу функціонування сфери виробництва і переробки молока виявлено тенденції та екстраполяцію стану ринку молокопродукції країни. Сучасний ринок молока України порівняно з розвинутими країнами програв за головними показниками ефективності виробництва: продуктивністю праці, техніко-технологічною забезпеченістю, енергомісткістю, продуктивністю тварин. Тому в усіх без винятку галузях слід вести виробництво на основі науково обґрунтованих, економічно виважених систем і технологій, які максимально враховують природно-кліматичні умови, потенціал регіону і країни у світовій економіці, та вивчати кращий світовий досвід.

Ключові слова: сільськогосподарське виробництво, продукція, переробне підприємство, ефективність, рентабельність, ціна, імпорт, експорт, тенденції, екстраполяція.

Произведена оценка состояния рынка молока в Украине как одного из ведущих

направлений продовольственной безопасности страны. Проведен анализ развития рынка молока и продуктов его переработки как части агропромышленного комплекса, а также выявлены возможности и тенденции дальнейшего его развития на современном этапе рыночной экономики. Целью статьи является исследование динамических изменений и нестабильной рыночной среды производителей молока и предприятий перерабатывающей промышленности и обоснование на этой основе возможностей повышения эффективности функционирования рынка молочной продукции. На основе данных наблюдения и статистико-экономических методов анализа функционирования сферы производства и переработки молока выявлены тенденции и экстраполяция состояния рынка молочной продукции. Современный рынок молока Украины по сравнению с развитыми странами проигрывает по главным показателям эффективности производства: производительности труда, технико-технологической обеспеченности, энергоёмкости, производительности животных. Поэтому во всех без исключения отраслях следует вести производство на основе научно обоснованных, экономически взвешенных систем и технологий, которые максимально учитывают природно-климатические условия, потенциал региона и страны в мировой экономике, и изучать лучший мировой опыт.

Ключевые слова: сельскохозйственное производство, продукция, перерабатывающее предприятие, эффективность, рентабельность, цена, импорт, экспорт, тенденции, экстраполяция.

УДК 311: 637.1:339.13

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-41>

Рудич А.І.

к.е.н., доцент, завідувач кафедри економічної теорії

та економічних досліджень

Полтавська державна аграрна академія

Rudych Alla

Poltava State Agrarian Academy

An assessment of the state of the milk market in Ukraine as one of the leading areas of food security in the country. An analysis of the development of the market of milk and products of its processing as part of the agro-industrial complex, as well as identified opportunities and trends for its further development at the present stage of a market economy. The aim of the study is to study the dynamic changes and unstable market environment of milk producers and processing enterprises and to substantiate on this basis the possibilities of improving the efficiency of the dairy market. Based on observation data and statistical and economic methods of analysis of the functioning of the sphere of milk production and processing, trends and extrapolation of the state of the dairy market of the country are revealed. In Ukraine, both in the food and dairy markets, there are prerequisites for reducing the level of domestic milk production. However, this situation is characterized, first of all, by high prices for both raw materials and finished dairy products. This provides an opportunity for Ukrainian dairy producers to increase production volumes by creating their own raw material base, including by building efficient dairy cooperatives and an optimal logistics system for the dairy market. Which, in turn, will allow to produce high quality dairy products, which will form the domestic market and ensure the efficiency of dairy production. The priority and main task of the development of the milk market in Ukraine should be: the formation of a pricing policy that would encourage Ukrainian producers to produce quality, safe and competitive products and establish price parity between producers of raw materials, processing enterprises and trade organizations. The modern milk market of Ukraine in comparison with the developed countries, loses on the main indicators of efficiency of production: labor productivity, technical and technological maintenance, energy consumption, productivity of animals. Therefore, in all industries without exception, production should be conducted on the basis of scientifically sound, economically sound systems and technologies that take into account the natural and climatic conditions, the potential of the region and the country in the world economy and study the best world experience.

Key words: agricultural production, products, processing enterprise, efficiency, profitability, price, import, export, tendencies, extrapolation.

