

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 45

Одеса
2020

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук, професор.

Члени редакційної колегії:

Барна Марта Юріївна – доктор економічних наук, професор.

Велькі Януш – доктор економічних наук, професор.

Гавкалова Наталія Леонідівна – доктор економічних наук, професор.

Гальцова Ольга Леонідівна – доктор економічних наук, професор.

Дзієканські Павел – доктор економічних наук, професор.

Коваль Віктор Васильович – доктор економічних наук, професор.

Маргасова Вікторія Геннадіївна – доктор економічних наук, професор.

Стеблянюк Ірина Олегівна – доктор економічних наук, професор.

Ситнік Інесса Василівна – доктор економічних наук, професор.

Піллелієне Ліна – доктор економіки, професор маркетингу.

Пономаренко Тетяна Вадимівна – доктор економічних наук, професор.

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

**Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»
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.*

**Затверджено до поширення через мережу Internet відповідно до рішення вченої ради
Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій
протокол (від 27 липня 2020 року протокол № 7)**

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ВПЛИВ ЯКОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ

THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF CORPORATE GOVERNANCE ON THE EFFICIENCY OF COMPANIES

УДК 658:334.722.8

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-1>**Бичкова Н.В.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри світового господарства
і міжнародних економічних відносин
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова**Цевух Ю.О.**к.е.н., доцент кафедри світового
господарства і міжнародних економічних
відносин
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова**Ромаскевич Г.О.**студент
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова**Bychkova Nataliia****TsevuKh Yuliia****Romaskevych Georgii**

Odesa I.I. Mechnikov National University

У статті досліджуються закономірності між якістю корпоративного управління й ефективністю компаній на прикладі провідних ТНК автомобілебудівного сектору світової економіки (Volkswagen, Daimler, Ford, General Motors, Toyota). Якість корпоративного управління була оцінена на основі критеріїв Thomson Reuters Business Group ESG Reporting Score і Shareholders Score, а ефективність діяльності компаній – коефіцієнтом Tobin's Q Ratio. Результати економетричного моделювання свідчать про наявність прямої залежності між критерієм Shareholders Score, який оцінює рівність прав і механізмів впливу меншості та більшості груп акціонерів. У процесі дослідження також виявлено зворотню залежність між ступенем відповідності звіту про корпоративне управління міжнародним стандартам та ефективністю, що може свідчити про нівелювання стандартів корпоративного управління регіональних і структурних особливостей компанії.

Ключові слова: корпоративне управління, ефективність компанії, ліквідність, права акціонерів.

В статье исследуются закономерности между качеством корпоративного управ-

ления и эффективностью деятельности компании на примере лидирующих ТНК автомобилестроительного сектора мировой экономики (Volkswagen, Daimler, Ford, General Motors, Toyota). Качество корпоративного управления было оценено на базе критериев Thomson Reuters Business Group ESG Reporting Score и Shareholders Score, а эффективность деятельности компании – коэффициентом Tobin's Q Ratio. Результаты эконометрического моделирования свидетельствуют о наличии прямой зависимости между критерием Shareholders Score, который оценивает равенство прав и механизмов влияния миноритарных и мажоритарных групп акционеров. В ходе исследования также выявлена обратная зависимость между степенью соответствия отчета о корпоративном управлении международным стандартам и эффективностью, что может свидетельствовать о нивелировании стандартов корпоративного управления региональных и структурных особенностей компании.

Ключевые слова: корпоративное управление, эффективность компании, ликвидность, права акционеров.

In the current economy, TNCs are forced to look for new mechanisms to improve their own efficiency, one of the mechanisms today is considering corporate governance. The topic of assessing the relationship between good corporate governance and financial or production efficiency is considered in the context of assessing the positive impact of introducing corporate governance in companies. The purpose of the study is to test the assumption of a correlation between the assessments of the quality of corporate governance provided by Thomson Reuters Business Group and individual methods of determining the effectiveness of the company. The article discusses the possibility of determining the patterns between improving the quality of corporate governance and increasing company efficiency using the example of five TNCs in the automotive industry, including Volkswagen, Daimler, Ford, General Motors and Toyota. Regression modeling is performed to identify the impact of corporate governance quality, expressed by the Thomson Reuters Business Group ESG Reporting Score and Shareholders Score criteria, on company performance, expressed by Tobin's Q Ratio. In order to build the model, the authors selected indicators for the period 2014-2018 for 5 companies, panel data was generated with 25 observations. The data has a panel spatial structure, therefore, to check the revealed dependencies, they undergo panel diagnostics. The simulation results indicate a direct relationship between the Shareholders Score criterion, which assesses the equality of rights and mechanisms of influence of minority and majority groups of shareholders and the inverse relationship between the degree of compliance of the corporate governance report with international standards and efficiency, which may indicate the lack of corporate governance standards in regional and structural features of the company. It was also determined that the Leverage indicator, which as a financial indicator, refers to indirect indicators of corporate governance strategies has low significance indicators and cannot be taken into account as a factor in evaluating corporate governance.

Key words: corporate governance, company performance, liquidity, shareholder rights.

Постановка проблеми. В умовах сучасного стану світової економіки ТНК вимушені шукати нові механізми поліпшення власної ефективності, одним з яких сьогодні розглядається корпоративне управління. Процес упровадження практики корпоративного управління не є лінійним, компанії імплементують стандарти доволі важко та різною мірою. Утім, існує низка прикладів поліпшення ефективності компаній, що застосовують практики кращого управління, зафіксовані у відповідних національних кодексах. Існуючі знання є емпіричними та не завжди виражають чіткі зв'язки між

механізмами корпоративного управління та ефективністю, що актуалізує питання поглиблення аналізу оцінки значущості управління та його впливу на ефективність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Тема оцінки зв'язку між корпоративним управлінням та фінансовою або виробничою ефективністю часто розглядається у контексті оцінки позитивного впливу впровадження корпоративного управління у компаніях. Першочергово приділяється увага оцінці тих економічних ефектів, які компанія може отримати після впровадження

відповідних механізмів управління. Проводяться дослідження, мета яких – визначити та відслідкувати чіткі взаємозв'язки між процесами прийняття рішень та ефективністю. До низки проаналізованих досліджень належать роботи С. Міскін, що викривають можливе підвищення ефективності за допомогою більшої привабливості компаній, які розкривають інформацію; роботи С. Аль-Момані, що доводять існування оберненого взаємозв'язку між якісним корпоративним управлінням та можливістю фінансового провалу; дослідження П. Діна, що вивчає зв'язок між корпоративним управлінням та корпоративною ефективністю у соціальній сфері; робота Б. Карунтарат, яка містить приклади порівняння показників, котрі можуть бути застосовані для оцінки ефективності діяльності компанії; дослідження М. Хассан, що висвітлює зміни, яких набуває компанія після впровадження IFRS, та їхні наслідки для показників ліквідності та прибутковості, та ін. Однак досі не виділено чітких критеріїв для взаємозв'язку оцінки аспектів корпоративного управління та ефективності діяльності компанії [1–5].

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у перевірці припущення наявності кореляції між оцінками якості корпоративного управління, що надає Thomson Reuters Business Group, та окремими методами визначення ефективності компанії. Результати можуть бути застосовані для компаній на ринках, що формуються. До таких ринків відносять Україну, де було запроваджено перший Кодекс корпоративного управління у березні 2020 р. за редакцією Національної комісії із цінних паперів та фондового ринку [7].

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративне управління покликане підвищити інвестиційну привабливість компанії за допомогою розкриття принципів прийняття рішень у низці галузей, пов'язаних із взаємодією з акціонерами, групами власників, топ-менеджерами, співробітниками, НГО, громадою, представниками держави та іншими стейкхолдерами. Корпорації, які демонструють відповідність практик управління визначеним стандартам, вважаються більш ефективними, стабільними та ліквідними.

Існує багато методів оцінки ефективності компанії. У статті зосередимо увагу на показнику Tobin's Q Ratio, який був запропонований Д. Тобіном, лауреатом Нобелівської премії з економіки та професором Єльського університету. Коефіцієнт відповідає на питання, чи відповідає вартість активів компанії її ринковій вартості. Передбачається, що ринкова вартість активів мусить бути рівною або перевищувати ринкову вартість компанії [4]. Показник Tobin's Q Ratio використовується для оцінки ефективності через справжність та відповідність ціни компанії до активів й вираховується за формулою:

$$\text{Tobin's Q Ratio} = \frac{\text{Market Value of Firm}}{\text{Total Assets}} \quad (1)$$

Для визначення впливу ефективності корпоративного управління на ефективність компанії сформуємо панельні дані з показників провідних компаній сектору автомобілебудування, серед яких – німецькі Volkswagen AG та Daimler AG, американські Ford Motor та General Motors, японська Toyota Motor. Корпоративне управління компанії має суттєві відмінності та підпорядковується різним законодавчим кодексам, що дає змогу об'єктивно оцінити вплив, незважаючи на юридичні особливості.

Ефективність корпоративного управління компанії може бути оцінена за низкою критеріїв, що висвітлюють як питання загальної відповідності визначеним нормам, так і оцінки специфічних політик та практик, які застосовує компанія під час взаємодії з різними групами стейкхолдерів. Було вибрано критерії Shareholders Score та ESG Reporting Score, що вираховуються та публікуються Thomson Reuters Business Group, та показник левериджу (Leverage), що демонструє співвідношення загального боргу до загальної вартості активів, є контрольною змінною та формує зв'язок фінансових показників з ефективністю діяльності компанії.

Показник Shareholders Score є маркером того, чи однаково добре компанія відноситься до прав та інтересів усіх груп акціонерів, включає 43 показники, 5 з яких – кількісні та 38 – якісні. Агрегований показник оцінює питання наявності політик, окремих практик і механізмів захисту прав та обмеження надмірного впливу акціонерів. Оцінка ESG Reporting Score є агрегованим показником якості звітності і розкриття інформації, стосовно питань корпоративного управління, екології та соціальних проблем [6].

Леверидж компанії є фінансовим показником, що тісно пов'язаний із рішеннями та політиками корпоративного управління, теж може бути використаний як контрольна змінна. Також леверидж часто слугує механізмом для створення додаткової привабливості компанії для нових інвесторів у короткостроковому періоді або, навпаки, використовує кредитний важіль для отримання додаткового прибутку у довгостроковій перспективі [6].

Для побудови моделі відібрано спостереження за період 2014–2018 рр. для п'яти компаній, сформувано панельні дані з 25 спостережень. Описову статистику змінних представлено в табл. 1.

Виходячи зі змістовних особливостей, було сформувано загальний вид рівняння регресії:

$$\text{Tobin's Q Ratio}_{it} = \alpha + \beta_1 \text{ESGRS}_{it} + \beta_2 \text{SHRS}_{it} + \beta_3 \text{LVRG}_{it} + v_{it}, \quad i=1, \dots, 5; t=1, \dots, 5, \quad (2)$$

де Tobin's Q Ratio – співвідношення ринкової вартості компанії до вартості її активів,

Таблиця 1

Описова статистика змінних

Змінна	Скорочення	Максимум	Мінімум	Середнє значення	Стандартне відхилення	VIF- коефіцієнт
Tobin's Q Ratio	-	0,6003	0,1186	0,1186	0,2883	-
ESG Reporting Score	ESGRS	1,000	0,1973	0,7961	0,3212	1,472
Shareholders Score	SHRS	12,00	4,000	7,800	3,189	1,742
Leverage	LVRG	0,6011	0,2629	0,4445	0,09341	1,347

Джерело: розраховано авторами на основі [6]

Таблиця 2

Коефіцієнти специфікацій моделі (1) та їх статистична оцінка

Змінна	β коефіцієнт	Стандартна помилка	t-статистика	P-значення
Const (α)	0,250	0,1052920	2,381	0,0173 **
ESGRS	-0,207	0,0469195	-4,421	0,0005 ***
SHRS	0,018	0,0051410	3,458	9,85-e06 ***
LVRG	0,144	0,154311	0,9345	0,3500

Джерело: розраховано авторами на основі [6]

Таблиця 3

Коефіцієнти кореляції незалежних змінних моделі 1

ESG Report Score	Shareholders Score	Leverage	
1,0000	-0,5625	0,3403	ESG Report Score
	1,0000	-0,5026	Shareholders Score
		1,0000	Leverage

Джерело: розраховано авторами на основі [6]

Таблиця 4

Коефіцієнти специфікацій моделі (1) та їх статистична оцінка

Параметри моделі	Pooled		RE		FE	
	Коефіцієнт	t-статистика	Коефіцієнт	t-статистика	Коефіцієнт	t-статистика
Const (α)	0,251	2,381 **	0,251	2,381 **	0,552	2,933 ***
ESGRS	-0,002	-4,421 ***	-0,002	-4,421 ***	-0,001	-1,222
SHRS	0,018	3,458 ***	0,018	3,458 ***	0,011	1,342
LVRG	0,144	0,9345	0,144	0,9345	-0,501	-1,539
R ²	0,768		-		0,833	

Джерело: розраховано авторами на основі [6]

ESGRS – оцінка якості та ступеню розкриття звітності за 100-бальною шкалою, SHRS – оцінка якості паритетної взаємодії з акціонерами за 12-бальною шкалою, α – вільний член, який відображає вплив пропущених змінних або змінних, які не включенні в спостереження, β_1, \dots, β_7 – невідомі коефіцієнти моделі, i – номер об'єкта (компанії); t – часова змінна (роки), v_{it} – стандартна помилка. Коефіцієнти специфікацій моделі з випадковим ефектом (RE) зазначено у табл. 2.

Згідно з результатами оцінювання моделі (1), R² дорівнює 0,768, F (3, 21) = 23,124. Виходячи з визначених коефіцієнтів, формується фактичне рівня моделі:

$$\text{Tobin's } Q\text{Ratio}_{it} = 0,250 - 0,207\text{ESGRS}_{it} + 0,018\text{SHRS}_{it} + 0,144\text{LVRG}_{it} + 0,059,$$

$$i=1, \dots, 5; t=1, \dots, 5 \quad (3)$$

Для перевірки можливої автокореляції між незалежними змінними побудуємо матрицю кореляції незалежних змінних моделі 1 (табл. 3).

Перехресні коефіцієнти значно нижчі за 1, тож автокореляція малоімовірна та вплив на результат не є значущим.

Дані мають панельну просторову структуру, тож для перевірки виявлених залежностей необхідно здійснити панельну діагностику отриманих результатів та визначити, які характеристики властиві вибраним даним: фіксовані (fixed effects, FE) чи випадкові (random effects, RE) ефекти.

Коефіцієнти економетричної моделі у специфікаціях Pooled/RE/FE та їх статистичні оцінки представлено в табл. 4.

Проведені панельні тести свідчать про меншу результативність використання панельного МНК із фіксованими ефектами (FE), що пояснюється відмінностями компаній у сфері корпоративного управління. Вибрані для дослідження компанії розміщені у різних юрисдикціях та мають відповідати національним кодексам корпоративного управління США, Японії та Німеччини. Відмінність у законодавчих нормах формує якісні відмінності у керівництві компаніями та їх механізмами, як наслідок, риси, що надаються компаніям спільним сектором виробництва, частково нівелюються. Для такої структури вибірки, що має значні відмінності серед груп показників, оптимальним є використання МНК із випадковим ефектом (RE).

Висновки з проведеного дослідження. На основі результатів регресійного моделювання можна зробити такі висновки. Під час оцінки зв'язку ефективності корпоративного управління та ефективності діяльності використовувати Tobin's Q Ratio є доцільним. Висока значимість показників Shareholders Score свідчить про важливість паритетних відносин до прав та інтересів усіх груп акціонерів. Показник має позитивний знак, що підтверджує припущення стосовно лінійного впливу поліпшення рівня паритетних відносин (і, як наслідок, підвищення рівня оцінки за критеріями Thomson Reuters Business Group), призводить до більш ефективної фінансової діяльності компанії. Показник Shareholders Score є універсальним та не має чітко вираженого тяжіння до жодної з моделей корпоративного управління. Правила, норми, політики та механізми впровадження та підтримки паритетного ставлення до акціонерів не мають специфіки та не приймають особливостей юрисдикції або сфери діяльності компанії.

Інший показник, ESG Report Score, що є оцінкою звітності, має низький від'ємний коефіцієнт та свідчить про малоймовірну низьку залежність, пов'язану з можливою необ'єктивністю оцінки корпоративного управління за консолідованим показником відповідності. Припускається, що надмірна консолідація критеріїв нівелює специфіку різних моделей корпоративного управління та шкодить оцінці. Агрегована оцінка відповідності ESG Report Score не враховує особливостей моделей корпоративного управління Німеччини та Японії, визначаючи модель США як єдину вірну, тож не може слугувати універсальним фактором оцінки корпоративного управління компаній.

Фінансовий показник Leverage, що відноситься до непрямих показників стратегій корпоративного управління, має низькі показники значимості та не може бути врахований як фактор оцінки корпоративного управління, однак виступає його прямим результатом та є контрольною змінною, яка забезпечує підтримку зв'язку з критеріями ефективності діяльності компанії.

Висновки моделювання можуть бути застосовані для компаній на ринках, що формуються, та бути використані для порівняння векторів першочергового розвитку під час формування національних політик та кодексів корпоративного управління. Згідно з результатами дослідження, у першу чергу мають бути створені та застосовані механізми захисту прав акціонерів та політики контролю над зловживанням мажоритарним пакетом акцій. Такий пріоритет, окрім економічного ефекту збільшення ефективності діяльності компанії, створить додаткову привабливість українських компаній для інвесторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Tomas-Miskin S., Milosevic-Snjegota B. Implementation of corporate governance standards for company growth and development. *International Review*. 2017. P. 45–57. DOI : 10.5937/intrev1702045T.
2. Momani S., Al-Momani A., Azzam A. Corporate governance and the financial failure. 2019. Vol. 4. URL : https://www.researchgate.net/publication/337801712_CORPORATE_GOVERNANCE_AND_THE_FINANCIAL_FAILURE (дата звернення: 12.04.2020).
3. Dina P., The Relationship between Corporate Diversification, Corporate Governance and Corporate Social Performance in Indonesian Companies, 2016 Huddersfield, University of Huddersfield. URL : <http://eprints.hud.ac.uk/id/eprint/32622/> (дата звернення: 02.04.2020).
4. Karuntarat B. The Impact of Ownership Structure and Other Corporate Governance Mechanisms on Firm Performance, Accounting Discretions and Investor Perceptions: Evidence from Thailand before and after the Corporate Governance Reforms, 2013, Durham URL : http://etheses.dur.ac.uk/10617/1/Karuntarat_thesis_2013.pdf (дата звернення: 04.03.2020).
5. Hassan M., Corporate Governance And Compliance With International Financial Reporting Standards (IFRSs): Evidence from Two MENA Stock Exchanges, 2012, Aston University, Birmingham, URL : <https://research.aston.ac.uk/en/studentTheses/corporate-governance-and-compliance-with-international-financial-> (дата звернення: 17.05.2020).
6. Thomson Reuters Eikon Database : вебсайт. URL : <https://eikon.thomsonreuters.com/> (дата звернення: 20.06.2020).
7. Кодекс корпоративного управління / Національна комісія із цінних паперів та фондового ринку. URL : https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2020/03/corporate-governance-code_final_ukr.pdf (дата звернення: 15.06.2020).

REFERENCES:

1. Tomas-Miskin, Sonja & Milosevic-Snjegota, Branka. (2017). Implementation of corporate governance standards for company growth and development. *International Review*. 2017. 45-57. 10.5937/intrev1702045T.

2. Momani S., Al-Momani A., Azzam, A. (2019) Corporate governance and the financial failure. Vol. 4. 2019 Available at: https://www.researchgate.net/publication/337801712_CORPORATE_GOVERNANCE_AND_THE_FINANCIAL_FAILURE (accessed 12 April 2020).

3. Dina P. (2016) The Relationship between Corporate Diversification, Corporate Governance and Corporate Social Performance in Indonesian Companies (Doctoral Thesis), Huddersfield, University of Huddersfield

4. Karuntarat B. (2013) The Impact of Ownership Structure and Other Corporate Governance Mechanisms on Firm Performance, Accounting Discretions and Investor Perceptions: Evidence from Thailand before

and after the Corporate Governance Reforms (PhD Thesis), Durham

5. Hassan M. (2012) Corporate Governance And Compliance With International Financial Reporting Standards (IFRSs): Evidence from Two MENA Stock Exchanges (PhD Thesis), Aston University, Birmingham

6. Thomson Reuters Eikon Database: веб-сайт. Available at: <https://eikon.thomsonreuters.com/> (accessed 20 June 2020).

7. Kodeks korporatyvnoho upravlinnia [Corporate Governance Code]. The National Commission on Securities and Stock Market. веб-сайт. Available at: https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2020/03/corporate-governance-code_final_ukr.pdf (accessed 15 June 2020).

РЕГІОНАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ МАРКЕТПЛЕЙСІВ
У СВІТОВІЙ ЕЛЕКТРОННІЙ РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІREGIONAL CHARACTERISTICS OF MARKET PLACES DEVELOPMENT
IN WORLD ELECTRONIC RETAIL TRADE

У статті надано характеристику регіонального розвитку B2C-маркетплейсів у світовій електронній роздрібній торгівлі, де спостерігається позитивна динаміка розвитку. Серед онлайн-каналів переважають маркетплейси, на які припадає 60% від обсягу продажу товарів. Розглянуто особливості споживчої прихильності до них за рівнем відвідування сайтів. Визначено лідерів за цим показником серед маркетплейсів США, Європи, Південно-Східної Азії, Південної Америки, Близького Сходу, Австралії та Нової Зеландії, Африки. Окремо розглянуто лідерів на ринках Китаю, Японії Великобританії. За результатами проведеного дослідження встановлено, що маркетплейси-лідери ринку застосовують дві бізнес-моделі, а саме класичну та комбіновану (поєднання інтернет-магазину з класичним торговельним майданчиком). Сьогодні у складі маркетплейсів представлені платформи, які мають як глобальний, так і національний характер діяльності, пропонують переважно універсальний асортимент товарів та охоплюють різні сегменти ринку.

Ключові слова: маркетплейс, електронна роздрібна торгівля, регіональна характеристика, глобальний ринок, сайт, товарна спеціалізація.

В статтю предоставлена характеристика регіонального розвитку B2C-

маркетплейсов в мировой электронной розничной торговле, где наблюдается положительная динамика развития. Среди онлайн-каналов преобладают маркетплейсы, на которые приходится 60% от объема продажи товаров. Рассмотрены особенности потребительской приверженности к ним по уровню посещения сайтов. Определены лидеры по этому показателю среди маркетплейсов США, Европы, Юго-Восточной Азии, Южной Америки, Ближнего Востока, Австралии и Новой Зеландии, Африки. Отдельно рассмотрены лидеры на рынках Китая, Японии Великобритании. По результатам проведенного исследования установлено, что маркетплейсы-лидеры рынка применяют две бизнес-модели, а именно классическую и комбинированную (сочетание интернет-магазина с классической торговой площадкой). Сегодня в составе маркетплейсов представлены платформы, которые имеют как глобальный, так и национальный характер деятельности, предлагают преимущественно универсальный ассортимент товаров и охватывают различные сегменты рынка.

Ключевые слова: маркетплейс, электронная розничная торговля, региональная характеристика, глобальный рынок, сайт, товарная специализация.

УДК 339.178

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-2>

Кавун-Мошковська О.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри торговельного
підприємництва та логістики
Київський національний торговельно-
економічний університет

Kavun-Moshkovska Olha

Kiev National University of Trade
and Economics

The article provided description of the regional development of B2C marketplaces in global e-retailing. Peculiarities of consumer commitment to them by the level of site visits are considered. Leaders in this indicator have been identified among marketplaces in the United States, Europe, Southeast Asia, South America, the Middle East, Australia and New Zealand, and Africa. Leaders in the markets of China, Japan and Great Britain are considered separately. According to the results of the study, it is established that the e-commerce market of the world has a positive dynamics of development. Marketplaces predominate among online channels; they account for 60% of goods sales. United States and China have the leading positions in terms of e-commerce revenue per user and the number of users. Market leaders among marketplaces use two business models: classic and combined (combination of online store with a classic trading platform). Today, the marketplaces include platforms which have both global and national nature of activity, offer a mostly universal range of products and cover different market segments. Marketplaces with a universal range of products and global nature of activity are dominant in the US market. 90% of the largest trading platforms in the European market offer a universal range of goods, but only 30% of the rating has a global nature. 70% of the structures combine the functions of a marketplace and an online store. Marketplaces Amazon and eBay are market leaders in both the United States and Europe. Platforms with different commodity specialization are present in the UK market. The largest traffic in the market of Southeast Asia is provided by 12 trading platforms, 67% of which are classic marketplaces. Most marketplaces offer a universal range of products on their websites and have a global nature of activity. Only three marketplaces are the most visited in Japan. Trading platforms with a universal range of continental activities that use a combined business model are dominant in the structure of marketplaces in South America. Local trading platforms have a stronger position. Only three marketplaces are the leaders of the African online trade market in terms of site visitor's number.

Key words: marketplace, e-retail, regional characteristics, global market, site, product specialization.

Постановка проблеми. Серед кардинальних структурних змін у світовій роздрібній торгівлі, що спостерігаються протягом останнього десятиріччя, слід відзначити динамічний розвиток електронної торгівлі, урізноманітнення форм здійснення віртуальної торговельної діяльності та видів суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню тенденцій розвитку електронної комерції та специфіки здійснення електронної торгівлі приділена увага вітчизняних науковців, серед яких відзначимо таких, як Ю.С. Боцман [6], Л.К. Гліненко [1], А.С. Грязіна [9], Ю.А. Дайновський [1], Т.В. Марусей [3], А.М. Одарченко [4], І.Б. Плотні-

ченко [5], О.П. Просович [6], К.В. Сподар [4], І.В. Ховрак [7], В.П. Чайковська [8], О.О. Шевчик [9], О.М. Яценко [9]. Проблематика електронного бізнесу, електронної комерції та торгівлі знайшла своє відображення також у працях закордонних дослідників, серед яких відзначимо К. Абрамса [11], Дж. Абрахама [12], Р.Х. Вебера [17], Дж. Клемента [12], Т. Херпіна [13].

Постановка завдання. Водночас, на нашу думку, недостатньо уваги приділяється дослідженню особливостей розвитку маркетплейсів, їх структури за масштабами розвитку, товарною спеціалізацією та рівнем прихильності споживачів

у різних регіонах світу. Це обумовило вибір мети дослідження, що полягає в наданні характеристики регіонального розвитку маркетплейсів у світовій електронній роздрібній торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Характерною тенденцією розвитку роздрібною торгівлі у світі є поступове посилення позицій електронних каналів продажу товарів. За прогнозами, обсяг продажу на ринку електронної комерції у світі до 2021 року сягне 4,8 трлн. дол. США [16], що у 1,7 рази перевищує показник 2018 року.

За показником доходу від електронної комерції на одного користувача лідером є США, а за кількістю користувачів мережею Інтернет провідні позиції займає Китай (табл. 1).

При цьому слід зазначити, що на онлайн-канали продажу в Китаї у 2017 році припадало лише 23,1% від роздрібного товарообігу країни. За прогнозами, до 2021 року цей показник зросте до 40,8% [15].

Дохід від електронної комерції в Мексиці щорічно зростатиме із середньою швидкістю 17%, збільшившись з 21 млрд. дол. у 2017 році до 39,4 млрд. дол. у 2021 році. На інтернет-торгівлю припадає лише близько 3% роздрібних продажів у країні [15].

Серед суб'єктів електронної торгівлі важливе місце посідають маркетплейси (торговельні майданчики), на які припадає 60% глобальних онлайн-продажів [16].

На світовому ринку електронної роздрібною торгівлі представлена досить велика кількість маркетплейсів, але серед них є ті, що займають лідерські позиції за масштабами діяльності та рівнем прихильності з боку споживачів, що відображається на кількості відвідувачів сайтів цих платформ. Це підтверджують результати дослідження "World's Top Online Marketplaces", проведеного "SimilarWeb" у лютому 2020 року.

Як визначальний показник було вибрано дані про трафік, що є свідченням популярності та прихильності серед споживачів і може бути застосований на всіх ринках світу [14].

Географічна структура найбільш відвідуваних маркетплейсів представлена в табл. 2–11.

На ринку США переважають маркетплейси з універсальним асортиментом товарів (6 з 10 найбільших гравців). Лідером за кількістю візитів є "Amazon", маючи 2,3 млрд., що у 3,6 рази більше, ніж у найближчого конкурента "eBay", та у 68,8 рази більше, ніж в "AliExpress". При цьому слід відзначити, що всі ці маркетплейси мають глобальний характер діяльності. Водночас останнім часом спостерігається зменшення частки "Amazon" у США в електронній комерції із 47% до 37,7% [14].

Характеристика маркетплейсів Європи, рівень щомісячного відвідування яких перевищує 1 млн. візитів, подано в табл. 3. 90% з топ-10 торговельних майданчиків пропонують універсальний асортимент товарів. Лише 30% представників рейтингу мають глобальний характер діяльності, 70% поєднують функції маркетплейсу та інтернет-магазину.

Найпопулярнішим маркетплейсом у Європі є "Amazon", який щомісячно відвідують 1,6 млрд. покупців. Другу позицію у рейтингу займає "eBay", при цьому кількість візитів на нього становить лише 634 млн., що у 2,5 рази менше за лідера. У послідовників за лідерами кількість візитів на сайт є ще набагато меншою.

60% найбільш відвідуваних маркетплейсів Великобританії мають глобальний характер діяльності (табл. 4). Лише чотири структури є виключно маркетплейсами, інші поєднують характеристики маркетплейсів та інтернет-магазинів. Лідери ринку мають різну товарну спеціалізацію, на відміну, наприклад, від ринку США.

Найбільший трафік на ринку Південно-Східної Азії забезпечують 12 торговельних майданчиків, 67% з яких є класичними маркетплейсами (табл. 5). 91,7% маркетплейсів пропонують на своїх сайтах універсальний асортимент товарів. Місцеві гравці займають 42% з усієї кількості найбільших структур ринку онлайн-торгівлі.

Таблиця 1

Дохід від електронної комерції та кількість користувачів в окремих країнах світу у 2018 році

Країна	Дохід від електронної комерції на одного користувача, дол. США	Кількість користувачів мережею Інтернет, млн. осіб
США	1 952	259
Великобританія	1 639	53
Німеччина	1 101	64
Франція	1 010	49
Китай	634	1 003
Іспанія	601	28
Італія	407	38
Мексика	134	60
Бразилія	123	119
Аргентина	118	26

Джерело: сформовано автором за даними джерела [16]

Таблиця 2

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів у США

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	Amazon	MR	Глобальний ринок	Універсальний	2 300
2	eBay	M	Глобальний ринок	Універсальний	637,9
3	Walmart.com	MR	США	Універсальний	446,4
4	Target.com	MR	США	Універсальний	249,5
5	Best Buy	MR	США, Канада, Мексика	Електроніка	180,3
6	Etsy	M	Глобальний ринок	Мистецтво, ремесла та подарунки	170,3
7	Wayfair	MR	Північна Америка, Європа	Господарські товари	86,7
8	Rakuten	M	Глобальний ринок	Універсальний	56,7
9	Poshmark	M	США	Fashion	38,3
10	AliExpress	M	Глобальний ринок	Універсальний	33,4

Умовні позначення:

* М – маркетплейс, MR – роздрібний торговець (інтернет-магазин), який працює також як маркетплейс

** щомісячні відвідування споживачів за даними веб-сайту "SimilarWeb" за лютий 2020 року

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

Таблиця 3

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів у Європі

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	Amazon	MR	Глобальний ринок	Універсальний	1 600
2	eBay	M	Глобальний ринок	Універсальний	633,8
3	AliExpress	M	Глобальний ринок	Універсальний	220,2
4	Allegro	M	Польща	Універсальний	203,8
5	Zalando	MR	Європа	Fashion	115,3
6	bol.com	MR	Нідерланди	Універсальний	76,2
7	Cdiscount.com	MR	Франція	Універсальний	65,0
8	Ozon	MR	Росія	Універсальний	62,3
9	Fnac	MR	Європа	Універсальний	58,0
10	OTTO	MR	Німеччина	Універсальний	56,1

Умовні позначення:

* М – маркетплейс, MR – роздрібний торговець (інтернет-магазин), який працює також як маркетплейс

** щомісячні відвідування споживачів за даними веб-сайту "SimilarWeb" за лютий 2020 року

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

Характеристика маркетплейсів Китаю, рівень щомісячного відвідування яких перевищує 1 млн. візитів, подана в табл. 6. Всі найбільш відвідувані торговельні майданчики в Китаї пропонують універсальний асортимент товарів. П'ять з десяти гравців є класичними маркетплейсами.

Економіка Японії є третьою за величиною у світі після США та Китаю, проте більшу частину інтернет-продажів забезпечують ці три маркетплейси [14]. До топ-3 входять два класичні маркетплейси (табл. 7).

Позиції маркетплейсу "Rakuten" у Японії є більш міцними, що підтверджує рівень відвідування сайту, який у 179,7 разів більше, ніж у Китаї.

Вищий рівень популярності має також "Amazon", кількість відвідувань сайту якого в Японії більше в 5 разів.

У структурі найбільш відвідуваних маркетплейсів Південної Америки переважають майданчики континентального характеру діяльності з універсальним асортиментом, що поєднують функції роздрібної торгівлі в інтернет-магазинах та надання простору для розміщення товарної пропозиції суб'єктами підприємницької діяльності (табл. 8). При цьому рівень купівельної активності значно поступається показникам ринку США. Так, кількість відвідувачів лідера ринку менше у 4,4 рази. Більш сильними є позиції місцевих торговельних майданчиків.

Маркетплейси Близького Сходу, рівень щомісячного відвідування яких перевищує 1 млн. візитів, представлені в табл. 9. Провідні позиції на ринку Близького Сходу займають маркетплейси турецького походження. Характерною особливістю є те,

Таблиця 4

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів у Великобританії

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	Amazon	MR	Глобальний ринок	Універсальний	416,9
2	eBay	M	Глобальний ринок	Універсальний	244,9
3	ASOS	MR	Глобальний ринок	Fashion	22,4
4	Etsy	M	Глобальний ринок	Мистецтво, ремесла та подарунки	19,4
5	Wayfair	MR	Північна Америка, Європа	Господарські товари	16,3
6	notonthehighstreet	M	Великобританія	Мистецтво, ремесла та подарунки	7,4
7	Wish	MR	Глобальний ринок	Універсальний	5,2
8	GAME	MR	Великобританія	Електроніка	5,0
9	Zalando	MR	Європа	Fashion	4,0
10	Discogs	M	Глобальний ринок	Музика	3,7

Умовні позначення:

* М – маркетплейс, MR – роздрібний торговець (інтернет-магазин), який працює також як маркетплейс

** щомісячні відвідування споживачів за даними веб-сайту "SimilarWeb" за лютий 2020 року

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

Таблиця 5

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів Південно-Східної Азії

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	Shopee	M	Південно-Східна Азія	Універсальний	197,8
2	Lazada	MR	Південно-Східна Азія	Універсальний	161,7
3	Tokopedia	M	Індонезія	Універсальний	72,4
4	JD.com	MR	Глобальний ринок	Універсальний	18,3
5	iPrice	M	Південно-Східна Азія	Універсальний	14
6	Zalora	MR	Південно-Східна Азія	Fashion	7,7
7	Qoo10	M	Південно-Східна Азія	Універсальний	7
8	Taobao	M	Китай	Універсальний	6,2
9	Amazon	MR	Глобальний ринок	Універсальний	3
10	Tmall	M	Китай	Універсальний	1,8
11	eBay	M	Глобальний ринок	Універсальний	1,4
12	Lelong.my	M	Малайзія	Універсальний	1,2

Умовні позначення:

* М – маркетплейс, MR – роздрібний торговець (інтернет-магазин), який працює також як маркетплейс

** щомісячні відвідування споживачів за даними веб-сайту "SimilarWeb" за лютий 2020 року

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

що всі гравці пропонують універсальний асортимент товарів, а також переважання виключно маркетплейсів, питома вага яких становить 83%.

"Amazon Australia" запущений лише наприкінці 2017 року, але вже посідає друге місце серед маркетплейсів Австралії та Нової Зеландії у рейтингу лідерів за кількістю відвідувачів (табл. 10).

Порівняно з іншими регіонами рівень відвідування маркетплейсів в Африці є невисоким, адже показник лідера ринку "Jumia" становить лише 31,8 млн. візитів на місяць (табл. 11). Це пояснюється низьким рівнем довіри до онлайн-платежів, нерозвиненою логістикою та іншими причинами [14].

Висновки з проведеного дослідження.

Розвиток B2C-маркетплейсів у світовій електронній роздрібній торгівлі має певну специфіку залежно від регіону та країни. Характерною особливістю маркетплейсів-лідерів є переважно універсальна товарна спеціалізація. При цьому вони мають як глобальний, так і національний характер діяльності. У Європі загалом, Великобританії, Південній Америці, Австралії та Нової Зеландії серед підходів до організації діяльності домінує застосування комбінованої бізнес-моделі. Маркетплейси з Південно-Східної Азії, Китаю, Японії, Близького Сходу, Африки віддають перевагу класичній моделі.

Таблиця 6

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів у Китаї

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	Taobao	M	Китай	Універсальний	455,1
2	JD.com	MR	Глобальний ринок	Універсальний	284,7
3	Tmall	M	Китай	Універсальний	177,1
4	Amazon	MR	Глобальний ринок	Універсальний	114,5
5	eBay	M	Глобальний ринок	Універсальний	15,2
6	PayPay Mall	M	Японія	Універсальний	14,3
7	Shopee	M	Південно-Східна Азія	Універсальний	11,3
8	Vipshop	MR	Китай	Універсальний	4,9
9	Lazada	MR	Південно-Східна Азія	Універсальний	4,8
10	Rakuten	M	Глобальний ринок	Універсальний	2,9
11	Kaola	M	Китай	Універсальний	2,5
12	Walmart.com	MR	США	Універсальний	1,6

Умовні позначення:

* М – маркетплейс, MR – роздрібний торговець (інтернет-магазин), який працює також як маркетплейс

** щомісячні відвідування споживачів за даними веб-сайту "SimilarWeb" за лютий 2020 року

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

Таблиця 7

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів у Японії

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	PayPay Mall	M	Японія	Універсальний	2 000
2	Amazon	MR	Глобальний ринок	Універсальний	576,6
3	Rakuten	M	Глобальний ринок	Універсальний	521,1

Умовні позначення:

* М – маркетплейс, MR – роздрібний торговець (інтернет-магазин), який працює також як маркетплейс

** щомісячні відвідування споживачів за даними веб-сайту "SimilarWeb" за лютий 2020 року

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

Таблиця 8

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів Південної Америки

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	<u>Mercado Libre</u>	M	Південна Америка	Універсальний	519,8
2	<u>Americanas</u>	MR	Бразилія	Універсальний	133,8
3	Amazon	MR	Глобальний ринок	Універсальний	56,6
4	AliExpress	M	Глобальний ринок	Універсальний	39,2
5	Casas Bahia	MR	Бразилія	Універсальний	36,2
6	Submarino	MR	Бразилія	Універсальний	33,1
7	Dafiti	MR	Південна Америка	Fashion	30,4
8	Extra	MR	Бразилія	Універсальний	16,9
9	Linio	M	Південна Америка	Універсальний	11,6
10	Wish	MR	Глобальний ринок	Універсальний	9,7
11	Privalia	MR	Бразилія, Мексика, Італія, Іспанія	Fashion	2,7
12	Shopee	M	Південно-Східна Азія	Універсальний	1,6
13	Farfetch	M	Глобальний ринок	Fashion	1,4

Умовні позначення:

* М – маркетплейс, MR – роздрібний торговець (інтернет-магазин), який працює також як маркетплейс

** щомісячні відвідування споживачів за даними веб-сайту "SimilarWeb" за лютий 2020 року

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

Таблиця 9

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів Близького Сходу

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	trendyol	M	Туреччина	Універсальний	80,2
2	n11	M	Туреччина	Універсальний	76,9
3	GittiGidiyor	M	Туреччина	Універсальний	46,6
4	Amazon	MR	Глобальний ринок	Універсальний	22,3
5	Souq	M	Близький Схід	Універсальний	9,3
6	Flipkart	M	Індія	Універсальний	1

* М – маркетплейс, MR – роздрібний торговець (інтернет-магазин), який працює також як маркетплейс

** щомісячні відвідування споживачів за даними веб-сайту "SimilarWeb" за лютий 2020 року

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

Таблиця 10

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів Австралії та Нової Зеландії

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	eBay	M	Глобальний ринок	Універсальний	63,3
2	Amazon	MR	Глобальний ринок	Універсальний	25,8
3	Trade Me	M	Нова Зеландія	Універсальний	18,8
4	Catch.com.au	MR	Австралія	Універсальний	7,8
5	The Iconic	MR	Австралія, Нова Зеландія	Fashion	5,8
6	ASOS	MR	Глобальний ринок	Fashion	5,2
7	MyDeal.com.au	M	Австралія	Універсальний	2,4
8	Target.com	MR	США	Універсальний	1,9

Умовні позначення:

* М – маркетплейс, MR – роздрібний торговець (інтернет-магазин), який працює також як маркетплейс

** щомісячні відвідування споживачів за даними веб-сайту "SimilarWeb" за лютий 2020 року

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

Таблиця 11

Характеристика найбільш відвідуваних маркетплейсів Африки

№	Назва	Тип*	Географія діяльності (регіон/країна)	Товарна спеціалізація	Кількість відвідувань сайту, млн. візитів на місяць**
1	Jumia	M	Африка	Універсальний	31,8
2	Souq	M	Близький Схід	Універсальний	16,6
3	Konga	M	Нігерія	Універсальний	2,5

Умовні позначення:

* М – маркетплейс

** орієнтовні щомісячні відвідування за лютий 2020 року за даними веб-сайту "SimilarWeb"

Джерело: сформовано автором за даними джерела [14]

Перспективність маркетплейсів як суб'єктів підприємницької діяльності приведе до подальшого зростання їх ролі на світовому ринку електронної торгівлі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 83–102.
- Костриба Н.В., Шелест О.М., Щеголь Г.М. Зелена книга. Ринок електронної комерції. URL:

<https://regulation.gov.ua/book/117-zelena-kniga-rinok-elektronnoi-komercii> (дата звернення: 14.07.2020).