Постановка проблеми. Сьогодні функціонування ринку молочних продуктів в Україні відбувається в умовах відносно низького рівня технологічного оснащення підприємств молочної галузі із

застосуванням морально застарілого обладнання; слабкої розвиненості ринкової інфраструктури; стабільного зниження рівня забезпечення сировиною та завантаженості потужності підприємств;

низької якості кінцевої продукції підприємств молочної промисловості; скорочення попиту на молокопродукти у зв'язку із низьким рівнем купівельної спроможності населення.

Із вступом України до Світової Організації Торівлі відкрилися нові можливості для реалізації продукції тваринництва на світових ринках за цінами світового рівня. Проте негативним є той факт, що в останні роки внаслідок об'єктивних та суб'єктивних причин тваринницька галузь зазнала істотних змін, внаслідок чого в галузі різко скоротилося поголів'я сільськогосподарських тварин усіх видів, як у домогосподарствах приватного сектору, так і в сільськогосподарських підприємствах [4].

Актуальною та важливою проблемою формування ринку молока та молокопродукції України є сировинна база. Переробна промисловість молокопродуктового кластеру агропромислового виробництва залежить від стану галузі молочного скотарства, де спостерігаються негативні тенденції, пов'язані зі зменшенням виробництва молока.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Науковий внесок у дослідження стану та особливостей формування ринку молока як на регіональному рівні, так і в межах країни зробили такі вітчизняні фахівці, як: І. Антонова, П. Березівський, В. Зимовець, М. Малік, Т. Мостенська, І. Новак, Л. Протасова, П. Саблук, О. Шпичак, Г. Цар, В. Юрчишин та інші.

Сучасний ринок молока та молочної продукції займає особливе місце серед ринків харчових продуктів, що забезпечують задовільний стан продовольчої безпеки в країні. Виробництво молока є основним видом діяльності в сільському господарстві, якому не притаманна сезонність, та забезпечує постійне надходження коштів сільськогосподарським підприємствам і домогосподарствам населення упродовж календарного року. Проте зростання вартості матеріально-технічних ресурсів впливає на подорожчання сільськогосподарської продукції. Придбання пального, електроенергії, природного газу, техніки та обладнання лягає тягарем на виробників сільськогосподарської продукції, приводить до зростання її собівартості та загальних витрат. Зменшити рівень собівартості одиниці продукції та загальних витрат не завжди вдається шляхом підвищення продуктивності молочного скотарства. Скорочення поголів'я корів приводить до зменшення сировинної бази для молокопереробних підприємств [6].

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення основних факторів розвитку ринку молокопродукції України в умовах рецесії економіки. Проблема сировини для молочної галузі постійно загострюється, причому найбільшим дефіцитом виступає сире молоко найвищої якості. Забезпечення населення якісними молочними продуктами є основним завданням цього напрямку

діяльності. У зв'язку із цим провідним виробникам молочної продукції необхідно налаштовуватися на створення високотоварних та технологічних молочних ферм, племінного основного стада великої рогатої худоби та покращувати рівні показників оснащення, матеріаломісткості та енергозбереження в галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Досліджуючи молочне скотарство в Україні, слід відзначити постійне скорочення поголів'я корів основного стада. Так, у 2018 році нараховувалося 1,97 млн корів, що на 43,2% менше, ніж у 2009 році, проте з них 1,49 млн голів (76,0%) утримувалося в особистих селянських господарствах, а лише 0,47 млн голів (24,0%) – на молочнотоварних фермах підприємств.

Загальне виробництво молока сільськогосподарськими підприємствами і домогосподарствами у 2018 році становило 10,1 млн тонн, що на 15,3% менше порівняно із 2009 роком. Таке скорочення виробництва молока пояснюється вираженим наслідком активного впровадження сучасних технологій, передусім це стосується середніх та великих господарств, та нарощуванням продуктивності поголів'я великої рогатої худоби. Так, за результатами 2018 року середній рівень річного надою на одну корову становив у середньому 6054 кг, тоді як у 2009 році – 3915 кг, що показує збільшення його рівня на 54,6% [5].

За досліджуваний період 2018 року на переробні підприємства країни надійшло 4,18 млн тонн сировинного молока, проте це на 10,5% менше порівняно з рівнем 2009 року. Варто підкреслити, що у структурі надходження молочної сировини на переробку 78,5% – це молоко молочно-товарних ферм підприємств, і лише 21,5% – від особистих селянських господарств.

Незважаючи на стабільне скорочення обсягів виробництва молока, Україна посідає 18 місце у світі за рівнем виробленої молочної сировини, проте, за оцінками IFCN та Світового банку, з наявними природними, трудовими та матеріальними ресурсами, потенціалом та за умов активного розвитку галузі Україна може увійти в топ-10 світових виробників.

Для забезпечення продовольчої безпеки країни пропозиція молока і молочних продуктів на внутрішньому ринку України майже повністю формується за рахунок власного виробництва, хоча стан тваринницької галузі аграрного виробництва має негативні тенденції, а саме за розрахунками на початок 2020 року загальне поголів'я великої рогатої худоби становило 3,4 млн голів, що на 4,1% менше, ніж на початок 2019 року, у тому числі корів – 1,8 млн голів, на 6,4% менше минулого 2019 року. Характерною є ситуація і у господарствах населення, де утримується 68,7% загальної чисельності великої рогатої худоби, у т.ч. корів – 76,0%.

Головною причиною спаду виробництва молока у сільськогосподарських підприємствах є низька прибутковість продукції, через що виробник не зацікавлений збільшувати його виробництво. Крім того, виробники молока і підприємства-переробники сьогодні не пов'язані економічними важелями і мають різні стратегії на ринку [7].

Для дослідження напряму розвитку обсягів виробництва молока, застосувавши метод екстраполяції тренду, маємо продовження виявленої в процесі аналізу тенденції за межами побудованого на основі емпіричних даних ряду динаміки до 2017 року. Передумовою використання цього методу прогнозування є сталість чинників, що формують виявлений тренд, а принциповим моментом – виявлення тренду, характерного для досліджуваного ряду динаміки ефективності виробництва молока. Саме такий характер динаміки, стабільне скорочення рівнів виробництва, дає можливість застосувати метод найменшого квадратичного відхилення, де спостерігається більш-менш стійка лінійна залежність значення досліджуваного показника (виробництва молока та його рентабельності) від часового інтервалу (t). Для виявлення тренду доцільно побудувати пряму, яка описується лінійною регресією. Під час вирівнювання динамічних рядів за допомогою прямої лінії її параметри визначаються за системою нормальних рівнянь (табл. 1):

$$\begin{cases} a_0 n + a_1 \sum t = \sum y \\ a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 = \sum ty; \text{ звідки: } a_0 = \frac{\sum y}{n}; a_1 = \frac{\sum ty}{\sum t^2} \end{cases} \quad (1)$$

Після знаходження параметрів рівняння тренду для виявлення тенденції виробництва молока набуває вигляду: $y_t = 11\,161 + (-198,5)t$, а параметри рівняння мають такі результати: $a_0 = 11\,161$; $a_1 = -198,5$.

На основі розрахунків можна стверджувати, що загальна тенденція зниження рівня виробництва молока як у динаміці, так і на перспективу, ґрунтується на абсолютному зменшенні на 198,5 тис. т щороку.

Після обчислення параметрів лінійного рівняння визначення тенденції рентабельності виробництва молока рівняння тренду приймає вигляд: $y_t = 12,6 + 0,9t$, де відповідно $a_0 = 12,6$; $a_1 = 0,9$.

Отже, ці обчислення дають можливість стверджувати, що за негативної тенденції обсягів виробництва ефективність, а саме рентабельність виробництва молока, може мати позитивний напрям розвитку – середньорічний абсолютний приріст становить приблизно 1,0% прибутковості.