3. Марусей Т.В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 1011–1015. http://www.economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/144.pdf (дата звернення: 12.07.2020).

4. Одарченко А.М., Сподар К.В. Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні. *Бізнес-Інформ*. 2015. № 1. С. 342–346.

5. Плотніченко І.Б. Оцінка сучасного стану та тенденцій розвитку електронної комерції України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 15. Ч. 4. С. 149–153.

6. Просович О.П., Боцман Ю.С. Маркетплейс як дієвий інструмент цифрового маркетингу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка. Проблеми економіки та управління»*. 2018. Вип. 2. С. 32–38.

7. Ховрак І.В. Електронна комерція в Україні: переваги та недоліки. *Економіка. Фінанси. Право*. 2013. № 4. С. 16–20.

8. Чайковська В.П. Електронна комерція в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. *Інтелект XXI*. 2016. № 3. С. 38–48.

9. Яценко О.М., Грязіна А.С., Шевчик О.О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 8 (218). С. 4–15.

10. Abraham J. Global Ecommerce Report. *Ecommerce Foundation*. 2018. URL: <https://www.internetaalliance.my/wp-content/uploads/2018/10/Global-B2C-e-Commerce-Country-Report-2018.pdf> (дата звернення: 04.07.2020).

11. Abrams K. Western Europe Ecommerce Trends in 2019. *eMarketer Logo*. 2019. URL: <https://www.emarketer.com/content/western-europe-ecommerce-trends-2019> (дата звернення: 04.07.2020).

12. Clement J. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2023. *Statista*. 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales> (дата звернення: 04.07.2020).

13. Herpin T. The TOP 10 e-commerce markets you should target in the world. *E-Commerce Nation*. 2018. URL: <https://www.ecommerce-nation.com/the-top-10-e-commerce-markets-you-should-target-in-the-world> (дата звернення: 05.07.2020).

14. Merton K. The World's Top Online Marketplaces 2020. *Webretailer*. URL: <https://www.webretailer.com/b/online-marketplaces> (дата звернення: 04.07.2020).

15. Orendorff A. Global Ecommerce Marketplaces: The Complete List by Region and Sales. *Shopify.com*. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-marketplace> (дата звернення: 05.07.2020).

16. The Global Ecommerce Playbook. URL: https://cdn.shopify.com/s/files/1/0898/4708/files/The_Global_Ecommerce_Playbook.pdf (дата звернення: 05.07.2020).

17. Weber R.H. The expansion of e-commerce in Asia-Pacific trade agreements. *International Environment House 2*. URL: <http://e15initiative.org/blogs/the-expansion-of-e-commerce-in-asia-pacific-trade-agreements> (дата звернення: 04.07.2020).

REFERENCES:

1. Hlinenko L.K., Daynovskyy Y.A. (2018) Stan i perspektvy rozvytku elektronnoi torhivli Ukrainy [State-of art and prospects of development of Ukrainian electronic commerce]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 1, pp. 83–102.

2. Kostyba N.V., Shelest O.M., Shchepoch H.M. (2018) Zelena knyha. Rynok elektronnoi komertsii [Green Paper. E-commerce market]. URL: <https://regulation.gov.ua/book/117-zelena-kniga-rinok-elektronnoi-komercii> (accessed 14 July 2020).

3. Marusei T.V. (2018) Osnovni tendentsii rozvytku rynku elektronnoi komertsii v Ukraini [The main trends in the development of the e-commerce market in Ukraine].

Ekonomika i suspilstvo (electronic journal), vol. 14, pp. 1011–1015. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/144.pdf (accessed 12 July 2020).

4. Odarchenko A.M., Spodar K.V. (2015) Osoblyvosti elektronnoi komertsii ta perspektvy yii rozvytku v Ukraini [Features of Electronic Commerce and Prospects of its Development in Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 1, pp. 342–346.

5. Plotnichenko I.B. (2015) Otsinka suchasnoho stanu ta tendentsii rozvytku elektronnoi komertsii Ukrainy [Assessment of the current state and development trends e-commerce of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, vol. 15, no. 4, pp. 149–153.

6. Prosovich O.P., Botsman Y.S. (2018) Marketpleis yak diievyi instrument tsyfrovoho marketynhu [Marketplace as an effective digital marketing tool]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika. Problemy ekonomiky ta upravlinnia"*, vol. 2, pp. 32–38.

7. Khovrak I.V. (2013) Elektronna komertsiiia v Ukraini: perevahy ta nedoliky [E-commerce in Ukraine: advantages and disadvantages]. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, no. 4, pp. 16–20.

8. Chaikovska V.P. (2016) Elektronna komertsiiia v Ukraini: suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku [E-commerce in Ukraine: current state and development trends]. *Intelekt XXI*, no. 3, pp. 38–48.

9. Yatsenko O.M., Hriazina A.S., Shevchy O.O. (2019) Elektronna komertsiiia yak element hlobalnoi torhovelnoi systemy [E-commerce as an element of the global trading system]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 8 (218), pp. 4–15.

10. Abraham J. 2018 Global Ecommerce Report. *Ecommerce Foundation*. URL: <https://www.internetaalliance.my/wp-content/uploads/2018/10/Global-B2C-e-Commerce-Country-Report-2018.pdf> (accessed 04 July 2020).

11. Abrams K. Western Europe Ecommerce Trends in 2019. *eMarketer Logo*. URL: <https://www.emarketer.com/content/western-europe-ecommerce-trends-2019> (accessed 04 July 2020).

12. Clement J. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2023. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales> (accessed 04 July 2020).

13. Herpin T. The TOP 10 e-commerce markets you should target in the world. *E-Commerce Nation*. URL: <https://www.ecommerce-nation.com/the-top-10-e-commerce-markets-you-should-target-in-the-world> (accessed 05 July 2020).

14. Merton K. The World's Top Online Marketplaces 2020. *Webretailer*. URL: <https://www.webretailer.com/b/online-marketplaces> (accessed 04 July 2020).

15. Orendorff A. Global Ecommerce Marketplaces: The Complete List by Region and Sales. *Shopify.com*. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-marketplace> (accessed 05 July 2020).

16. The Global Ecommerce Playbook. URL: https://cdn.shopify.com/s/files/1/0898/4708/files/The_Global_Ecommerce_Playbook.pdf (accessed 05 July 2020).

17. Weber R.H. The expansion of e-commerce in Asia-Pacific trade agreements. *International Environment House 2*. URL: <http://e15initiative.org/blogs/the-expansion-of-e-commerce-in-asia-pacific-trade-agreements> (accessed 04 July 2020).

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ У ЛОГІСТИЦІ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР EVALUATION OF MANAGEMENT EFFICIENCY IN OIL CROP LOGISTICS

УДК 336.531.2

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-3>

Колодійчук В.А.

д.е.н., професор кафедри менеджменту
Львівський національний університет
ветеринарної медицини

та біотехнологій імені С.З. Гжицького

Крупка З.М.

аспірант кафедри менеджменту
Львівський національний університет
ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С.З. Гжицького

Kolodiychuk Volodymyr

Lviv National University of Veterinary
Medicine and Biotechnology
named after S.Z. Gzhysky

Krupka Zoriana

Lviv National University of Veterinary
Medicine and Biotechnology
named after S.Z. Gzhysky

У статті обґрунтовано, що зі збільшенням впливу зовнішнього ділового середовища та навіть внутрішнього середовища, в якому функціонує сільськогосподарське підприємство, виникає потреба приділяти увагу вивченню процесів, що відбуваються в навколишньому діловому середовищі, а також розробляти або вдосконалювати методи, які дають змогу оцінити їх вплив на управління підприємством загалом. Доведено, що з урахуванням значного аграрного потенціалу країни важливим є налагодження усіх складових частин, які забезпечують ефективне функціонування аграрного сектору. У сучасних умовах глобалізації світової торгівлі важливо не лише виробити якісну продукцію у достатній кількості, але й забезпечити своєчасне постачання цієї продукції до потенційних покупців, налагодити логістику. У процесі дослідження встановлено, що нині виробники олійних культур мають низку проблем щодо організації логістичної системи, частина яких пов'язана з ефективністю менеджменту.

Ключові слова: ефективність, менеджмент, логістика, аграрний сектор, олійні культури, інфраструктура, інтеграція.

В статье обосновано, что с увеличением влияния внешней деловой среды и даже

внутренней среды, в которой функционирует сельскохозяйственное предприятие, возникает потребность уделять внимание изучению процессов, происходящих в окружающей деловой среде, а также разрабатывать или совершенствовать методы, позволяющие оценить их влияние на управление предприятием в целом. Доказано, что с учетом значительного аграрного потенциала страны важным является налаживание всех составляющих, которые обеспечивают эффективное функционирование аграрного сектора. В современных условиях глобализации мировой торговли важно не только произвести качественную продукцию в достаточном количестве, но и обеспечить своевременную поставку этой продукции к потенциальным покупателям, наладить логистику. В процессе исследования установлено, что сейчас производители масличных культур имеют ряд проблем касательно организации логистической системы, часть которых связана с эффективностью менеджмента.

Ключевые слова: эффективность, менеджмент, логистика, аграрный сектор, масличные культуры, инфраструктура, интеграция.

It is substantiated that with increasing influence of the external business environment and even the internal environment in which the agricultural enterprise operates, there is a need to pay attention to studying the processes occurring in the business environment, as well as to develop or improve methods to assess their impact on management. It is proved that given the significant agricultural potential of the country, it is important to establish all the components that ensure the effective functioning of the agrar sector. In the current conditions of globalization of world trade, it is important not only to produce quality products in sufficient quantities, it is also important to ensure timely delivery of these products to potential buyers, to establish logistics. The models possible for estimating the efficiency of logistics flow management are singled out: "Lorenz Meisel Balanced Scorecard System" model, "BSC Norton-Kaplan" model, "Economic value added model", "Efficiency pyramid" model. The study found that oil producers currently have a number of problems with the organization of the logistics system, some of which are related to the effectiveness of management. The article identifies two main approaches to the interpretation of the logistics management essence: as a process of the logistics system administration and as a structural element of enterprise management. It is determined that the main logistics functions are inventory planning and management, warehousing and storage, procurement of goods and services, transportation and logistics services. Among the key problems of logistics of oilseeds are the following: logistics costs occupy a significant share in the final cost of production, the quality of transport services and the level of transport services is quite low, the problem is information and advisory support of producers and their support in organizing logistics flows, certain problems with investor protection. The main criteria for the effectiveness of logistics functions are costs, assets, and time and customer satisfaction. The economic conditions that contribute to the effective management of logistics functions are highlighted. Organizational conditions for ensuring the effectiveness of logistics functions management have been established.

Key words: efficiency, management, logistics, agricultural sector, oilseeds, infrastructure, integration.

Постановка проблеми. Діяльність підприємств у глобальних соціально-економічних умовах розвитку сучасного суспільства та нестабільного ділового середовища значною мірою визначається ефективністю управління. Організації, які приділяють значну увагу оцінюванню ефективності управління, є більш конкурентоспроможними та стійкими, у них більше можливостей розвиватися в різних аспектах. Особливо актуальним це є для аграрного сектору, який розвивається стрімкими темпами та має значні резерви зростання.

У сучасних умовах викликів внутрішнього та зовнішнього середовища одним із пріоритетних напрямів удосконалення управління, крім економічних, виробничих, технологічних та організаційних процесів на підприємстві, є систематизація підходів до ефективного практичного управління.

Ефективність управління на підприємстві є головним резервом для покращення кінцевих результатів діяльності. При цьому для забезпечення високої ефективності управління організацією необхідно систематично проводити її оцінювання, що приносить визначеність, показує тенденцію та результати.

Огляд наявних методологічних засад оцінювання ефективності управління аграрними підприємствами, особливо вертикально інтегрованими формуваннями, а також узагальнення та аналіз отриманих даних становить значний теоретичний та практичний інтерес. Зміни, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому діловому середовищі підприємства, спричиняють появу нових методів оцінювання ефективності управління. За цих обставин вимога керованості підприємств є

одним з найважливіших критеріїв оцінювання його бізнес-ефективності. Вищезазначене обумовлює актуальність публікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання оцінювання ефективності управління в сучасних соціально-економічних умовах, особливо під час функціонування складних логістичних систем, недостатньо вивчені в науковій літературі. Водночас нині є значна кількість інформаційних ресурсів, де відображаються дані щодо стану аграрних ринків та основні тенденції на цих ринках [1–6].

Нині не існує єдиного розуміння того, які конкретні основні елементи, показники та критерії визначають ефективність управління підприємством. Лише окремими науковцями частково досліджена ця тематика. Так, Н.І. Чухрай досліджувала логістичне забезпечення інноваційної діяльності підприємства, надавши методичні рекомендації [7]. О.І. Відоменко проводив дослідження еволюції становлення логістики як науки [8]. В.Г. Банько та інші автори розробляли методику аналізу ефективності менеджменту [9; 10]. А.Г. Кальченко досліджував специфіку розвитку логістики в аграрному секторі [11]. В.І. Перебийніс досліджував транспортно-логістичні системи підприємств, а саме їх формування та функціонування [12]. Т.О. Колодізева вивчала інноваційні технології в логістиці [13]. О.В. Ковальчук досліджував інновації у логістичній діяльності підприємства [14]. Л.М. Болдирева досліджувала інновації у логістиці, а саме їх теоретико-методологічні та практичні аспекти [15]. І.В. Шевченко досліджував впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств як фактор підвищення конкурентоспроможності [16].

Аналіз літературних джерел дає змогу стверджувати, що категорія «ефективність управління» використовується в різних варіаціях і щодо різних явищ у досить різноманітних наукових дослідженнях та практичних заходах. У сучасній науковій літературі, що стосується менеджменту, представлені різноманітні теоретико-методологічні підходи до розуміння цього терміна, які виражаються в характеристиках та способах його подання у вигляді показників та критеріїв.

Багато вчених розглядають ефективність управління насамперед як рівень досягнення цілей, встановлену стратегію, темп та етапи функціонування й розвитку соціально-економічної, виробничої, організаційної чи технічної системи, рівень її організації та діяльності. Інакше ефективність управління розуміють як еквівалентні та взаємопов'язані поняття [7; 9; 11].

На основі огляду літератури можна зробити деякі висновки щодо того, що значна кількість авторів визнає концепцію ефективності управління складною проблемою, хоча досить стійкою, системною

та всеосяжною, яка зачіпає майже всі бізнес-процеси підприємств різних сфер діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є оцінювання сучасних підходів до оцінювання ефективності управління на підприємстві та дослідження методики аналізу ефективності менеджменту у логістиці олійних культур.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Через те, що досить важко забезпечити вимірювані оцінки на практиці, при цьому кількісні порівняння параметрів керованого об'єкта часто неможливі, оцінити всі аспекти та процеси, що відбуваються в управлінні, практично неможливо. Іноді оцінка ефективності управління обмежується аналізом економічного та фінансового стану компанії. Методи, найбільш широко використовувані для оцінювання ефективності управління, можна представити за допомогою таких моделей, як Модель «Lorens Meisel Balanced Scorecard System», Модель «BSC Norton-Kaplan», Модель «економічної доданої вартості», Модель «Піраміда ефективності» (рис. 1).

З представлених моделей оцінки ефективності управління можна зробити висновок, що всі вони включають такі основні елементи:

- управлінська ефективність, яка показує якість відповідності отриманих економічних показників їх запланованим або визначеним значенням для конкретного моменту часу;
- ресурсомісткість управління, що розглядається як співвідношення між досягнутою економічною вигодою та всіма видами ресурсів, витраченими на її досягнення;
- операційна ефективність, що визначається часом, необхідним для досягнення цілей корпоративної діяльності.

Таким чином, ефективність управління на підприємстві слід розуміти як ступінь організації певних дій орієнтованого на завдання довгострокового функціонування економічних і соціальних систем, що дає змогу максимально використовувати та нарощувати його потенціал, особливо потенціал управління.

Осмислення методичних підходів до оцінювання ефективності управління організацією вимагає врахування показників, критеріїв та параметрів, які описують основні джерела її виникнення, прояви та принципи їх взаємодії, а також вплив на організацію.

З огляду на значний аграрний потенціал країни важливим є налагодження усіх складових частин, які забезпечують ефективне функціонування аграрного сектору. У сучасних умовах глобалізації світової торгівлі важливо не лише виробити якісну продукцію у достатній кількості, але й забезпечити своєчасне постачання цієї продукції до потенційних покупців. Відповідно, з кожним роком зростає значення логістики.



Рис. 1. Моделі, найбільш широко використовувані для оцінювання ефективності управління

Джерело: побудовано на основі даних джерел [11; 14]

У сучасних умовах господарювання від швидкості та надійності доставки залежить як ділова репутація компанії, так і її фінансові показники. Частку перевезень аграрної продукції різними видами транспорту представлено на рис. 2.

Слід відзначити, що для внутрішнього перевезення нині головними логістичними сполученнями є залізниця (77% перевезень) та автотранспорт (22% перевезень). Аналізуючи структуру виробництва сільськогосподарської продукції в Україні, маємо зазначити, що провідні позиції належать

зерновим та олійним культурам. Вітчизняні товаровиробники повною мірою задовольняють внутрішні потреби та формують значний експортний потенціал. Україна нині є одним зі світових лідерів з виробництва соняшникової олії. Баланс олійних культур в Україні представлено в табл. 1.

Основними компаніями-експортерами соняшникової нерафінованої олії є:

1) «Кернел» (ЗАТ Полтавський ОЕЗ, ЗАТ Приколотнянський ОЕЗ, ВАТ Вовчанський ОЕЗ, ВАТ Кіровоградолія, ТОВ «Екотранс»);

2) «Каргілл», «Сантрейд» (ЗАТ, Дніпропетровський ОЕЗ);

3) «Серна» «Віойл» (ЗАТ, Вінницький ОЖК, ВАТ, Чернівецький ОЖК).

Основними олійними культурами є соняшник, соя та ріпак. Надходження та наявність насіння олійних культур (соняшника, сої, ріпаку) на підприємства України представлено в табл. 2.