Таким чином, з 2006 року спостерігається поступове зниження рівнів виробництва молочної сировини, яке загалом не змінює екстраполяцію цих показників до 2019 року. Проте скорочення виробництва молока ще не означає його рівня збитковості по країні. Так, середня рентабельність виробництва молока в Україні за досліджу-

Таблиця 1

Аналітичне вирівнювання ряду динаміки та екстраполяція ефективності виробництва молока (рівняння тренду $y_t = a_0 + a_1 t$)

Роки	Виробництво молока, тис. т					Рентабельність виробництва молока, %		
	змінна моменту часу	фактичний рівень	розрахункові величини			рівень тренду	фактичний рівень	рівень тренду
n	t	y	t_y	t^2	$a_1 t$	y_t	y	y_t
2006	-7	13287	-93009	49	1389,5	12551	12,2	6,3
2007	-6	12262	-73572	36	1191	12352	13,7	7,2
2008	-5	11761	-58805	25	992,5	12153	13,8	8,1
2009	-4	11610	-46440	16	794,0	11955	4,1	9,0
2010	-3	11249	-36747	9	595,5	11756	1,4	9,9
2011	-2	11086	-22172	4	397,0	11558	7,8	10,8
2012	-1	11378	-11378	1	198,5	11361	1,8	11,7
2013	1	11488	11488	1	-198,5	10963	13,1	13,5
2014	2	11132	22264	4	-397,0	10764	13,6	14,4
2015	3	10615	31845	9	-595,5	10565	12,7	15,3
2016	4	10381	41524	16	-794,0	10367	18,6	16,2
2017	5	10280	51400	25	-992,5	10169	26,9	17,1
2018	6	10064	60384	36	-1191,0	9970	16,1	18,0
2019	7	9663	67641	49	-1389,5	9772	20,6	18,9
Всього	0	156256	-55577	280	×	156256	176,4	176,4
2020	8	прогноз	×	36	×	9574	прогноз	19,8
2021	9	прогноз	×	49	×	9375	прогноз	20,7
2022	10	прогноз	×	64	×	9177	прогноз	21,6

ваний період становить 12,6% до 2016 року, що дає можливість стверджувати про чітку тенденцію подальшого її підвищення на перспективу до рівня, вищого за 15%, що забезпечить прибутковість галузі.

Реалізацію молока як сировини сільськогосподарські підприємства всіх форм власності здійснюють через різні канали, найбільшу питому вагу серед яких (близько 94,9%) займає реалізація переробним підприємствам. Так, за 2018 рік до переробних підприємств надійшло 4,2 млн т молока та молочних продуктів, що на 3,1% менше 2017 року, з яких у сільськогосподарських підприємств було закуплено 65,0% молочної сировини, у господарств населення – 35,0%, а решта – молоко власного виробництва переробних підприємств (табл. 2).

В Україні як на продовольчому, так і молочному ринку складаються передумови для зниження рівня обсягів внутрішнього виробництва молока. Проте така ситуація характеризується насамперед високими цінами як на сировину, так і на готову молочну продукцію. Це забезпечує можливість українським виробникам молочної продукції нарощувати обсяги виробництва за рахунок створення власної сировинної бази, у тому числі, й шляхом розбудови ефективно діючих молочних кооперативів та оптимальної логістичної системи молочного ринку. Це дасть змогу виробляти молочну

продукцію високої якості, яка сформує внутрішній ринок і забезпечить ефективність виробництва молокопродукції [8].

Визначальною тенденцією на ринку молока України останні роки було значне підвищення цін як на молочну сировину, так і на готову продукцію. Проте слід зауважити, що існують певні регіональні диспропорції у закупівельних цінах молокопереробних підприємств. Так, за середньої по Україні ціни на молоко II сорту, прийняте від населення, 4863 грн/т ціна на аналогічне за якістю молоко у Донецькій та Харківській областях становила 5200 грн/т, у Чернігівській – 4500 грн/т, а у Тернопільській – 4150 грн/т. Закупівельна ціна на молоко I сорту у 2018 році була на рівні 5118 грн/т, тоді як у Донецькій області – 5800 грн, Житомирській – 5510 грн, Дніпропетровській – 4550 грн, Закарпатській – 4450 грн.