Слід відзначити, що нині виробники олійних культур мають низку проблем, пов'язаних з організацією логістичної системи та управлінням нею. Серед ключових проблем логістики олійних культур можна виділити такі:

1) логістичні витрати мають значну частку у кінцевій собівартості продукції, при цьому досить

низькою є якість транспортного обслуговування та рівень надання транспортних послуг;

2) проблемними питаннями є інформаційно-консультативне забезпечення виробників продукції та їх підтримка під час організації логістичних потоків;

3) в Україні є певні проблеми із захистом прав інвесторів та створенням сприятливих умов для їх діяльності;

4) конкурентоспроможність вітчизняних трейдерів є значно нижчою порівняно з іноземними;

5) за останні роки не було проведено необхідних реформ, спрямованих на модернізацію логістичної інфраструктури задля дотримання європейських стандартів;

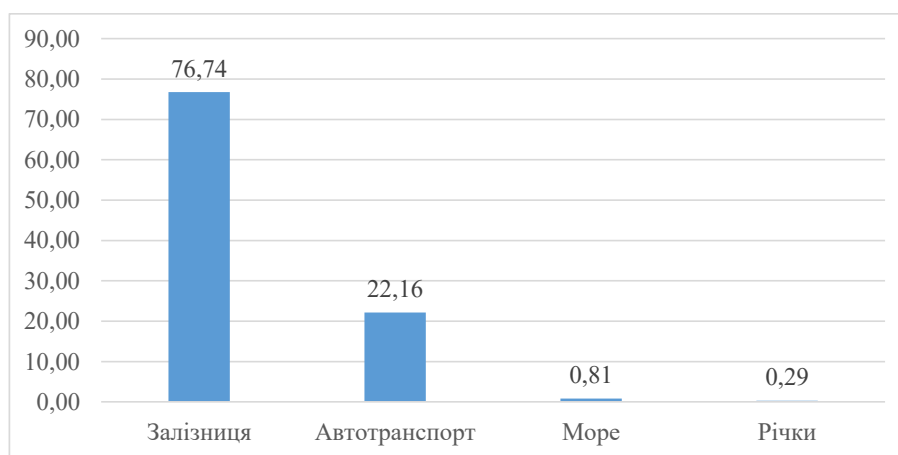


Рис. 2. Частка перевезень аграрної продукції різними видами транспорту

Джерело: побудовано на основі даних джерел [1; 5]

Таблиця 1

Баланс олійних культур в Україні, тис. т

Баланс олійних, тис. т	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік
Збиральні площі, тис. га	7 867	7 973	8 735	8 828	8 935
Виробництво	16 213	16 849	20 098	18 330	21 377
Імпорт	31	22	23	41	45
Загальна пропозиція	16 243	16 872	20 122	18 374	21 425
Експорт	4 438	3 804	4 553	5 072	4 741
Переробка на олію	10 847	11 968	14 353	12 066	11 353
Насіння	246	290	311	313	276
Внутрішній розподіл	15 524	16 055	19 216	17 454	16 365

Джерело: побудовано на основі даних джерел [1; 3]

Таблиця 2

Надходження та наявність насіння олійних культур (соняшник, соя, ріпак) на підприємства України, 2019 рік

Олійні культури	Наявність на кінець звітного періоду, т	Куплено з початку року, т	Середня ціна купівлі за 1 т, з початку року	Перероблено, т, з початку року
Соняшник	535 625	1 720 241	8 648	7 387 516
Боби сої	195 154	626 315	8 198	1 075 312
Насіння ріпаку	937 872	735 488	9 545	20 693

Джерело: побудовано на основі даних джерел [1; 5]

6) надмірним є сезонне навантаження на логістичну систему у період збору урожаю сільськогосподарських культур;

7) проблемним питанням є брак кваліфікованих кадрів, які могли б організувати логістичні потоки за переміщення продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Отже, ефективність управління логістичними потоками на аграрних підприємствах означає створення найкращих соціальних та економічних умов діяльності організації з точки зору досягнення цілей та стратегій, визначених керівництвом компанії, у встановлений термін за визначеними якісними та кількісними показниками ефективності та найменш витраченими ресурсами. Розроблення, реалізація та практичні дії із застосування методів оцінювання ефективності управління нині є важливими та необхідними умовами покращення фінансового, економічного та соціального стану підприємства.

Висновки з проведеного дослідження.

Ефективність управління організацією є найважливішою умовою покращення кінцевих результатів, насамперед фінансово-економічних показників діяльності організації, хоча вона враховує також соціально-психологічні аспекти. Наявний розрив у системі управління виробництвом та загалом у системі управління підприємством має бути усунений на основі підвищення ефективності та якості роботи вищих керівників. Ефективність управління організацією багато в чому залежить від корисного використання ресурсів і резервів управління, заснованих на використанні загальних і конкретних функцій, принципів і методів управління, їх структурі та взаємодії в процесі управління організацією.

Моделями, які можуть бути використані для управління логістичною системою, є Модель "Lorenz Meisel Balanced Scorecard System", Модель "BSC Norton-Kaplan", Модель «економічної доданої вартості», Модель «Піраміда ефективності».

Слід відзначити, що нині виробники олійних культур мають низку проблем, пов'язаних з організацією логістичної системи. Серед ключових проблем логістики олійних культур можна виділити такі: логістичні витрати мають значну частку у кінцевій собівартості продукції; досить низькою є якість транспортного обслуговування та рівень надання транспортних послуг; проблемними питаннями є інформаційно-консультативне забезпечення виробників продукції та їх підтримка під час організації логістичних потоків; є певні проблеми із захистом прав інвесторів та створенням сприятливих умов для їх діяльності; конкурентоспроможність вітчизняних трейдерів є значно нижчою порівняно з іноземними. Вищезазначене обумовлює подальшу необхідність підвищення ефективності управління логістичними потоками.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Олійні культури: тенденції на ринку. *Агробізнес*. URL: <http://agrobusiness.com.ua/agro/ekonomichnyi/hektar/item/%2015275%20oliini/kultura/tendentsii%20na%20rynku.html> (дата звернення: 30.06.2020).
2. Такі різні олії: що краще експортувати. *Агропрофі*. URL: <http://agroprofi.com.ua/stati/1664/taki-rizni-oliyi-shcho-krashe-eksportuvaty> (дата звернення: 30.06.2020).
3. Регіональна статистика / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sestr.htm (дата звернення: 27.06.2020).
4. Global Risks 2020, 15th Edition is published by the World Economic Forum / World Economic Forum. Geneva, 2020. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf (дата звернення: 30.06.2020).
5. Website of the State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 30.06.2020).
6. Індекс інвестиційної привабливості України. ЕБА. 2019. URL: https://eba.com.ua/wpcontent/uploads/2019/07/Invest_UKR_1_half_2019.pdf (дата звернення: 30.06.2020).
7. Чухрай Н.І. Логістичне забезпечення інноваційної діяльності підприємства : методичні рекомендації / за наук. ред. Є.В. Крикавського. Львів : ІРД НАН України, 2003. 44 с.
8. Відоменко О.І. Дослідження еволюції становлення логістики як науки. *Соціум. Наука. Культура* : матеріали восьмої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24–26 січня 2012 року). URL: <http://intkonf.org/kotsyuchenko-gv-ken-vidomenko-oi-doslidzhennya-evolyutsiyi-stanovlennyalogistiki-yak-nauki> (дата звернення: 30.06.2020).
9. Банько В.Г. Логістика : навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. Київ : КНТ, 2007. 332 с.
10. Транспортная логистика : учебное пособие / под. ред. Л.Б. Миротина. Москва : МГАДИ(ТУ), 1996. 145 с.
11. Кальченко А.Г. Логістика : підручник. Київ : КНЕУ, 2003. 284 с.
12. Перебийніс В.І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування : монографія. Полтава : РВВ, 2005. 207 с.
13. Колодізева Т.О. Інноваційні технології в логістиці : навчальний посібник. Харків : вид. ХНЕУ, 2013. 268 с.
14. Ковальчук О.В. Інновації у логістичній діяльності підприємства. *Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы* : сборник трудов IX международной научно-практической конференции УО «Полесский государственный университет», г. Пинск, 22 мая 2015 года ; Министерство образования Республики Беларусь и др. ; редкол.: К.К. Шебеко и др. Пинск : ПолесГУ, 2015. С. 89–91.
15. Болдирева Л.М. Інновації в логістиці: теоретико-методологічні та практичні аспекти. *Економіка Крима*. 2011. № 1 (34). С. 18–23.
16. Шевченко І.В. Впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств як фактор підвищення конкурентоспроможності. *Конку-*

рентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (18–19 листопада 2015 року). Харків : ФОП Лібуркіна Л.М., 2015. С. 307–310.

REFERENCES:

1. Ahrobiznes (2019), "Oilseed crops: market trends" [Oilseeds: market trends], Available at: <http://agrobusiness.com.ua/agro/ekonomichnyi/hektar/item/%2015275%20oliini%20kultury%20tendentsii%20na%20rynku.html> (accessed 30 June 2020).
2. Ahroprofi (2018), "These are different oils: which is best to export" [Such different oils: what is better to export]. Available at: <http://agroprofi.com.ua/statsti/1664%20taki%20rizni%20oliyi%20shcho%20krashche%20eksportuvaty> (accessed 30 June 2020).
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny (2020) Rehional'na statystyka [Regional statistics]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sestr.htm (accessed 30 June 2020).
4. Global Risks 2020, 15th Edition is published by the World Economic Forum (2020) World Economic Forum. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf (accessed 30 June 2020).
5. State statistics service of Ukraine (2018). [Web-site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 30 June 2020).
6. Indeks investytsiinoi pryvablyvosti. EBA. 2019. [Index of investment attractiveness of Ukraine]. URL: https://eba.com.ua/wpcontent/uploads/2019/07/Invest_UKR_1_half_2019.pdf (accessed 30 June 2020).
7. Chukhrai N.I. (2003), "Logistics support innovation enterprises: Methodical recommendations", ["Logistychne zabezpechennja innovacijnoi' dijal'nosti pidpryemstva: metodychni rekomendacii"], Under sciences. ed. E.V. Krykavsky, Lviv, IRD Sciences of Ukraine. (in Ukrainian)
8. Vidomenko, O.I. (2012), "Study the evolution of logistics as a science", ["Doslidzhennja evoljucii' stanovlennja logistyky jak nauky"], O.I. Vidomenko, G.V. Kotsyuchenko, Society Science Kultura, Materials Eighth International nauk. and practical. Internet Conf., 24–26 January 2012, available at: <http://intkonf.org/kotsyuchenko-gv-ken-vidomenko-oidoslidzhennja-evolyutsiyi-standovlennja-logistiki-yak-nauki> (accessed 30 June 2020).
9. Ban'ko V.G. (2007), "Logistics: teach. guidances", ["Logistyka: navch. posib."], V.G. Ban'ko, 2nd ed., Revised, K., CST. (in Ukrainian)
10. "Transport Logistics: Ouch. Collec.", ["Transportnaja logistika: uch. posob."], Under. ed. L.B. Mirotin, M., MGADA (TU), 1996 (in Russian)
11. Kalchenko A.G. (2003), "Logistics textbook", ["Logistyka : pidruch."], A.G. Kalchenko, Kyiv : Kyiv National Economic University. (in Ukrainian)
12. Predrag V.I. (2005), "Transport and logistics companies: formation and functioning", ["Transportno-logistychni systemy pidpryemstv: formuvannja ta funkcionuvannja"], Monograph, V.I. Predrag, A. Predrag, Poltava, RIO Start. (in Ukrainian)
13. Kolodizieva, T.O. & Rudenko, H.R. (2013). Innovatsiini tekhnolohii v lohistytsi : navchalnyi posibnyk [Innovative technologies in logistics : manual]. Kharkiv : Vyd. KhNeU. (in Ukrainian)
14. Kovalchuk, O.V. (2015). Innovatsii u lohistychnii diialnosti pidpryemstva [Innovations in the logistic activity of the enterprise]. Ustoichivoe razvitie ekonomiki: sostoianie, problem, perspektivy. Sbornik trudov IX mezhd. nauchno-praktich. konf. UO "Poleskii gosudarstvennyi universitet", Pinsk, 22 maiia 2015 g. Sustainable development of the economy: state, problems, prospects. Collection of works of the IX international scientificpractical conference, UO "Poles State University", Pinsk, May 22, 2015, pp. 89–91.
15. Boldyreva, L.M. (2011). Innovatsii v lohistytsi: teoretyko-metodolohichni ta praktychni aspekty [Innovations in logistics: theoretical, methodological and practical aspects]. Ekonomika Kryma. – Economy of the Crimea, no. 1 (34), pp. 18–23.
16. Shevchenko, I.V. (2015). Vprovadzhennia innovatsii u lohistychnu diialnist vitchyznianykh pidpryemstv yak faktor pidvyshchennia konkurentospromozhnosti [Implementation of innovations into logistic activities of domestic enterprises as a factor of increasing competitiveness]. Elektronnyi dodatok do materialiv Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii: "Konkurentospromozhnist ta innovatsii : problem nauky ta praktyky" : 18–19 lystopada 2015 roky. – Electronic application to the materials of the International scientific and practical conference "Competitiveness and innovations: problems of science and practice"; November 18–19, pp. 307–310.

ЕВОЛЮЦІЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

EVOLUTION OF THE USUAL REGULATION OF THE EUROPEAN SERVICE SYSTEM

У статті узагальнено й розглянуто еволюцію державного регулювання європейської банківської системи. Охарактеризовано аналіз діяльності Європейської системи центральних банків та названо основні інструменти регулювання банківської системи в країнах Європи. Окреслено Директиву «Про скасування обмежень свободи підприємництва та свободи надання послуг щодо самостійної діяльності банків та інших фінансових установ». Розглянуто мету створення Директиви «Про обмеження переміщення капіталу». Охарактеризовано Директиву «Щодо створення та діяльності кредитних установ». Надано аналіз чотирирівневої системи законодавчого регулювання фінансових ринків. Висвітлено діяльність Директиви «Про створення та діяльність кредитних установ». Узагальнено головну мету створення європейської системи фінансового нагляду. Розглянуто діяльність Європейської ради із системних ризиків та Об'єднаного комітету європейських наглядових органів. Висвітлено основну мету діяльності Базельського комітету з банківського нагляду. Показано головні аспекти та основні недоліки діяльності Базеля I. Названо головні принципи Базеля III.

Ключові слова: державне регулювання, банківська система, європейське законодавство, директива, Базельський комітет.

В статті обобщена и рассмотрена эволюция государственного регулирования евро-

пейской банковской системы. Охарактеризован анализ деятельности Европейской системы центральных банков и названы основные инструменты регулирования банковской системы в странах Европы. Очерчена Директива «Об отмене ограничений свободы предпринимательства и свободы предоставления услуг по самостоятельной деятельности банков и других финансовых учреждений». Рассмотрена цель создания Директивы «Об ограничении перемещения капитала». Охарактеризована Директива «О создании и деятельности кредитных учреждений». Предоставлен анализ четырехуровневой системы законодательного регулирования финансовых рынков. Отражена деятельность Директивы «О создании и деятельности кредитных учреждений». Обобщена главная цель создания европейской системы финансового надзора. Рассмотрена деятельность Европейского совета по системным рискам и Объединенного комитета европейских надзорных органов. Освещена основная цель деятельности Базельского комитета по банковскому надзору. Показаны главные аспекты и основные недостатки деятельности Базеля I. Названы главные принципы Базеля III.

Ключевые слова: государственное регулирование, банковская система, европейское законодательство, директива, Базельский комитет.

УДК 336.71

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-4>

Король М.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин
Ужгородський національний університет

Korol Maryna

Uzhhorod National University

In the European banking system, there is a single legal field within which European credit institutions operate, the basic principles of which are enshrined in legal norms that provide unified regulation of banking activities. The evolution of state regulation of the European banking system has proven the need for effective supervision of banks. The task of the supervisory authority is to ensure the safety and sound operation of banks. To do this, they must have adequate capital and reserves needed to cover the risks arising in the course of banking operations. The article summarizes and considers the evolution of state regulation of the European banking system. The analysis of the activity of the European system of central banks is described and the main tools of regulation of the banking system in the European countries are named. Legislative regulation of European banking is covered. The characteristic of the most significant and revolutionary directives is given. The Directive "On the abolition of restrictions on the freedom of enterprise and freedom to provide services in relation to the independent activities of banks and other financial institutions", the activity of the Directive "On coordination of laws, by-laws and administrative provisions concerning credit institutions and their activities" is shown. The Directive "On harmonization of provisions, laws, by-laws and administrative acts relating to the taking up and pursuit of the business of credit institutions" is described. System of legislative regulation of financial markets the activity of the Directive "On establishment and activity of credit institutions" is covered. The main purpose of creating a European system of financial supervision is analyzed. The activities of the European Systemic Risk Board and the Joint Committee of European Supervisory Authorities are considered. The grounds for the creation of the European Banking Union are described. The key elements of the European Banking Union are named. The characteristics of the Basel banking agreements are given. The main purpose of the Basel Committee on Banking Supervision is highlighted. The main aspects and main shortcomings of Basel I are shown. The main parameters of Basel II are analyzed. The main principles of Basel III are named.

Key words: state regulation, banking system, European legislation, directive, Basel Committee.

Постановка проблеми. Еволюція державного регулювання європейської банківської системи довела необхідність ефективного нагляду за діяльністю банків. Завдання наглядового органу полягає у гарантуванні безпеки та надійного функціонування банків. Для цього вони повинні мати у своєму розпорядженні адекватні капітали й резерви, необхідні для покриття ризиків, що виникають у процесі виконання банківських операцій. Витрати на проведення банківського нагляду великі, але, як засвідчила практика, збитки, яких можна зазнати, коли немає нагляду, виявляються незрівнянно більшими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням еволюції державного регулювання європейської банківської системи присвячені праці таких учених, як М. Сідак, С. Мічатека, М. Гойванюк, О. Мозговий, О. Павлюк, Л. Конопатська. Шляхами вирішення проблемних питань зазначеними авторами стало прийняття Базельським комітетом з банківського нагляду (BCBS) набору міжнародних регуляторних правил та вказівок для регулювання вимог до банківського капіталу.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз діяльності Європейської системи

центральної банків. При цьому необхідно визначити основні інструменти регулювання банківської системи в країнах Європи. Також метою дослідження є аналіз діяльності Базельського комітету з банківського нагляду.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Аналіз регуляторного середовища вказує на те, що саме договори та директиви є основними інструментами регулювання та нагляду в країнах Європи. Так, як уже зазначалося раніше, у 1992 році на основі Маастрихтського договору створено Європейську систему центральних банків (ЄСЦБ), до складу якого увійшли Європейський центральний банк (ЄЦБ) та 28 національних центральних банків ЄС. ЄСЦБ регулюється директивами органами ЄЦБ, а саме Радою керуючих, Виконавчою радою та Генеральною радою, і не володіє правосуб'єктністю. На відміну від ЄСЦБ, ЄЦБ має правосуб'єктність.

Укладачі Маастрихтського договору виявили надзвичайну обережність у тому, щоб економічний та валютний союз не включав жодних характеристик горизонтальної або вертикальної системи вирівнювання між країнами-членами або між ЄС та країнами-членами. Як і раніше, всі країни-члени несуть повну відповідальність за свої фінанси.

Оскільки Центральні банки традиційно беруть участь у пруденційному нагляді за банками, розробленні та впровадженні нормативно-правових актів, то логічним є той факт, що ЄЦБ виконує цю ж місію у європейській банківській системі.

Європейська банківська діяльність регулюється міжнародним первинним та національним вторинним правом. Вторинне законодавство може мати як обов'язковий характер (директиви, положення), так і необов'язковий характер (рекомендації).

В подальшому акцентуємо увагу на найбільш революційних та значущих, на нашу думку, директивах.

Прийняття Директиви Ради «Про скасування обмежень свободи підприємництва та свободи надання послуг щодо самостійної діяльності банків та інших фінансових установ» від 28 червня 1973 року 73/183/ЄЕС [1] сприяло розвитку законодавства ЄС, оскільки, згідно з її положеннями, відмінялися наявні обмеження щодо установ та послуг, які вони надавали.

12 грудня 1977 року Рада ЄЕС прийняла Першу Директиву 77/780 / ЄЕС «Про координацію законів, підзаконних актів та адміністративних положень, що стосуються кредитних установ та їх діяльності» [2], яка здійснила комплексний підхід до регулювання європейської банківської діяльності. Зокрема, в цій Директиві йшлося про те, що банківська діяльність має супроводжуватися відповідним дозволом компетентного органу цієї країни.

Наступна прийнята Директива «Про узгодження положень, законів, підзаконних та адміністративних актів, які стосуються започаткування діяльності кредитних установ та їх діяльності» від 15 грудня 1989 року 89/646/ЄЕС [3] зазначила, що дозвіл, наданий на здійснення банківської діяльності в одній країні ЄС, поширюється також на інші країни-члени ЄС. Саме з прийняттям цієї Директиви в ЄС було створено єдиний ринок банківських послуг.

Подальшим етапом формування спільного ринку ЄЕС стала прийнята 24 червня 1988 року Директива 88/361/ЄЕС [4], яка зняла обмеження на переміщення капіталу. Проте завершальним етапом у формуванні спільного ринку банківських послуг стала прийнята Директива «Щодо узгодження законів, підзаконних актів які стосуються початку і здійснення діяльності кредитних установ, та внесення змін до Директиви 77/780/ЄЕС» Ради від 15 грудня 1989 року № 89/646/ЄЕС [3]. Таким чином, надалі банки, які отримали ліцензію в країні за місцем знаходження, мали можливість безперешкодно здійснювати свою діяльність також в інших країнах-членах. При цьому контроль за банками здійснюють наглядові органи країни, на території яких розміщені банки.

Неодноразове внесення змін, доповнень до чинних Директив, велика кількість різноманітних джерел правового регулювання створювали проблеми за їх практичного застосування. Саме тому 15 березня 2000 року Європейським парламентом та Радою Європейського Союзу була прийнята Директива «Щодо створення та діяльності кредитних установ» 2000/12/ЄС [5], у якій було зібрано та систематизовано положення попередніх Директив, окрім того, вона забезпечувала правове регулювання стосовно створення, ліцензування, ліквідації та реорганізації кредитних і фінансових установ.

Хоча нині Перша та Друга Директиви вже втратили чинність, вони суттєво вплинули на розвиток європейської банківської системи, створивши єдині правила регулювання банківської діяльності, систему співробітництва органів банківського нагляду, основи однакового банківського нагляду в державах-членах ЄС, засади загальної політики в галузі правового регулювання банківської діяльності щодо третіх країн, передумови для збільшення та універсалізації кредитних установ на основі однакових правил регулювання їх діяльності тощо [6, с. 130–135].

Наступним не менш важливим кроком у 2001 році в галузі регулювання ринку цінних паперів завдяки Аллександру Ламфалуссі став новий підхід до їх регулювання та нагляду [7]. Членами комітету мудреців, керівником якого був А. Ламфалуссі, була запропонована чотирирівнева система законодавчого регулювання фінансових ринків (рис. 1).

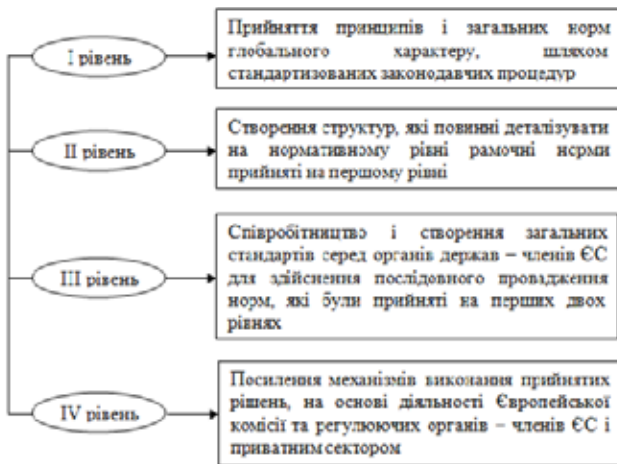


Рис. 1. Чотирирівнева система законодавчого регулювання фінансових ринків за А. Ламфалуссі

Джерело: [8]

Так, підхід А. Ламфалуссі був розширений на весь фінансовий ринок, що привело до створення Європейського банківського комітету, в якому ЄЦБ має місце спостерігача та Комітету європейських банківських наглядачів, у якому ЄЦБ засідає.

У 2006 році Європейським парламентом та Радою Європейського Союзу була прийнята Директива 2006/48/ЄС «Про створення та діяльність кредитних установ» [9], основним досягненням якої стало закріплення принципів правового регулювання банківської діяльності в Європейському Союзі.

У жовтні 2008 року Європейська комісія доручила спеціально створеній комісії на чолі з Жаком де Ларозьєром розробити рекомендації в галузі фінансового регулювання та нагляду.

Така необхідність була викликана економічною кризою і рецесією країн Єврозони. Комісія дійшла висновку, що нормативно-правова база не є злагодженою і постає гостра проблема у створенні єдиного органу, що забезпечив би контроль за фінансовою системою ЄС. Як наслідок, було створено Європейську систему фінансового нагляду, до складу якої входили три наглядові органи, такі як Європейський банківський орган (Лондон), Орган регулювання європейських ринків цінних паперів (Париж) та Європейський орган пенсійного забезпечення (Франкфурт). Крім того, складовою частиною системи є Європейська рада із системних ризиків, яка покликана запобігати ризикам або пом'якшувати їх, а також здійснює макропруденційний нагляд за фінансовою системою в рамках ЄС [10, с. 28–45].

Світова фінансова криза 2007–2008 років рельєфно окреслила проблеми та показала необхідність створення системи європейського банківського нагляду. Як наслідок, у 2011 році створено Європейську раду із системних ризиків та Об'єднаний комітет європейських наглядових

органів. Останній включав такі наглядові органи, як Європейська банківська адміністрація за банківською діяльністю, Європейська страхова та пенсійна адміністрація за страхуванням та Європейська ринкова та облігаційна адміністрація за ринком цінних паперів. Об'єднаний комітет європейських наглядових органів разом із національними регуляторами утворює Європейську систему фінансового нагляду [11, с. 86–97].

Револьюційною зміною в архітектурі європейської банківської системи стало створення у 2014 році Європейського банківського союзу, рушійною силою для формування якого стала фінансова слабкість банків Єврозони.

Ключовими складниками Союзу стали [11, с. 86–97]:

- єдине зведення правил для банків (регулювання);
- єдина структура банківського нагляду (нагляд);
- єдиний механізм рефінансування банків за рахунок зборів із самого банківського сектору;
- єдина система захисту депозитів;
- єдиний механізм тимчасової бюджетної підтримки.

До 1 січня 2013 року основним джерелом європейського права, що регулювало діяльність кредитних установ у ЄС, була Директива № 2006/48/ЄС, яка містила 7 розділів, 160 статей, 14 додатків. Проте вона була замінена новим надзвичайно важливим законодавчим пакетом, що мав назву “CRD IV”. Цей пакет почав діяти з 1 січня 2014 року і складався з Постанови ЄС № 575/2013 [12] та Директиви 2013/36/ЄС [13], а його основна місія полягала в тому, що він переніс нові глобальні стандарти Базеля III в правовий простір ЄС. До них належать поправки до визначення капіталу та кредитного ризику контрагента й запровадження коефіцієнта ліквідності та вимог ліквідності.

На відміну від директив Єврокомісії, які є юридичним документом, принципи Базельського комітету з банківського нагляду такого статусу не мають, проте вони заслуговують на окрему увагу. Базельські банківські угоди – це норми, видані Базельським комітетом з банківського нагляду (BCBS), утвореним під егідою Банку міжнародних розрахунків (BIS), розташованого в Базелі (Швейцарія). Комітет формулює вказівки та дає рекомендації щодо передового досвіду в банківській галузі. Базельські угоди, які регулюють норми достатності капіталу в банківському секторі, мають на меті забезпечення фінансової стабільності, отже, підвищення спроможності банків поглинати ризики.

У 1988 році Базельський комітет з банківського нагляду (BCBS) вперше прийняв набір міжнародних регуляторних правил та вказівок для регулювання вимог до банківського капіталу. За даними BCBS, Базель I мав дві такі основні цілі:

– встановлення більш рівних умов міжнародної конкуренції між банками;

– зменшення ймовірності того, що така конкуренція приведе до зниження ставки капіталу до надзвичайно низьких рівнів.

Базель I трактує як адекватність капіталу проти кредитного ризику, що намагається створити подушку від кредитного ризику. Він побудований на таких чотирьох аспектах (так званих опорах) [14]:

– складові частини капіталу (він визначає характер капіталу, який може розглядатися як резерв);

– зважування ризиків, що створило комплексну систему для надання ваги різним категоріям активів банку на основі відносної ризикованості;

– цільове стандартне співвідношення (це діяло як об'єднуючий фактор між першими двома аспектами; був встановлений універсальний стандарт 8% покриття активів, зважених на ризик, капіталом першого та другого рівнів, причому щонайменше 4% покриваються лише капіталом першого рівня);

– перехідні та впроваджувальні механізми (були встановлені поетапні строки впровадження, в яких до кінця 1990 року було досягнуто 7,25%, а до кінця 1992 року – 8% покриття активів).

Хоча Базель I приніс світовий стандарт у нормативно-правових актах, запровадивши концепцію зважених на ризик активів та відокремлений капітал, він мав такі недоліки [15]:

– відсутність чутливості до ризику;

– неповне покриття джерел ризику, адже Базель I зосередився лише на кредитному ризику; поправка до Базеля I у 1996 році, тобто поправка на ринковий ризик, заповнила важливу прогалину, але є й інші види ризику, такі як операційний ризик, репутаційний ризик та стратегічний ризик, які не охоплені нормативними вимогами;

– підхід «один для всіх» (вимоги практично однакові не залежно від рівня ризику, складності та типу діяльності банку);

– довільна міра (коефіцієнт 8% до капіталу є довільним і не ґрунтується на чітких цілях платоспроможності).

Наступною реформою з огляду на «прогалини» у 2004 році було внесення змін та доповнень до Базеля I, оновлена версія якого дістала назву «Базель II». Ця угода була заснована на таких трьох параметрах (так званих опорах) [16]:

– мінімальні вимоги до капіталу (банки мають продовжувати підтримувати вимогу щодо мінімальної достатності капіталу у розмірі 8% активів, зважених на ризик, однак капітал розглядається з трьох позицій відповідності, а саме ринкового, операційного, кредитного ризиків);

– регуляторний нагляд (відповідно до цього, від банків вимагалось розробити та використовувати

кращі методи управління ризиками для моніторингу всіх трьох видів ризику, з якими стикається банк, а саме кредитних, ринкових та операційних ризиків, та управління ними);

– ринкова дисципліна (це підвищило вимоги до розкриття інформації, що дасть змогу оцінити дані про сферу використання капіталу, достатність капіталу банку тощо).

Водночас для забезпечення ефективного впровадження цієї реформи у 1999 році Базельським комітетом було розроблено документ «Основні принципи ефективного банківського нагляду» [17], які також переглядалися та оновлювалися у 2011 році з урахуванням фактору часу та змін у середовищі, зокрема фінансової кризи 2008–2009 років.

У відповідь на світову фінансову кризу у Європі задля зміцнення фінансової системи у 2010 році керівники центральних банків та наглядові органи країн розробили нові правила Базельського комітету, що були зафіксовані в угоді Базель III. Основні принципи Базеля III полягають у такому [18, с. 30–39].

1) Мінімальні вимоги до капіталу. Угода про Базель III підвищила мінімальні вимоги до капіталу для банків з 2% у Базелі II до 4,5% від загального капіталу у відсотках для активів, зважених на ризик банку. Існує також додаткова вимога до 2,5% буферного капіталу, яка приводить загальну мінімальну вимогу до 7%. Банки можуть використовувати буфер, коли стикаються з фінансовими навантаженнями, але це може призвести до ще більших фінансових обмежень під час виплати дивідендів. Станом на 2015 рік вимога до капіталу першого рівня зросла з 4% у Базелі II до 6% у Базелі III. Вимоги мали бути впроваджені з 2013 року, але дата впровадження була перенесена кілька разів, і банки тепер мають до 1 січня 2022 року здійснити зміни.

2) Коефіцієнт важеля. Базель III запровадив коефіцієнт важеля, що не базується на оцінці ризику, щоби бути зворотною зупинкою до вимог щодо капіталу на основі ризику. Банки зобов'язані мати коефіцієнт левериджу, що перевищує 3%. Коефіцієнт левериджу, що не базується на оцінці ризику, розраховується діленням капіталу першого рівня на середні загальні консолідовані активи банку. Для виконання вимоги Федеральний резервний банк США встановив коефіцієнт залучення на рівні 5% для страхових банківських холдингових компаній та 6% для фінансових установ, що мають велике значення для системи.

3) Вимоги до ліквідності. Базель III запровадив використання двох коефіцієнтів ліквідності, а саме коефіцієнта покриття ліквідності та чистого коефіцієнта стабільного фінансування. Коефіцієнт покриття ліквідності вимагає від банків тримати

досить високоліквідні активи, які можуть протистояти 30-денному сценарію фінансування, визначеному наглядовими органами. Мандат на коефіцієнт покриття ліквідності був введений у 2015 році лише на 60% від його заявлених вимог, і, як очікується, він збільшуватиметься на 10% щороку до 2019 року, коли він набере повного ефекту. З іншого боку, коефіцієнт чистого стабільного фінансування (NSFR) вимагає від банків підтримувати стабільне фінансування вище необхідного обсягу стабільного фінансування протягом періоду тривалого стресу. NSFR був розроблений для усунення невідповідностей ліквідності і вводився в дію у 2018 році.

Більш детально проблеми й наслідки впровадження Базеля III в діяльність банків ми розглянемо у заключному розділі нашого дослідження.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи вищевикладене, зауважимо, що у ЄС існує єдине правове поле, у межах якого діють європейські кредитні інститути, основні засади якого закріплені в правових нормах, які забезпечують уніфіковане регулювання банківської діяльності. У сучасних умовах управління банківським ризиками розглядається через призму методологічних розробок, запропонованих Базельським комітетом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Директива 73/183/ЄЕС Ради Європейського Співтовариства «Про скасування обмежень щодо вільного заснування банків та інших фінансових установ та вільного надання ними незалежних послуг». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_456#Text (дата звернення: 20.07.2020).
2. First Council Directive 77/780/EEC of 12 December 1977 on the coordination of the laws, 1111 regulations and administrative provisions relating to the taking up and pursuit of the business of credit institutions. URL: eur-lex.europa.eu/legal-content (дата звернення: 10.07.2020).
3. Перша Директива Ради 77/780/ЄЕС «Про координування законів, постанов та адміністративних положень щодо початку та ведення діяльності кредитних установ». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_353#Text (дата звернення: 06.07.2020).
4. Директива Ради (88/361/ЄЕС) «Щодо імплементації статті 67 Договору». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_182#Text (дата звернення: 10.07.2020).
5. Директива 2000/12/ЄС Європейського Парламенту та Ради «Щодо започаткування діяльності кредитних установ та її ведення». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_277#Text (дата звернення: 05.07.2020).
6. Сідак М., Мічатець В. Порівняльний аналіз принципів правового регулювання банківських відносин в Європейському Союзі та Україні. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Право* : в 2 ч. 2011. Вип. 15. Ч. 2. С. 130–135.

7. Lamfalussy Report. URL: <https://www.esma.europa.eu/document/lamfalussy-report> (дата звернення: 20.07.2020).

8. Гойванюк М. Досвід регулювання банківської діяльності в країнах ЄС. *Фінанси, облік і аудит* : збірник наукових праць / редкол.: А. Мороз (відп. ред.). Вип. 19. Київ : КНЕУ, 2012. С. 30–39.

9. Директива 2006/48/ЄС Європейського Парламенту та Ради про започаткування та здійснення діяльності кредитних установ (виправлене видання). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_862 (дата звернення: 10.07.2020).

10. Мозговий О., Павлюк О. Регуляторне середовище розвитку світової банківської системи. *Міжнародна економічна політика*. 2017. № 1. С. 28–45. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Мер_2017_1_4 (дата звернення: 19.07.2020).

11. Конопатська Л., Гойванюк М. Банківський нагляд у країнах ЄС. *Фінанси, облік і аудит*. 2017. Вип. 2. С. 86–97. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/30203/86-97.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (дата звернення: 18.07.2020).

12. Regulation (EU) № 575/2013 on prudential requirements for credit institutions and investment firms (CRR). 2013. URL: ec.europa.eu/finance/bank/regcapital/legislation-in-force/index_en.htm (дата звернення: 20.07.2020).

13. Directive 2013/36/EU on access to the activity of credit institutions and the prudential supervision of credit institutions and investment firms (CRD IV). 2016. URL: ec.europa.eu/finance/bank/regcapital/legislation-in-force/index_en.htm (дата звернення: 10.07.2020).

14. Mohane Y., Shenoy A. Basel banking norms: their efficacy, analysis in the global context & future direction.

15. Must-know: Why Basel I wasn't a good fit for all banks. URL: <https://marketrealist.com/2014/09/must-know-basel-wasnt-good-fit-banks> (дата звернення: 20.07.2020).

16. What is meant by Basel norms in banking? URL: <http://economyria.com/basel-norms-banking> (дата звернення: 15.07.2020).

17. Основні принципи ефективного банківського нагляду. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Basel_Core_principles_2012.pdf?v=4 (дата звернення: 20.07.2020).

18. What is Basel III? // Corporate Finance Institute. URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/basel-iii> (дата звернення: 18.07.2020).

REFERENCES:

1. Dyrektyva 73/183/YEES Rady Yevropeys'koho Spivtovarystva "Pro skasuvannya obmezhen' shchodo vil'noho zasnuvannya bankiv ta inshykh finansovykh ustanov ta vil'noho nadannya nymy nezaleznykh posluh" [Directive 73/183 / EEC of the Council of the European Community "On the abolition of restrictions on the freedom of establishment of banks and other financial institutions and the freedom to provide independent services"]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_456#Text (accessed 20 July 2020).
2. First Council Directive 77/780/EEC of 12 December 1977 on the coordination of the laws, 1111 regulations and administrative provisions relating to the tak-

ing up and pursue it of the business of credit institutions. Available at: eur-lex.europa.eu/legal-content (accessed 10 July 2020).

3. Persha Dyrektyva Rady 77/780/YEES "Pro koordinuvannya zakoniv, postanov ta administratyvnykh polozhen' shchodo pochatku ta vedennya diyal'nosti kredytnykh ustanov" [First Council Directive 77/780/EEC "On the coordination of laws, regulations and administrative provisions relating to the taking up and pursuit of the business of credit institutions"]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_353#Text (accessed 06 July 2020).

4. Dyrektyva Rady (88/361/YEES) "Shchodo implementatsiyi statyi 67 Dohovoru" [Council Directive (88/361/EEC) "On the implementation of Article 67 of the Treaty"]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_182#Text (accessed 10 July 2020).

5. Dyrektyva 2000/12/YES Yevropeys'koho Parlamentu ta Rady "Shchodo zapochatkuvannya diyal'nosti kredytnykh ustanov ta yiyi vedennya" [Directive 2000/12/EC of the European Parliament and of the Council on the taking up and pursuit of the business of credit institutions]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_277#Text (accessed 05 July 2020).

6. Sidak M., Michetek V. (2011) Porivnyal'nyy analiz pryntsyviv pravovoho rehulyuvannya bankivs'kykh vidnosyn v Yevporeys'komu Soyuzi ta Ukrayini [Comparative analysis of the principles of legal regulation of banking relations in the European Union and Ukraine]. Uzhhorod : Lira, pp. 130–135 (in Ukrainian).

7. Lamfalussy Report. Available at: <https://www.esma.europa.eu/document/lamfalussy-report> (accessed 20 July 2020).

8. Goyvanyuk M. (2012) Dosvid rehulyuvannya bankivs'koyi diyal'nosti v krayinakh YES [Experience in regulating banking in EU countries] // Ministry of Education and Science, Youth and Sports of Ukraine, SHEI "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman". – Kyiv : KNEU, pp. 30–39 (in Ukrainian).

9. Dyrektyva 2006/48/YES Yevropeys'koho Parlamentu ta Rady pro zapochatkuvannya ta zdiysnennya diyal'nosti kredytnykh ustanov (vypravlene vydannya) [Directive 2006/48/EC of the European Parliament and of the Council on the taking up and pursuit of the

business of credit institutions (revised edition)]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_862 (accessed 10 July 2020).

10. Mozgovyi O. (2017) Rehulyatorne sere-dovyshche rozvytku svitovoyi bankivs'koyi systemy [Regulatory environment of world banking system development] // International economic policy. – № 1, pp. 28–45. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mep_2017_1_4 (accessed 19 July 2020).

11. Konopatska L., Goyvanyuk M. (2017) Bankivs'kyy nahlyad u krayinakh YES [Banking supervision in EU countries] // Finance, accounting and audit, pp. 86–97. Available at: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/30203/86-97.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (accessed 18 July 2020).