Тенденції цін молокопродукції на ринку України також визначаються чіткою тенденцією до зростання, хоча варіація за видами молочної продукції має коливання від 13,7% з виробництва кефіру неароматизованого до 51,3% за останні чотири роки з виробництва сирів твердих (табл. 3).

В останні роки в Україні поступово підвищується культура споживання молочних продуктів, що певним чином змістило споживачькі пріоритети на більш якісну та дорожу продукцію, у тому числі імпорту, європейських виробників. Обсяги

Таблиця 2

Надходження аграрної продукції на переробні підприємства за 2017-2019 роки

Канали надходження молока	Обсяг надходжень, т			Середня ціна купівлі, грн. за т		
	Роки		2019 р. у% до 2017 р.	Роки		2019 р. у% до 2017 р.
	2017	2019		2017 р.	2019 р.	
Загальна маса надходження молока сирого	4348,3	4179,2	96,1	6388,3	6634,8	103,9
з нього:						
куплено – всього	3927,8	3808,5	97,0	x	x	x
у підприємств	2688,5	2719,9	101,2	7059,1	7385,9	104,6
населення	1239,3	1088,6	87,8	4933,1	4758,0	96,5
Молоко, яке надійшло на перероблення на давальницьких засадах	395,9	345,7	87,3	x	x	x
Молоко власно вироблене, яке надійшло на перероблення	24,6	25,0	101,6	x	x	x

Таблиця 3

Середні ціни виробників основних видів молочних продуктів, (грн/т)

Види продукції	Січень		Темп, %	
	2015 р.	2019 р.	зростання	приросту
Молоко сухе знежирене	36829,4	51601,5	140,1	40,1
Сири тверді	60112,8	90926,7	151,3	51,3
Масло вершкове жирністю ≤ 85,0	55918,4	70202,8	125,5	25,5
Кефір неароматизований	9143,2	10402,1	113,7	13,7
Молоко рідке оброблене	7832,5	9123,8	116,5	16,5
Сметана неароматизована	23073,3	28480,8	123,4	23,4

експорту молочної продукції за останні роки у натуральному виразі зменшилися, крім згущених та незгущених молока та вершків і кисломолочної продукції, але за рахунок збільшення обсягів експорту молочної сироватки, масла, сирів та морозива збалансовано внутрішню потребу молокопродукції (табл. 4).

Високий рівень цін не тільки сприяв зростанню ефективності роботи молочної галузі, але й значно мотивував імпорт закордонної молочної продукції на український ринок.

Багато переробників зменшили обсяги виробництва молока, вершків кисломолочної продукції та знизили закупівельні ціни на сировину. З цих даних можна зробити висновок, що протягом зазначеного періоду, з 2015 року, зменшується експорт сирів з України на 26%. Слід відзначити, що у 2018 році порівняно з 2019 роком вартість експортованого сиру за зменшення його кількості на 15,0% не тільки не знизилася, а й зросла на 1,0%, до 362,3 млн дол. США [4].

Застосування цін є важливим економічним методом державного регулювання. Цінова політика – це частина економічної політики держави. Практично всі розвинені країни регулюють ціни на продукти харчування на державному рівні. Вони орієнтуються на забезпечення певного рівня доходів і нагромадження в галузі, а зміна співвідношення цін на певні види його продукції стимулює структурні перетворення товаровиробників залежно від кон'юнктури ринку або національних інтересів. У цьому разі застосовуються класичні, перевірені практикою методи: встановлення фіксованих цін, контроль за цінами монополій і великих виробників, визначення меж для зміни ціни, створення умов для їх зниження. Тому пріоритетним і основним завданням розвитку ринку молока в Україні повинні бути: становлення цінової політики, яка би стимулювала українських виробників до випуску якісної, безпечної та конкурентоспроможної продукції, та встановлення паритету цін між виробниками сировини, переробними підприємствами і торговельними організаціями [1].