12. Regulation (EU) № 575/2013 on prudential requirements for credit institutions and investment firms (CRR). Available at: ec.europa.eu/finance/bank/regcapital/legislation-in-force/index_en.htm (accessed 20 July 2020).

13. Directive 2013/36/EU on access to the activity of credit institutions and the prudential supervision of credit institutions and investment firms (CRD IV). Available at: ec.europa.eu/finance/bank/regcapital/legislation-in-force/index_en.htm (accessed 10 July 2020).

14. Mohane, Yatin and Shenoy, Akshay Basel banking norms: their efficacy, analysis in the global context & future direction.

15. Must-know: Why Basel I wasn't a good fit for all banks. Available at: <https://marketrealist.com/2014/09/must-know-basel-wasnt-good-fit-banks> (accessed 20 July 2020).

16. What is meant by Basel norms in banking? Available at: <http://economyria.com/basel-norms-banking> (accessed 15 July 2020).

17. Osnovni pryntsyipy efektyvnoho bankivs'koho nahlyadu [Basic principles of effective banking supervision]. Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Basel_Core_principles_2012.pdf?v=4 (accessed 20 July 2020).

18. What is Basel III? // Corporate Finance Institute. Available at: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/basel-iii/> (accessed 18 July 2020).

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ЗЕРНОМ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ

INTERNATIONAL GRAIN TRADE: CURRENT SITUATION AND DEVELOPMENT PROSPECTS FOR UKRAINE

УДК 339.5:633.11(477)

<https://doi.org/10.32843/infracult45-5>**Савченко Т.В.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри управління бізнесом
Одеська національна академія харчових
технологій**Константинова Т.В.**к.е.н., старший викладач кафедри
управління бізнесом
Одеська національна академія харчових
технологій**Savchenko Tetyana**Odessa National Academy
of Food Technologies**Konstantynova Tetyana**Odessa National Academy
of Food Technologies

Статтю присвячено аналізу сучасного стану розвитку та перспектив України на світовому ринку зерна. Проаналізовано тенденції світового ринку зерна (виробництво, пропозицію, споживання та перехідні запаси). Визначено, що ці тенденції характеризуються для України як позитивні. За результатами аналізу структури експорту зерна серед провідних експортерів лідером за експортом пшениці є ЄС, лідером за експортом фуражного зерна та кукурудзи – США. Прогнозується зростання глобального експорту зерна на 7 млн т. Виявлено та деталізовано тенденції розвитку ринку зерна в розрізі трьох найпоширеніших зернових культур: пшениці, фуражного зерна і кукурудзи. Охарактеризовано тенденції зовнішньої торгівлі зерновими культурами та її значення у зовнішній торгівлі України, а також позицію України у світовій торгівлі зерновими культурами. Визначено вплив таких чинників, як розмір посівних площ та врожайність, на обсяг вирощування зернових культур. Запропоновано концептуальну модель управління експортом зернових культур для України в розрізі стратегічного, тактичного та операційного рівнів.

Ключові слова: міжнародна торгівля, світова торгівля, споживання, пропозиція, експорт, ринок зерна, зернові культури, концептуальна модель управління експортом зерна.

Стаття посвящена анализу современного состояния развития и перспектив

Украины на мировом рынке зерна. Проанализированы тенденции мирового рынка зерна (производство, предложение, потребление и переходные запасы). Определено, что эти тенденции характеризуются для Украины как позитивные. По результатам анализа структуры экспорта зерна среди ведущих экспортеров лидером по экспорту пшеницы является ЕС, лидером по экспорту фуражного зерна и кукурузы – США. Прогнозируется рост глобального экспорта зерна на 7 млн т. Выявлены и детализированы тенденции развития рынка зерна в разрезе трех самых распространенных зерновых культур: пшеницы, фуражного зерна и кукурузы. Охарактеризованы тенденции внешней торговли зерновыми культурами и ее значение во внешней торговле Украины, а также позиция Украины в мировой торговле зерновыми культурами. Определено влияние таких факторов, как размер посевных площадей и урожайность, на объем выращивания зерновых культур. Предложена концептуальная модель управления экспортом зерновых культур для Украины в разрезе стратегического, тактического и операционного уровней.

Ключевые слова: международная торговля, мировая торговля, потребление, предложение, экспорт, рынок зерна, зерновые культуры, концептуальная модель управления экспортом зерна.

The article is devoted to the analysis of the current state of development and prospects for Ukraine on the world grain market. The tendencies of the world grain market (production, supply, consumption and transitional stocks) are analyzed. It is determined that these tendencies are characterized for Ukraine as positive. According to the analysis of the structure of grain exports among the leading exporters, the leader in the wheat exports is the EU (16.43%), the leader in the export of feed grain – the United States (36.57%) and corn (43.78%). The increase in cereals will be due to countries with favorable geographical conditions, but negative factors such as limited land and limited water resources will play a role. Projected growth in global grain exports by 7 million tons. In the 2018/2019 marketing year, Ukraine has put 49.7 million tons on the world market, compared to 2017/18 MY growth was 26.1%. Discovered and detailed trends in the development of the grain market in terms of the three most common cereals: wheat, feed grain and corn. The tendencies of foreign trade in grain crops and its importance in the foreign trade of Ukraine, as well as the position of Ukraine in the world trade in grain crops are described. Every year in Ukraine, the volume of the grain exports increases, but the quantity and quality of the grain going to the world market does not always meet the expectations of buyers. The influence of such factors as the size of sown areas and yield on the volume of the grain growing is determined. According to the analysis, it is obvious that the growth of gross grain harvest is due to increased sown areas and increased yields: in 2019, gross grain harvest was increased by 7.26%, while sown area increased by 3.23%, and yields of 3.59%. A conceptual model of the grain exports management for Ukraine in terms of strategic, tactical and operational vision is proposed. Based on the analysis of the factors and processes affecting the level of grain exports to Ukraine, built a conceptual model of structures on three levels (strategic, tactical and operational) and allows us to generalize basis for our scorecard as regulatory functions realize the potential of Ukraine in the export of cereals.

Key words: international trade, world trade, consumption, supply, grain market export, grain crops, conceptual model of grain export management.

Постановка проблеми. Розбудова національної соціально орієнтованої ринкової економіки та її інтеграція до світового економічного простору щільно пов'язані з проблемами міжнародної торгівлі країни, що є вагомим складником у формуванні економічної безпеки. Ураховуючи позитивні тенденції експорту зернових культур за останні роки, можна стверджувати, що Україна поступово зміцнює свої позиції на світовому ринку, тому дослідження тенденцій та чинників впливу на розвиток міжнародної торгівлі зерном набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливість стабільного функціонування ринку зерна для сталого розвитку економіки держави зумовлює інтерес вітчизняних науковців до досліджень із цього напрямку. Вивчення наукової літератури з питань розвитку зернового ринку дало змогу встановити, що дослідники О.В. Боднар [1] та Н.Є. Голомша [2] значну увагу приділяють проблемам цінового механізму ринку зерна в сучасних умовах; інструменти державного регулювання ринку зерна розглядаються в роботах В.А. Мамчур

[3] та І.В. Кобути [4]; Ю.Я. Лузаном [5] визначено чинники, що впливають на формування пропозиції зерна.

Відзначаючи цінність результатів досліджень науковців, необхідно зазначити, що чимало питань щодо формування моделі управління експортом зернових культур у сучасних умовах залишаються недостатньо дослідженими.

Постановка завдання. Мета статті – на основі аналізу тенденцій міжнародної торгівлі зерном визначити перспективи України стосовно експорту зерна на світовому ринку та сформулювати модель управління експортом зернових культур.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останнім часом суттєво зросли попит та пропозиція на зернові культури, що, своєю чергою, спричинило позитивні тенденції у світовій торгівлі зерном та безпосереднє зростання експорту зернових культур. Розвиток міжнародної торгівлі агропродукцією дає змогу сподіватися на подальший розвиток аграрного сектору та зростання доходів аграріїв.

Проаналізуємо тенденції світового ринку зерна (виробництво, пропозицію, споживання та перехідні запаси) у табл. 1.

Згідно з прогнозами Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (Food and Agriculture Organization – FAO), на 2019/2020 МР порівняно з 2015/2016 МР планується підвищення всіх розглянутих показників у межах від 4,6% (виробництво) до 6,1% (споживання), що, безумовно,

характеризує тенденції цього маркетингового року як позитивні.

Світове виробництво зерна має загалом позитивні тенденції за останні десять років, що свідчить про здатність задовольнити потреби попит на продукти зернового виробництва навіть за очікуваного у найближчі 20 років щорічного збільшення населення планети на 80 млн осіб, але збільшення вирощування зернових культур відбуватиметься за рахунок країн зі сприятливими географічними умовами [7, с. 126]. На цей процес впливають і негативні чинники, такі як обмеженість земельних площ та обмеженість водних ресурсів.

Прогнозується відновлення глобальної пропозиції пшениці у 2019/20 рр., що обґрунтовується стійкими низькими міжнародними цінами на початку року та прогнозним обсягом близько 765,0 млн т.

Прогноз FAO щодо світового виробництва пшениці на 2019 р. підтверджує попередній прогноз значного зростання порівняно з 2018 р. як нового рекорду. Очікуване відновлення виробництва в Росії та ЄС становитиме основну частину річного зростання у світовому виробництві. Однак набагато більші врожаї, ніж минулого року, також передбачено в інших топ-виробництвах країни, включаючи Україну та Сполучені Штати [8].

Розглянемо прогнози експорту в розрізі основних експортерів за версією Департаменту сільського господарства США (United States Department of Agriculture – USDA) у табл. 2 [6].

Таблиця 1

Аналіз світового ринку зерна, млн т [6]

Показники	Маркетинговий рік					Відхилення 2015/2016 МР до 2019/2020 МР, %
	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020 (прогноз)	
Виробництво	2567	2663,7	2702,7	2652,6	2685,4	104,6
Пропозиція	3349,7	3454,4	3535,3	3523,9	3540,8	105,7
Споживання	2553,4	2618,8	2657,3	2681	2708,2	106,1
Експорт	393	406,2	422,3	406,8	415,1	105,6
Перехідні запаси	790,7	832,7	871,3	855,3	828,1	104,7

Таблиця 2

Аналіз експорту зерна у розрізі провідних експортерів у 2019/2020 МР

Країни	Пшениця		Фуражне зерно		Кукурудза	
	млн т	%	млн т	%	млн т	%
Аргентина	14	8,52	36,31	23,2	33,5	26,91
Австралія	12,5	7,61	6,17	3,96	немає даних	-
Канада	24	14,6	5,46	3,5	1,5	1,2
ЄС	27	16,43	8,36	5,35	2	1,61
Казахстан	7,5	4,56	немає даних	-	немає даних	-
РФ	34,5	21	10,59	6,78	5	4,02
США	25,86	15,73	57,25	36,57	54,51	43,78
Україна	19	11,55	32,39	20,64	28	22,48
Всього	164,36	100	156,53	100	124,51	100

За результатами аналізу структури експорту зерна серед провідних експортерів ми бачимо, що лідером за експортом пшениці є ЄС (16,43%), лідером за експортом фуражного зерна – США (36,57%) і кукурудзи (43,78%). Але варто відзначити, що замість очікуваного зростання глобального експорту у 10 млн т зараз прогнозують зростання у 7 млн т.

У 2018/19 маркетинговому році Україна поставила на світовий ринок 49,7 млн т, порівняно з 2017/18 МР зростання становило 26,1%, у 2016/17 МР поставка зерна становила 43,8 млн т. При цьому експорт пшениці знизився майже на 9% порівняно з попереднім маркетинговим роком і становив 16 млн т. Своєю чергою, ячменю експортували менше на 19%, на 3,6 млн т, кукурудзи – більше в 1,6 рази, до майже 30 млн т [9].

У 2018 р. частка зерна у структурі експорту України становила 14,8%, тобто за реалізацію зернових культур отримали на 1,2 млрд дол. більше порівняно з минулим періодом [9].

У 2019/20 МР експорт зерна може збільшитися на 7,3% порівняно з попереднім маркетинговим роком і сягнути майже 51 млн т. Українці (за населення 42 млн осіб) споживають лише 5 млн т продовольчої пшениці, всього зернових – 17–18 млн т. Тому коли виробництво зерна в Україні досягає 70 млн т, то фактично експорт може становити 50 млн т [9].

За результатами аналізу експорт товарів і послуг за підсумками 2019 р. збільшився на 11,2% (+6,4 млрд дол.) порівняно з показниками 2018 р. та становив 63,7 млрд дол.; експорт товарів збільшився на 5,8% (+2,7 млрд дол.) і становив 50,1 млрд дол. Збільшення обсягів експорту товарів пов'язано зі значним зростанням експортного постачання продукції АПК та харчової промисловості – на 3,5 млрд дол. (+19,0%), у тому числі зернових культур – на 2,4 млрд дол. (+33,1%) [10].

Зростання обсягів виробництва зерна і, як наслідок, експорту може значно поліпшити позицію України на світовій арені. Така позитивна тенденція, без сумнівів, покращить економічні показники країни, адже значна частина експортної виручки є заслугою аграрного комплексу [11].

Заслуговує на увагу і відсоток експорту зернових культур по відношенню до виробництва в Україні у 2019/20 МР (табл. 3). За результатами

аналізу ми бачимо, що значний відсоток зернових культур Україною експортується, що свідчить про потенціал країни на світовому ринку торгівлі зерном.

Із кожним роком в Україні обсяги експорту зернових культур зростають. Але кількість не завжди означає якість: збільшується і кількість скарг від іноземних покупців.

Розглянемо динаміку співвідношення обсягів вирощування зернових культур порівняно з розмірами посівних площ та врожайністю у табл. 4 [11].

За результатами проведеного аналізу видно, що зростання валового збору зерна відбувається як за рахунок збільшення посівних площ, так за рахунок збільшення врожайності: у 2019 р. валовий збір зерна було збільшено на 7,26%, при цьому посівна площа зросла на 3,23%, а врожайність – на 3,59%.

На основі розглянутих світових тенденцій міжнародної торгівлі зерном і враховуючи важливість експорту зернових культур для економіки України пропонуємо концептуальну модель управління експортом зернових культур (рис. 1).

На стратегічному рівні концептуальна модель управління експортом зернових культур в Україні включає планування та організацію експорту, управління конкурентними перевагами та контроль над експортом зернових культур (виробничий, економічний та логістичний аспекти).

Тактичний рівень управління експортом зернових культур в Україні оснований на регулюванні державної політики в галузі експорту зерна (обмеження та підтримка), дослідженні стану конкуренції на ринку торгівлі зерна (кількість гравців, позиція та споживання), контроль над світовими цінами на зернові культури, якість зерна (відповідність якості вирощуваного зерна державним та світовим стандартам).

Операційний рівень управління експортом передусім спрямований на планування та контроль обсягів валового збору зернових культур та врахування чинників, що в кінцевому підсумку формують якість зерна.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз динаміки міжнародної торгівлі зерном виявив позитивні тенденції розвитку світового ринку торгівлі зерном та значний потенціал України як важливого гравця на цьому ринку.

Таблиця 3

Співвідношення експорту та виробництва зернових культур в Україні у 2019/20 МР [6]

Зернові культури	Виробництво	Експорт	Співвідношення експорту до виробництва, %
Пшениця	29	19	65,52
Фуражне зерно	43,55	32,39	74,37
Кукурудза	34	28	82,35

Джерело: складено автором

Спостерігається стійке збільшення споживання та експорту зернових культур з останні десяти років у межах від 4% до 6%. Відсоток експорту

зернових культур до виробництва в Україні становить понад 50%. Збільшення обсягів виробництва зернових культур відбувається як за рахунок



Рис. 1. Концептуальна модель управління експортом зернових культур в Україні

Джерело: складено автором

Таблиця 4

Аналіз динаміки співвідношення обсягів вирощування зернових культур порівняно з розміром посівних площ та врожайністю

Роки	Обсяг виробництва (валовий збір), тис т	Зміни до попереднього року, %	Уточнена посівна площа, тис га	Зміни до попереднього року, %	Урожайність, ц з 1 га зібраної площі	Зміни до попереднього року, %
2010	39271		15090		26,9	
2011	56747	144,45	15724	104,20	37,0	137,55
2012	46216	122,79	15449	95,31	31,2	84,32
2013	63051	136,42	16210	104,93	39,9	127,89
2014 ¹	63859	101,28	14801	91,31	43,7	109,52
2015 ¹	60126	94,15	14739	99,58	41,1	94,05
2016 ¹	66088	109,92	14401	97,71	46,1	112,17
2017 ¹	61917	93,69	14624	101,55	42,5	92,19
2018 ¹	70057	113,15	14839	101,47	47,4	111,53
2019 ¹	75143	107,26	15318	103,23	49,1	103,59

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

Джерело: складено автором

збільшення посівний площ, так і за рахунок збільшення врожайності. На основі аналізу чинників та процесів, що впливають на рівень експорту зерна Україною, запропоновано концептуальну модель, яка структурує їх за трьома рівнями (стратегічним, тактичним та операційним) та дає змогу узагальнити підстави для формування системи показників як регуляторної функції реалізації потенціалу України в галузі експорту зернових культур.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Боднар О.В. Формування цінових тенденцій на зерновому ринку України. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2010. Вип. 154.1. URL : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnu/2010_154_1/10bov.pdf (дата звернення: 30.06.2020).
2. Голомша Н.Є. Конкурентоспроможність зернових на аграрному ринку. *Економіка АПК*. 2009. № 12. С. 83–87.
3. Мамчур В.А. Інституції державного регулювання ринку зерна в Україні. *Економіка АПК*. 2010. № 2. С. 55–60.
4. Кобута І.В. Державна політика регулювання цін та аграрних ринків у 2009 році: дотримання зобов'язань перед СОТ. *Облік і фінанси АПК*. 2009. № 4. С. 170–176.
5. Лузан Ю.Я. Збалансованість попиту та пропозицій на продовольчому ринку України. *Економіка АПК*. 2011. № 8. С. 27–36.
6. Прогноз: врожайність всіх зернових у світі складе рекордні 2156 млн тонн. URL : <https://landlord.ua/news/prohnoz-vrozhaunist-vsikh-zernovykh-u-sviti-sklade-rekordni-2156-mln-tonn/> (дата звернення: 30.06.2020).
7. Кушнір Н.О., Славич М.М. Сучасні тенденції розвитку України на світовому ринку зерна. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. № 29. С. 125–128.
8. Food Outlook – Biannual Report on Global Food Markets : вебсайт. URL : <http://www.fao.org/3/CA6911EN/CA6911EN.pdf> (дата звернення: 30.06.2020).
9. Експортні рекорди зерна : вебсайт. URL : <https://ambarexport.ua/blog/export-records-of-grain> (дата звернення: 30.06.2020).
10. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2019 році. URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=f65c0ef7-6705-4c45-a7009781528a2209&title=DovidkazovnishniaTorgivliaUkrainiTovaramiTaPoslugamiU2019-Rotsi> (дата звернення: 30.06.2020).
11. Державна служба статистики України : вебсайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 30.06.2020).