З метою вирівнювання економічних умов господарювання у всіх сферах і галузях АПК роздрібні ціни на продукцію мають встановлюватися за формулою розрахунку цін пропозиції:

$$Ц = C_n + K_{нп} + [(O_{вф} + O_z \times K) + (B_z \times K_{нк})], \quad (2)$$

де Ц – ціна одиниці продукції, робіт і послуг, грн;

C_n – повна собівартість одиниці продукції;

K_{нп} – середній коефіцієнт норми прибутку по галузі;

O_{вф} – середньорічна вартість основних виробничих фондів, авансованих у виробництво одиниці продукції, грн;

O_z – середньорічна вартість оборотних засобів, авансованих у виробництво одиниці продукції, грн;

K – коефіцієнт обігу оборотних засобів по окремих видах продукції;

B_z – грошова оцінка 1 га земельної ділянки, грн;

K_{нк} – коефіцієнт капіталізації землі – 0,33 (відповідно до терміну капіталізації землі 33 роки) [3].

Стимулювання за допомогою цінової політики експорту вітчизняної готової продукції, а не сировини, здійснення контролю за цінами на ринках продуктів харчування та втручання в процеси ціноутворення форс-мажорних обставин, побудова цінової політики в галузі, спираючись не на заходи прямого впливу, а на цінове стимулювання, повинні забезпечити високий рівень ефективного функціонування ринку молока України.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз тенденцій та перспектив розвитку українського ринку молока та молочних продуктів дає змогу зробити висновок, що ця ринкова ніша – одна з найбільш динамічних, затребуваних, може бути рентабельною, а отже, і найбільш перспективною в АПК. Тому першочергове завдання держави полягає у створенні законодавчої бази, яка б забезпечувала умови для ефективної діяльності молокопереробних підприємств, створення конкурентного середовища у галузі та захист споживачів від неякісної молочної продукції. Увага найвищих владних структур має бути спрямована на вирішення проблемних питань: фінансування

Таблиця 4

Обсяг експорту-імпорту молочних продуктів у 2018–2019 рр. (т)

Назва продукції	Експорт			Імпорт		
	роки		темп приросту, %	роки		темп приросту, %
	2018	2019		2018	2019	
Молоко та вершки, незгущені	15496	19186	23,8	792	1883	137,7
Молоко та вершки, згущені	29191	30918	5,9	1631	1535	-5,9
Маслянка, ферментовані або сквашені молоко та вершки	4024	4544	12,9	3436	4471	30,2
Молочна сироватка	23541	19463	-17,3	1555	1889	21,5
Масло вершкове	23246	15173	-34,7	787	1330	69,0
Сири	6051	5142	-15,0	9227	14891	61,4
Морозиво	5796	5930	3,2	269	346	28,6

коштів на оновлення виробництва підприємств АПК та створення департаменту молочної галузі, який координуватиме розподіл бюджетних коштів на основі використання різних ринкових резервів і забезпечить ефективність управління розвитком підприємств молочної промисловості.

Беззаперечним фактом є важливість забезпечення національної продовольчої безпеки та експортного потенціалу країни. Велику роль у цій місії держави відіграє тваринництво, яке забезпечує споживачів цінними продуктами харчування, тому стан розвитку цієї галузі сільського господарства є актуальним та належить до пріоритетних у завданнях аграрної політики держави. Тваринництво розглядається як стратегічно важлива галузь у загальній структурі сільськогосподарського виробництва. Державна підтримка розвитку галузі тваринництва дасть змогу забезпечити населення країни високоякісною продукцією вітчизняного виробництва.