REFERENCES:

1. Bodnar O.V. (2010) Formuvannja cinovukh tendencij na zernovomu runku Ukrainu. [Forming of price tendencies is at the grain-growing market of Ukraine]. Scientific Bulletin of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. Kijiv, no 154.1: web-site. Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnu/2010_154_1/10bov.pdf (accessed: 30 June 2020) (in Ukraine).
2. Golomsha N.J. (2009) Konkurentospromonistj zernovukh na agrarnomu runku. [Competitiveness of grain in the agricultural market]. Economics of agro-industrial complex. Kijiv, no. 12, pp. 83-87.
3. Mamchur V.A. (2010) Institutuciji derzhavnogo reguljuvannja zerna v Ukraini. [Institutions of state regulation of the grain market in Ukraine]. Economics of agro-industrial complex. Kijiv, no. 2, pp. 55-60.
4. Kobuta I.V. (2009) Derzhavna polituka reguljuvannja cin ta agrarnukh runkiv u 2009 roci: dotrumanja zobov'язanj pered SQT. [State policy of price and agricultural markets regulation in 2009: compliance with WTO obligations]. Accounting and finance of agro-industrial complex. Kijiv, no. 4, pp. 170-176.
5. Luzan j.j. (2011) Zbalansovanistj poputu nf propzucij na prodovoljshomu runku Ukrainu. [Balance of supply and demand in the food market of Ukraine]. Economics of agro-industrial complex. Kijiv, no. 8, pp. 27-36.
6. Prognoz: vrozhajnistj vsikh zernovukh u sviti sklade rekordni 2156 mln tonn. [Forecast: the yield of all grains in the world will be a record 2156 million tons]: web-site. Available at: <https://landlord.ua/news/prohnoz-vrozhaunist-vsikh-zernovykh-u-sviti-sklade-rekordni-2156-mln-tonn/> (accessed: 30 June 2020) (in Ukraine).
7. Kushnir N.O., Slavuch M.M. (2017) Suchasni tendenciji rozvutku Ukrainu na svitovomu runku zerna. [Current trends in Ukraine's development on the world grain market]. Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Uzhhorod, no. 29, pp. 125-128.
8. Food Outlook – Biannual Report on Global Food Markets: web-site. Available at: <http://www.fao.org/3/CA6911EN/CA6911EN.pdf> (accessed: 30 June 2020).
9. Eksportni rekordu zerna. [Grain export records]: web-site. Available at: <https://ambarexport.ua/blog/export-records-of-grain> (accessed: 30 June 2020) (in Ukraine).
10. Dovidka "Zovnishnja torgivlja Ukrainu tovramu ta poslugamu u 2019 rotsi". [Reference "Foreign trade of Ukraine in goods and services in 2019"]: web-site. Available at: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=f65c0ef7-6705-4c45-a7009781528a2209&title=DovidkazovnishniaTorgivliaUkrainiTovaramiTaPoslugamiU2019-Rotsi> (accessed: 30 June 2020) (in Ukraine).
11. Derzhavna sluzhba statustuku Ukrainu. [State Statistics Service of Ukraine]: web-site. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed: 30 June 2020) (in Ukraine).

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМРОЗВИТОК БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ
ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ
DEVELOPMENT OF EXCHANGE TRADE IN UKRAINE
AS PREREQUISITE FOR ECONOMIC GROWTH

УДК 330.341.1:338.43.01/02

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-6>**Недбалюк О.П.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та міжнародних відносин
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Київського національного торговельно-
економічного університету**Nedbalyuk Oleksandr**Vinnitsa Trade-Economy Institute
Kyiv National University of Trade
and Economics

У статті висвітлено актуальні питання взаємозв'язку між станом біржової торгівлі та прискоренням економічного зростання в країні. Такий зв'язок наявний в усіх економічно розвинених країнах. Він має свій прояв перш за все в тому, що справедливе й прозоре ціноутворення в процесі біржової торгівлі створює передумови для інвестування в економіку, забезпечує прозорість ведення бізнесу, обмежує прояви монополізму. Висвітлено основні проблеми, що обмежують можливості для формування сучасного біржового ринку в Україні, визначено шляхи їх вирішення. Встановлено, що одним з головних шляхів розвитку біржової торгівлі в країні є система державної підтримки її розвитку на основі вдосконалення системи законодавства в цій сфері, розроблення та реалізації відповідної програми, пільг, встановлення стимулів для посилення мотивації товаровиробників у використанні інструментів біржової торгівлі. Обґрунтовано, що розвиток біржової торгівлі в країні матиме прямий вплив на прискорення темпів економічного зростання національної економіки.

Ключові слова: біржова торгівля, оптова торгівля, ціна, економічне зростання, державне регулювання економіки, ф'ючерси, опціони.

В статье освещены актуальные вопросы взаимосвязи между состоянием биржевой

торговли и ускорением экономического роста в стране. Такая связь существует во всех экономически развитых странах. Она имеет свое проявление прежде всего в том, что справедливое и прозрачное ценообразование в процессе биржевой торговли создает предпосылки для инвестирования в экономику, обеспечивает прозрачность ведения бизнеса, ограничивает проявления монополизма. Освещены основные проблемы, ограничивающие возможности для формирования современного биржевого рынка в Украине, определены пути их решения. Установлено, что одним из главных путей развития биржевой торговли в стране является система государственной поддержки ее развития на основе совершенствования системы законодательства в этой сфере, разработки и реализации соответствующей программы, льгот, установления стимулов для усиления мотивации товаропроизводителей в использовании инструментов биржевой торговли. Обосновано, что развитие биржевой торговли в стране будет иметь прямое влияние на ускорение темпов экономического роста национальной экономики.

Ключевые слова: биржевая торговля, оптовая торговля, цена, экономический рост, государственное регулирование экономики, фьючерсы, опционы.

The article covers topical issues of the relationship between the state of stock trading and the acceleration of economic growth in the country. Such a connection is available in all economically developed countries. It is manifested primarily in the fact that fair and transparent pricing in the process of exchange trading creates the conditions for investing in the economy, ensures transparency of business, and limits the manifestations of monopoly. Most researchers of economic growth emphasize that economic growth is the main goal of public economic policy. Accordingly, the research concerns the methods and tools of formation and implementation of economic growth policy. The article proposes to draw researchers' attention to the fact that economic growth is also due to the state of economic infrastructure, and above all, the state of exchange trade, which is one of the main elements of this infrastructure. Therefore, the article concludes that the creation of a modern market infrastructure of exchange trade in Ukraine is the most significant factor that will stimulate economic growth. After all, exchange trade provides "fair" pricing, "ideal" balance of supply and demand, intensifies investment processes, stimulates the development of modern logistics and implementation of economic growth policy. The article proposes to draw researchers' attention to the fact that economic growth is also due to the state of economic infrastructure, and above all, the state of exchange trade, which is one of the main elements of this infrastructure. Therefore, the article states that the development of market infrastructure of exchange trade in Ukraine should be ahead of other components of the national economy, because it creates real preconditions for expanding the competitive environment and dynamic economic development. The main problems that limit the opportunities for the formation of a modern stock market in Ukraine are highlighted; ways to solve them are identified. It is established that one of the main ways of development of exchange trade in the country is the system of state support of its development on the basis of improvement of the legislation in this sphere, development and implementation of the corresponding program, privileges, establishment of incentives for strengthening motivation of commodity producers. It is substantiated that the development of exchange trade in the country will have a direct impact on accelerating the economic growth of the national economy.

Key words: exchange trade, wholesale trade, price, economic growth, state regulation of the economy, futures, options.

Постановка проблеми. Сучасна економіка України є не повноцінно ринковою, а «базарною», де на оптовому товарному ринку домінують тіньові схеми, адже немає системи вільного ціноутворення. В національній економіці в цьому сенсі існують три деструктивних аспекти, а саме державне непрозоре встановлення цін типу «Роттердам плюс» (наприклад ціна на газ, на комунальні послуги); встановлення цін

крупними приватними холдингами на монопольній основі (ціни на вугілля, електрику, зерно тощо); диктат цін іноземними виробниками на широкий спектр імпортованого товарного асортименту, оскільки імпортується переважно позабіржові товари, ціни на які здебільшого визначаються не світовими цінами (які встановлюються на міжнародних біржах), а окремими угодами.

Нині немає ґрунтового наукового аналізу причин проблем залежності загальноекономічних проблем економічного зростання країни від стану ринкової інфраструктури, в якій основним компонентом є біржі, адже саме біржі в розвинених країнах забезпечують прозоре й рівноважне ціноутворення перш за все на сировинні товари, що є основою прозорості товарообмінних операцій, державного регулювання торгівлі та економічного зростання. Принагідно нагадаємо, що в Україні досі немає закону про торгівлю. Усі виробничі та товарообмінні ланцюги є похідними від сировини та від цін на сировину. Прозорість та відповідність витратам цін на сировину за допомогою механізму біржової торгівлі («справедливі ціни») в розвинених країнах є основою їх послідовного економічного зростання. Більшість досліджень з цієї теми обмежено вивченням зарубіжного досвіду, оскільки вітчизняна практика біржової торгівлі не дає достатнього матеріалу для таких досліджень. Наприклад, на одному з потенційно найпотужніших ринків біржової торгівлі в Україні, а саме ринку сільськогосподарської продукції, питома вага біржової торгівлі в її загальному обсязі складає менше 1% від загальної кількості угод, тоді як у США цей показник перевищує 90%. Особливості біржової торгівлі в перехідній економіці також мало досліджені, тому ця тема дослідження є актуальною для формування пріоритетів у процесі формування державної політики економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у розроблення методологічних підходів до визначення економічного зростання та його зв'язку зі станом ринкової інфраструктури зробили такі вітчизняні й зарубіжні науковці, як В. Безугла [1], І. Висоцька [2], М. Дайламі [3], А. Дарешвар [3], С. Єрохін [4], Б. Кабаці [5], Н. Лутчин [6], І. Сацик [7].

Сутності проблематики розвитку біржової торгівлі приділяється значна увага у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі. Однак здебільшого ці дослідження зосереджуються на змінах, що відбуваються в механізмі біржової торгівлі внаслідок розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, процесів глобалізації. Так, Д. Лук'яненко та О. Титова акцентують увагу на тому, що біржі є обов'язковим елементом сучасного глобального ринку [8]. Низка авторів основну увагу зосереджує на питаннях автоматизації біржової торгівлі, наприклад Є. Кирилюк [9]. Вітчизняні дослідники більшу увагу приділяють питанням розвитку товарних бірж порівняно з фондовими, оскільки вважається, що біржовий товарний сегмент економіки менш розвинений, ніж фондовий [9; 10]. Незважаючи на досить широке представлення в науковій літературі проблематики економічного зростання та розвитку біржової торгівлі, малодослідженими

залишаються питання зв'язку між станом біржової торгівлі та економічним зростанням.

Постановка завдання. Метою дослідження є з'ясування характеру впливу біржової торгівлі на економічне зростання економіки країни з урахуванням сучасних умов сповільнення економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Науково обґрунтована політика стимулювання економічного зростання є важливою запорукою соціально-економічного розвитку країни. При цьому слід враховувати, що, з одного боку, економічне зростання є головною метою державної політики, а з іншого боку, його параметри зумовлені станом інфраструктури економіки країни. Усе це обумовлює необхідність комплексного та всебічного дослідження впливу інфраструктури, перш за все біржової торгівлі як основного її елементу, на економічне зростання. Створення розгалуженої ринкової інфраструктури біржової торгівлі в Україні, на наш погляд, – це найбільш суттєвий фактор, що стимулює економічне зростання, адже біржова торгівля забезпечує «справедливе» ціноутворення, «ідеальний» баланс попиту та пропозиції, стимулює розвиток сучасної логістики товарів та послуг.

Відсутність науково обґрунтованої політики стимулювання стійкого економічного зростання в країні обумовлене як відсутністю уваги науковців до взаємозв'язку між біржовою торгівлею та економічним зростанням, так і фундаментальними недоліками сучасної структури української економіки, нерозвиненістю системи її інфраструктурних, логістичних зв'язків товарообігу.

Розвиток – це зміна принципів і методів функціонування економічної системи, перехід від одного якісного стану до іншого, тобто економічний розвиток є не просто розширенням виробництва, але й його ускладненням, диференціацією. Ускладнення, диференціація і, відповідно, економічне зростання неможливі без відповідного домінування на ринку біржової торгівлі. Сучасна практика економічних відносин свідчить про те, що вітчизняні біржі неповною мірою виконують властиву біржі як ринковому інституту регулятивну функцію.

К.Р. Макконнеллом і С.Л. Брю запропоновано класифікацію факторів економічного зростання, яку беруть за основу більшість економістів-науковців. Відповідно до цієї класифікації економічне зростання обумовлене шістьма блоками факторів. Чотири блоки складаються з факторів, що визначають фізичну здатність економіки до зростання. Це фактори пропозиції (кількість і якість природних і трудових ресурсів, обсяг капітальних благ і технологій). Йдеться про ресурсний потенціал, загальновизнано, що в Україні він, незважаючи на структурні диспропорції, наявний. Однак для

економічного зростання наявність цих факторів є необхідною, але недостатньою умовою для збільшення обсягів виробництва. До п'ятого і шостого блоків входять фактор попиту і фактор ефективності, метою яких є забезпечення ефективного розподілу ресурсів, здатного максимально задовольнити потреби суспільства [11], тому проблеми економічного зростання в Україні пов'язані саме з неефективним розподілом та обігом ресурсів, товарів. Саме біржі є тим інструментом, який забезпечує ефективність обігу та стимулювання економічного зростання.

Сучасна біржова торгівля прямо або опосередковано охоплює всі складові частини інфраструктури товарного ринку з окресленим набором елементів-інституцій, а саме організаційну, матеріальну, інформаційну, кредитно-розрахункову та кадрову складові частини.

З огляду на специфіку товарного ринку товарні біржі як елемент ринкової інфраструктури забезпечують надання цілого комплексу послуг з обслуговування діяльності суб'єктів господарювання, зокрема торговельно-посередницьких, посередницьких, інформаційних, організаційно-комерційних, виробничо-технологічних, транспортно-експедиторських, логістичних, лізингових, розрахунково-кредитних, страхових, аудиторських.

Діяльність товарних бірж в Україні регулюється Законом «Про товарну біржу». В Україні зареєстровано 555 товарних і товарно-сировинних бірж [12]. У світовій практиці до біржових товарів належать 60–70 найменувань. Для товарної біржі характерні регулярність функціонування; торгівля однорідними товарами з певними характеристиками на основі жорстких правил та в спеціальному місці; продаж біржових товарів за допомогою представлених зразків або стандартів; відсутність товарів на біржі в натуральному вигляді. Більшість біржових операцій (90% і більше) становлять саме ф'ючерсні угоди. Метою ф'ючерсної угоди є не продаж чи придбання реального товару, а отримання різниці в цінах, яка виникає до строку завершення угоди, тобто спекуляція, а також страхування (хеджування) від втрат, пов'язаних зі зміною цін на товари.

Економічну природу товарної біржі можна виразити через таке означення: сучасна товарна біржа — це фінансовий ринок, на якому різні групи його учасників торгують контрактами, прив'язаними до цін на сировину або на так звані нетоварні цінності, задля зняття із себе цінового ризику й передачі його іншим учасникам ринку або, навпаки, задля прийняття цього ризику на себе в розрахунку одержати прибуток [13].

Разом з біржами особливе місце серед елементів інфраструктури фінансового ринку посідають фондові, валютні біржі, брокерські компанії, комерційні банки, інвестиційні та інноваційні

фонди, холдингові компанії. В інфраструктурі фінансового ринку України фондові та валютні біржі мають посідати основне місце.

Діяльність фондових бірж в Україні регулюється Законами «Про цінні папери і фондову біржу», «Про державне регулювання ринку цінних паперів», «Про державні товариства», Положенням «Про реєстрацію фондових бірж і торгово-інформаційних систем і регулювання їх діяльності». Кількість угод, укладених на фондових біржах України, незначна, а вартість кожного цінного папера досить низька. Крім того, на ринку немає високоліквідних акцій.

Розбудова ринкової інфраструктури біржової торгівлі має відбуватися випереджальними темпами порівняно з іншими складовими частинами національної економіки, адже вона створює реальні передумови для розширення меж конкурентного середовища й динамічного розвитку економіки. Для цього організаційно доцільно розробити і реалізувати відповідну державну програму з розвитку біржової торгівлі сучасного типу.

Узагальнюючи думки вітчизняних науковців, можемо виокремити такі головні проблеми формування біржового ринку України як інструменту економічного зростання [14; 15; 16]:

- створення законодавчою базою для розвитку біржової торгівлі умов для реєстрації в Україні бірж, але відсутність умов для їх розвитку;
- низький рівень організованості біржового ринку; незважаючи на рекордну кількість офіційно створених підприємницьких організацій під назвою «біржа» (555 бірж [12]), в Україні біржовий ринок створений номінально і не виконує функцій стимулювання економічного зростання перш за все у сфері ціноутворення;
- низький рівень ліквідності біржових товарів на ринку, який пояснюється тим, що біржова торгівля цими товарами не має домінуючої частки на ринку, як у розвинених країнах; наслідками є відсутність умов для нормальної роботи інвесторів з управління інвестиційними портфелями, висока волатильність ринку;
- незначна кількість біржових інструментів, що використовуються українськими біржами; за всієї різноманітності фінансових інструментів, зокрема похідних, в Україні присутній лише їх обмежений асортимент з обмеженим набором характеристик дохідності, ризиковості, захищеності тощо;
- низький рівень довіри підприємців до вітчизняних бірж; діючі товарні біржі не забезпечують учасникам торгів гарантування виконання зобов'язань за біржовими договорами;
- недосконалість податкового стимулювання біржової торгівлі; це має свій прояв у відсутності пільг для інвесторів, подвійному оподаткуванні дивідендів, оподаткуванні інвестиційних доходів, платі за реєстрацію цінних паперів, ліцензійних платежах тощо;

– брак кваліфікованих кадрів у сфері біржової торгівлі; тільки останніми роками в українських ВНЗ почали відкриватися програми підготовки фахівців з біржової торгівлі;

– низький рівень захисту прав акціонерів та інвесторів, що є потенційними учасниками біржового ринку; захист прав акціонерів в Україні більше є формальністю, ніж реально працюючим механізмом; характерними особливостями є неможливість реально впливати на діяльність акціонерних компаній, відсутність гарантій із боку держави щодо захисту прав, небажання компаній виплачувати дивіденди, обмеженість доступу фізичних осіб до біржового фондового ринку;

– низький рівень біржової етики та бізнес-культури в Україні;

– технологічна відсталість процесу здійснення біржових товарообмінних операцій; вітчизняні біржі використовують застарілі технології та примітивні електронні засоби торгів; нагальним питанням сьогодні є інтеграція біржових електронних платформ у систему державних закупівель “ProZorro” («Прозоро»), реалізація цієї ідеї має багато бюрократичних та технічних обмежень (наприклад, акредитація біржі, узгодження роботи платформ, написаних різними мовами програмування); за умови такої інтеграції на прозорому ринку щорічно будуть активи підприємств у формі зобов'язань з виробництва і постачання товарів; якщо через прозорий організований оптовий ринок буде продаватися не менше трьох четвертих всього виробленого товарного асортименту, то з гарантованим строком біржових інструментів (форвардами, ф'ючерсами, опціонами) буде забезпечено збільшення податкових надходжень до бюджету, відбудеться значне спрощення механізмів кредитування тощо [17]; буде забезпечена автоматична корельованість цін внутрішнього ринку з цінами на світових ринках товарів, тобто Україна буде мати найбільш вигідну ціну на свою стратегічну продукцію [18].

Біржова торгівля з інструментом ф'ючерсної торгівлі і за умови державної підтримки забезпечить формування прозорого ринку, насичення його біржовими інструментами (ф'ючерсами, форвардами, опціонами).

Чинниками, які, на наш погляд, стримують впровадження ф'ючерсної торгівлі в Україні, є:

– втручання держави та місцевих адміністрацій в оптову торгівлю товарами;

– високі торгові витрати на товарних оптових ринках;

– недосконала система стандартизації якості;

– відсутність системно опрацьованого законодавства з ф'ючерсної біржової торгівлі [9].

Прогнозується, що головним аспектом для початку функціонування ф'ючерсного ринку буде

максимальне залучення на біржовий майданчик великих обсягів товарів.

Аналіз світового обігу біржових інструментів на 84% найбільших бірж свідчить про збереження тенденцій домінування ф'ючерсів. Система ф'ючерсних біржових торгів повинна мати розрахунково-клірингову підсистему, яка забезпечить взаємодію з учасниками біржових торгів на всіх майданчиках одночасно, а також інтегрованість кожної операції. Прозорі ринки ф'ючерсів могли би стати базовим активом для товарного індексу, що забезпечить такі позитивні тенденції: деривативи вивільняють вартість; покупці й продавці отримують постійні сигнали про ціну; з'являється можливість управляти ціновим ризиком за допомогою хеджування; спрощується процес ухвалення рішень виробником [18].

Для створення в Україні сучасного біржового ринку необхідні такі передумови: програма розвитку біржової торгівлі; новий нормативно-правовий режим деривативів, який відповідатиме кращій міжнародній практиці, сприятиме розробленню валютно-процентних свопів та інших продуктів, встановить режим клірингу і розрахунків, а також відповідатиме вимогам функціонування біржового ринку в країнах ЄС.

В кінці 2014 року Мінекономрозвитку було підготовлено проекти Законів України «Про товарний біржовий ринок» та «Про похідні фінансові інструменти (деривативи)». Однак проекти було повернено на доопрацювання, отже, невідомо, коли ці Закони будуть прийняті і чи будуть прийняті взагалі. Прийняття цих Законів та реалізація їх положень через пропоновані інституційні зміни в системі біржової торгівлі стали б нормативною основою для економічного зростання країни.

Висновки з проведеного дослідження.