Підсумовуючи вищесказане, слід звернути увагу на те, що існує лише один основний чинник, який може забезпечити успіх у конкурентній боротьбі щодо ціни та якості, – це новітні й ресурсозберігаючі технології. Маємо визнати, що сучасний ринок молока України порівняно з розвинутими країнами програє за головними показниками ефективності виробництва: продуктивністю праці, техніко-технологічною забезпеченістю, енергомісткістю, продуктивністю тварин. Тому в усіх без винятку галузях слід вести виробництво на основі науково обґрунтованих, економічно виважених систем і технологій, які максимально враховують природно-кліматичні умови, потенціал та передовий досвід регіону і країни в світовій економіці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 16.09.2020).
2. Свиноус І.В. Вплив якісних параметрів на формування закупівельних цін на молоко сільськогосподарських підприємств. Сталый розвиток економіки. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua>. (дата звернення: 03 2020).
3. Світове зростання закупівельних цін на молоко стримає їх сезонне зниження URL: http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/svitove_zrostannya_zakupivelnikh_tsin_na_moloko_strimae_ikh_sezonne_znizhennya_v_ukraini/ (дата звернення: 20.08.2020).
4. Новак І.М. Тенденції розвитку світового ринку молока та досвід міжнародної торгівлі на зовнішніх ринках вітчизняних виробників молочної продук-

ції. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua>. (дата звернення: 20.08.2020).

5. Молочний сектор – підсумки 2018. URL: <http://agroconf.org/content/ukrayina-molochniy-sektor-pidsumki-2018> (дата звернення: 20.06.2020).

6. Антонова І.В. Розвиток молочної промисловості в Україні: URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=428> (дата звернення: 20.08.2020)

7. Протасова Л.В. Аналіз виробництва молока та молочних продуктів в Україні. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/1123/1/24.pdf> (дата звернення: 07.08.2020).

8. Маслак О. Уразливість молочної галузі. URL: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/945-urazlyvist-molochnoi-galuzi.html> (дата звернення: 20.09.2020).

9. Тваринництво України 2018. Статистичний збірник. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/05/zb_tu2018.pdf (дата звернення: 16.09.2020).

REFERENCES:

1. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Available at: www.ukrstat.gov.ua (accessed 16 September 2020).
2. Svinous I. V. Vplyv yakisnykh parametriv na formuvannya zakupivelnikh tsin na moloko silskohospodarskykh pidpriemstv. Stalyi rozvytok ekonomiky. Available at: <http://archive.nbuv.gov.ua>. (accessed 03 August 2020).
3. Svitove zrostannia zakupivelnikh tsin na moloko strymaie yikh sezonne znyzhennia. Available at: http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/svitove_zrostannya_zakupivelnikh_tsin_na_moloko_strimae_ikh_sezonne_znizhennya_v_ukraini/ (accessed 20 August 2020).
4. Novak I. M. Tendentsii rozvytku svitovoho rynku moloka ta dosvid mizhnarodnoi torhivli na zovnishnikh rynkakh vitchyznianskykh vyrobnykiv molochnoi produkt-sii. Available at: <http://archive.nbuv.gov.ua>. (accessed 20 August 2020).
5. Molochnyi sektor – pidsumky 2018. Available at: <http://agroconf.org/content/ukrayina-molochniy-sektor-pidsumki-2018> (accessed 20 June 2020).
6. Antonova I. V. Rozvytok molochnoi promyslovosti v Ukraini. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=428> (accessed 20 August 2020).
7. Protasova L.V. Analiz vyrobnytstva moloka ta molochnykh produktiv v Ukraini. Available at: <http://eztuir.ztu.edu.ua/1123/1/24.pdf> (accessed 07 August 2020).
8. Maslak O. Urazlyvist molochnoi haluzi. Available at: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/945-urazlyvist-molochnoi-galuzi.html> (accessed 20 September 2020).
9. Tvarynnytstvo Ukrainy 2018. Statystychnyi zbirnyk. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/05/zb_tu2018.pdf (accessed 16 September 2020).

НОТАТКИ

Наукове видання

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 58
Частина 2

Коректура • *Ю. Никитенко*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Формат 60x84/8. Гарнітура Arimo.
Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 14,86. Ум. друк. арк. 15,58.
Підписано до друку 29.10.2020. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
65101, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1
Телефон +38 (048) 709 38 69, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.