Усвідомлення значення розвитку біржової торгівлі, особливо у сфері ціноутворення, та подальше наукове опрацювання цієї тематики дадуть змогу розпочати процес вирішення проблем розвитку біржового ринку в Україні. Розуміння прямого зв'язку між біржовою торгівлею та станом економіки сприятиме прийняттю відповідних рішень у сфері державного регулювання економіки і, як наслідок, забезпечить високі темпи зростання економіки країни. Очевидно, що історія та традиції біржової торгівлі залишаються для України новими, однак цей шлях формування сучасного інституційного механізму біржової торгівлі слід пройти якнайшвидше, адже без цього неможливо говорити про будь-які шанси для економічного зростання. Визначальною в цьому сенсі є роль системи державного економічного прогнозування та управління загалом. Механізм державного регулювання економіки має здійснити відповідні законодавчі та виконавчі кроки, які забезпечать розвиток біржової торгівлі сучасного типу в країні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Безугла В. Парадигма економічного зростання в умовах відкритої економіки. *Modern trends in scientific thought development* : Materials Digest of the 2nd International Scientific and Practical Conference Economic Sciences. Odessa : InPress, 2011. P. 160–163.
2. Висоцька І. Чинники економічного зростання. *Фактори економічного зростання* : збірник наукових праць Інституту економіки НАН України. Київ, 2001. С. 4–11.
3. Томас В., Дайлами М., Дарешвар А. та ін. Якість економічного зростання / пер. з англ. ; наук. ред. О. Кілієвич. Київ : Основи, 2002. 350 с.
4. Єрохін С. Структурна трансформація національної економіки (теоретико-методологічний аспект) : монографія. Київ : Світ знань, 2002. 528 с.
5. Кабаці Б. Теоретичні аспекти дослідження впливу фінансово-кредитного механізму регулювання на економічне зростання. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.17. С. 210–217.
6. Лутчин Н. Статистичне вивчення якості та стійкості економічного зростання: регіональний аспект. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2011. № 129. С. 29–32.
7. Сацк І. Якісне економічне зростання в Україні: сучасний стан і шляхи забезпечення. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=485> (дата звернення: 31.07.2020).
8. Лук'яненко Д. Глобальна модифікація конкурентних механізмів ринку. *Міжнародна економічна політика*. 2010. № 1. С. 5–21.
9. Кирилук Е. Биржевая торговля сельскохозяйственной продукцией в Украине: проблемы и перспективы. *Вестник Волгоградского института бизнеса*. 2013. № 1 (22). С. 97–102.
10. Дудяк Р. Організація функціонування та розвиток товарних бірж України в умовах економічної кризи. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Економіка АПК*. 2013. № 18 (1). С. 157–164.
11. Макконелл К. Аналітична економія: принципи, проблеми і політика. Ч. I : Макроекономіка / пер. з англ. Львів : Просвіта, 2003. С. 473–475.
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://ukrstat.org> (дата звернення: 31.07.2020).
13. Бобкова А. Біржове право : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 200 с.
14. Пластун О. Проблеми біржової діяльності в Україні та варіанти їх вирішення. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2013. Вип. 37. С. 134–140.
15. Щепіна Т. Аналіз сучасного стану біржового ринку України. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2015. № 40. С. 96–100.
16. Ясеніцький В. Особливості функціонування бірж як складової ринкової інфраструктури. *Бізнес-Інформ*. 2014. № 1. С. 333–337.
17. Програма розвитку фінансового сектору USAID FINREP-II, 18 червня 2015 року. URL: <http://aeaer.com.ua/wp-content/uploads/2015/07/analy-z.pdf> (дата звернення: 31.07.2020).
18. Солодкий М. Ф'ючерсний ринок – фактор стабілізації ціноутворення. *Моніторинг біржового ринку*. 2014. № 1 (20). С. 12–15.

REFERENCES:

1. Bezuhla V. (2011) Paradyhma ekonomichnoho zrostannia v umovakh vidkrytoi ekonomiky [The paradigm of economic growth in an open economy]. *Modern trends in scientific thought development: Materials Digest of the 2nd International Scientific and Practical Conference Economic Sciences*. Odessa: InPress, pp. 160–163 (in Ukrainian).
2. Vysotska I. (2001) Chynnyky ekonomichnoho zrostannia [Factors of economic growth]. *Fakty ekonomichnoho zrostannia: zbirnyk nauk. prats Instytutu ekonomiky NAN Ukrainy*. Kyiv, pp. 4–11 (in Ukrainian).
3. Iakist ekonomichnoho zrostannia [Quality of economic growth]. V. Tomas, M. Dailami, A. Dareshvar ta in. (2002); per. z anhl.; nauk. red. per. O. Kiliievych. Kyiv: Osnovy, 350 p. (in Ukrainian).
4. Ierokhin S. (2002) Strukturna transformatsiia natsionalnoi ekonomiky (teoretyko-metodolohichnyi aspekt) [Structural transformation of the national economy (theoretical and methodological aspect)]: monohrafiia. Kyiv: Svit znan, 528 p. (in Ukrainian).
5. Kabatsi B. (2013) Teoretychni aspekty doslidzhennia vplyvu finansovo-kredytnoho mekhanizmu rehuliuвання na ekonomichne zrostannia [Theoretical aspects of the study of the impact of financial and credit regulation on economic growth]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. 2013, pp. 210–217 (in Ukrainian).
6. Lutchyn N. (2011) Statystychne vyvchennia yakosti ta stiiakosti ekonomichnoho zrostannia: rehionalnyi aspekt [Statistical study of the quality and sustainability of economic growth: a regional aspect]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*. № 129, pp. 29–32 (in Ukrainian).
7. Satsyk I. Yakisne ekonomichne zrostannia v Ukraini: suchasnyi stan i shliakhy zabezpechennia [Qualitative economic growth in Ukraine: current state and ways to ensure]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=485> (accessed 31 July 2020) (in Ukrainian).
8. Lukianenko D. (2010) Hlobalna modyfikatsiia konkurentnykh mekhanizmiv rynku [Global modification of competitive market mechanisms]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*, № 1, pp. 5–21 (in Ukrainian).
9. Kyryliuk E. (2013) Byrzhavaia torhoviia selskokhoziaistvennoi produktsyi v Ukraine: problemy u perspektvy [Exchange trade in agricultural products in Ukraine: problems and prospects]. *Vestnyk Volhohrad. in-ta byznesa*, № 1 (22), pp. 97–102 (in Russian).
10. Dudiak R. (2013) Orhanizatsiia funktsionuvannia ta rozvytok tovarnykh birzh Ukrainy v umovakh ekonomichnoi kryzy [Organization of functioning and development of commodity exchanges of Ukraine in the conditions of economic crisis]. *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Ekonomika APK*, № 18 (1), pp. 157–164 (in Ukrainian).
11. Makkonell K. (2003) Analitychna ekonomii: pryntsypy, problemy i polityka [Analytical economics: principles, problems and policies]. *Chastyna I. Makroekonomika / per. z anhl. Lviv: Prosvita*, pp. 473–475 (in Ukrainian).
12. Ofitsiynyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. URL: <https://ukrstat.org> (accessed 31 July 2020) (in Ukrainian).

13. Bobkova A. (2005) *Birzhove pravo* [Exchange law]: navch. posibn. Kyiv: Tsentr navch. lit-ry, 200 p. (in Ukrainian).

14. Plastun O. (2013) *Problemy birzhovoi diialnosti v Ukraini ta varianty yikh vyrishennia* [Problems of exchange activity in Ukraine and options for their solution]. *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy* : zbirnyk naukovykh prats. Sumy : DVNZ UABS NBU. Vyp. 37, pp. 134–140 (in Ukrainian).

15. Shchepina T. (2015) *Analiz suchasnoho stanu birzhovoho rynku Ukrainy* [Analysis of the current state of the stock market of Ukraine]. *Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury*, № 40, pp. 96–100 (in Ukrainian).

16. Iasenetskyi V. (2014) *Osoblyvosti funktsionuvania birzh yak skladovoi rynkovoï infrastruktury* [Features of the functioning of exchanges as a component of market infrastructure]. *Biznes-Inform*, № 1, pp. 333–337 (in Ukrainian).

17. *Prohrama rozvytku finansovoho sektoru USAID FINREP-II* [USAID FINREP-II Financial Sector Development Program], 18 chervnia 2015 roku. URL: <http://aeaep.com.ua/wp-content/uploads/2015/07/analy-z.pdf> (accessed 31 July 2020) (in Ukrainian).

18. Solodkyi M. (2014) *Fiuchersnyi rynek – faktor stabilizatsii tsinoutvorennia* [The futures market – a factor in stabilizing pricing]. *Monitorynh birzhovoho rynku*, № 1 (20), pp. 12–15 (in Ukrainian).

ПІДХОДИ ДО ОПОДАТКУВАННЯ У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ

APPROACHES TO TAXATION IN THE EUROPEAN UNION: POLISH EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR UKRAINE

УДК 336.2:339.5

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-7>**Чиркова Ю.Л.**

к.е.н.,

старший викладач кафедри
зовнішньоекономічної
та митної діяльностіНаціональний університет
«Львівська політехніка»**Яремчук Т.С.**

студентка

Національний університет
«Львівська політехніка»**Chyrkova Yuliia**

Lviv Polytechnic National University

Yaremchuk Tetiana

Lviv Polytechnic National University

У статті досліджено особливості оподаткування фізичних та юридичних осіб у Республіці Польщі, встановлено переваги та недоліки польської податкової системи, здійснено її порівняння з податковою системою України. Проведено ґрунтовний аналіз податків в обох країнах, їх кількості та часу, необхідного для нарахування та сплати, рівня податкового навантаження на платників податків. Встановлено, що за останнє десятиліття українська податкова система суттєво змінилась, але поки не стала високоефективною, тому досі багато проблем залишаються нерозв'язаними і потребують негайного врегулювання. Польська податкова система кардинально не відрізняється від української, проте характеризується низкою переваг. На основі проведеного дослідження авторами окреслено ключові прогресивні сторони податкової системи Польщі, які доцільно імплементувати в Україні задля вдосконалення національної податкової системи та приведення її у відповідність до принципів та стандартів Європейського Союзу.

Ключові слова: податкова система Республіки Польщі, податкова система України, податки, база оподаткування, ставка податку, платники податків, податкове навантаження, адміністрування податків.

В статті досліджені особливості податкової системи Республіки Польщі, встановлено переваги та недоліки польської податкової системи, здійснено її порівняння з податковою системою України. Проведено ґрунтовний аналіз податків в обох країнах, їх кількості та часу, необхідного для нарахування та сплати, рівня податкового навантаження на платників податків. Встановлено, що за останнє десятиліття українська податкова система суттєво змінилась, але поки не стала високоефективною, тому досі багато проблем залишаються нерозв'язаними і потребують негайного врегулювання. Польська податкова система кардинально не відрізняється від української, проте характеризується низкою переваг. На основі проведеного дослідження авторами окреслено ключові прогресивні сторони податкової системи Польщі, які доцільно імплементувати в Україні задля вдосконалення національної податкової системи та приведення її у відповідність до принципів та стандартів Європейського Союзу.

ских лиц в Республике Польше, установлены преимущества и недостатки польской налоговой системы, осуществлено ее сравнение с налоговой системой Украины. Проведен подробный анализ налогов в обеих странах, их количества и времени, необходимого для начисления и оплаты, уровня налоговой нагрузки на налогоплательщиков. Установлено, что за последнее десятилетие украинская налоговая система существенно изменилась, но пока не стала полностью эффективной, поэтому до сих пор много проблем остаются нерешенными и требуют немедленного урегулирования. Польская налоговая система кардинально не отличается от украинской, однако характеризуется рядом преимуществ. На основе проведенного исследования авторами очерчены ключевые прогрессивные стороны налоговой системы Польши, которые целесообразно имплементировать в Украине с целью совершенствования национальной налоговой системы и приведения ее в соответствие принципам и стандартам Европейского Союза.

Ключевые слова: налоговая система Республики Польши, налоговая система Украины, налоги, база налогообложения, ставка налога, налогоплательщики, налоговая нагрузка, администрирование налогов.

The article examines the features of taxation in the Republic of Poland, identifies the advantages and disadvantages of the Polish tax system, and compares it with the tax system of Ukraine. In the article, a thorough analysis of taxes in countries, their amount and time required for their accrual and payment, as well as the level of tax burden on taxpayers was held. It has been established that the Ukrainian tax system has changed significantly over the last decade but has not yet become fully effective – many problems remain unresolved and need to be solved immediately. The main problem of the tax system of Ukraine is still the high level of tax burden on businesses and citizens, which according to a study by the World Bank in 2020 is 45.2% of commercial profits. Besides, a significant obstacle to doing business in Ukraine on the part of taxation is the cost of a large amount of time required from Ukrainian enterprises for tax payment procedures realization – on average, Ukrainian enterprises spend 327.5 hours per year for the preparation, submission of reports and payment of taxes. Little attention in Ukraine is also paid to introducing the luxury tax in the format it exists in leading European countries. It is obvious that Ukrainian problems in the field of taxation are not very attractive to foreign investors; they also do not contribute to increasing the economic activity of national business structures. The Polish tax system does not radically differ from the Ukrainian one, but at the same time, it has some significant advantages: low rates of some taxes, preferential rates for almost every tax, high development of local taxes (local taxes are a great part of all Polish taxes), the right to donate 1% from the tax on the account of charitable organizations, etc. In general, the Polish tax system helps to increase the competitiveness of Polish industries and becomes a tool to increase the economic activity of Polish businesses. Based on the study, the authors outline the main advantages of the Polish tax system, which should be implemented in Ukraine in order to improve the national tax system and bring it in line with the principles and standards of the European Union.

Key words: taxation system in Poland, taxation system in Ukraine, taxes, tax base, tax rate, taxpayers, tax burden, tax administration.

Постановка проблеми. Сучасний формат функціонування системи оподаткування в Україні постає одним зс вкрай негативних факторів впливу на розвиток вітчизняного бізнес-середовища. Необґрунтовано високі ставки ключових податків для фізичних та юридичних осіб, складність, непрозорість, а інколи навіть явні протиріччя в межах законодавчих аспектів оподаткування в нашій країні породжують опір щодо їх нарахування та сплати з боку підприємницьких структур та все масштабніший їх відхід у «тіньовий» сектор.

Дослідження легкості ведення бізнесу “Doing Bussiness”, проведене Світовим банком, відображає низку перешкод здійснення підприємницької діяльності в Україні, зокрема у сфері оподаткування. У рейтингу “Doing Business” станом на 2020 рік Україна займає 64 позицію зі 190 досліджуваних країн, зокрема за показником оподаткування (“Paying taxes”) вона посідає 65 місце, тоді як сусідня Польща – 40 місце. Основними перешкодами ведення бізнесу в Україні з боку оподаткування залишаються високий рівень податкового навантаження на бізнес, який у

2020 році становить 45,2% комерційного прибутку підприємств (для порівняння, в Польщі податкове навантаження на бізнес становить 40,8%), та витрати великого обсягу часу українськими підприємствами на нарахування та сплату податків. Середній час, витрачений на підготовку, подання звітності та сплату податків, в Україні становить 327,5 год. на рік (в Польщі кількість часу, необхідного для нарахування та сплати податків, є трохи більшою, становлячи 334 год.) [1]. Згідно з дослідженням "Tax Foundation", станом на 2019 рік Польща посідає 35 місце в рейтингу "International Tax Competitiveness Index" (зокрема, за конкурентоспроможністю корпоративних податків вона посідає 13 місце), Україна ж в цьому рейтингу нині зовсім не представлена [2].

Отже, саме зараз, коли в Україні відбуваються важливі зміни у соціально-економічній сфері, велика увага має приділятися саме реформуванню податкової системи. При цьому важливо досліджувати позитивний досвід провідних європейських країн, зокрема Польщі як країни-сусіда та провідного партнера України на міжнародній арені, у сфері оподаткування задля його подальшої імплементації в Україні для вирішення нагальних проблем української податкової системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досвід функціонування податкової системи Польщі та доцільність його застосування в Україні був та залишається предметом дослідження багатьох науковців та фахівців-практиків, таких як Т. Волинець, О. Радишевська, В. Кміть, О. Яскевич, І. Сенчак, О. Волкова. Т. Волинець у своїй роботі стверджує, що податкова система Польщі сприяє економічній активності суб'єктів господарювання, тоді як українська до 2015 року навіть не була інструментом підвищення конкурентоспроможності країни через велику кількість податків [3]. О. Радишевська вважає, що податкові системи України та Польщі перебувають приблизно на одному рівні, але через певні інші фактори в Україні спостерігається значно гірша ситуація [4].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження податкової системи Польщі, визначення її особливостей, встановлення переваг та недоліків, порівняння її з податковою системою України, а також пошук переваг польської податкової системи, які доцільно імплементувати в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Характеризуючи податкову систему Польщі, перш за все маємо зазначити, що основним правовим документом у податковому законодавстві Польщі є *Ordynacja podatkowa* (Податковий указ) [5]. Він регулює польське податкове законодавство, адміністрування податків, визначає податкові органи, їх повноваження й містить норми фіскального кримінального законодавства. Положення *Ordynacja podatkowa* поширюються на всі види податків,

зборів і дебіторську заборгованість державного та місцевих бюджетів.

Згідно з чинним законодавством, у Польщі податки поділяються на безпосередні та непрямі [6]. Безпосередні податки сплачуються до податкових органів, а їх розмір завжди залежить від ситуації платника податків, а непрямі податки нараховуються автоматично під час покупки товару чи послуги.

До безпосередніх у Польщі належать такі податки, як PIT (Personal Income Tax – прибутковий податок з фізичних осіб); CIT (Corporate Income Tax – прибутковий податок з юридичних осіб), який сплачують юридичні особи, що отримують дохід на території Польщі; податок зі спадщини і дарування; податок з цивільно-правових дій (щодо здійснення певної економічної діяльності); сільськогосподарський податок (на земельні ділянки, які класифікуються як сільськогосподарські угіддя, а також сільськогосподарські угіддя з лісом і чагарником); лісовий податок (на ділянки землі, які класифікуються як лісові угіддя); податок на нерухомість (на будівлі, споруди або їх частини, пов'язані зі здійсненням підприємницької діяльності, а також земельні ділянки); податок на транспортні засоби (на вантажівки з допустимою вагою, яка перевищує 3,5 т; причепи і напівпричепи, вага яких разом з транспортом становить понад 7 т; на автобуси); тоннажний податок (на доходи, які отримують судноплавні підприємства).

Непрямі податки у Польщі включають:

- VAT (Value Added Tax – податок на додану вартість);
- акцизний податок;
- податок з ігор, що сплачують суб'єкти господарювання, які здійснюють підприємницьку діяльність у галузі азартних ігор і взаємних парі [6].

Кількість податків у Польщі орієнтовно така ж як в Україні: 12 проти 11 [6; 7]. При цьому є податки, або яких в Україні зовсім немає, або які передбачені в структурі інших платежів. Детальна порівняльна характеристика податків в Україні та Польщі представлена в табл. 1.

Нині в Україні діє 11 податків (9 загальнодержавних і 2 місцеві), тоді як у сусідній Польщі їх є 12 (по 6 загальнодержавних і місцевих) [6; 7]. Згідно з даними Світового банку, відносно нещодавно Україна посідала перше місце у світі за кількістю податкових платежів, адже станом на 2012 рік їх було 135. Для порівняння, у тому ж році у Польщі налічувалося 29 податкових платежів. У тому ж році українські підприємства витрачали 657 годин на нарахування на сплату податків, через що посіли 9 (найнижче) місце у світі (польські підприємства у тому самому році нараховували й сплачували податки всього за 269 год.) [1]. На рис. 1, 2 представлено, як змінювалися обсяги часу, необхідного для нарахування та сплати

Порівняльна характеристика видів та розмірів податків в Україні та Польщі

Податок \ Країна	Україна	Польща
1	2	3
Податок на прибуток підприємств	Ставка становить 18%.	PIT: ставка становить 19%. Для іноземних громадян ставка PIT становить 20%
Податок на доходи фізичних осіб	Базова ставка ПДФО становить 18% бази оподаткування. Ставка 5% встановлюється у випадках, визначених п. 167.2 ПКУ, 0% – у випадках, визначених п. 167.3 ПКУ.	У CIT застосовуються два податкові пороги: – якщо заробіток протягом року складає менше 85 528 злотих, то ставка податку становить 17%; – якщо заробіток протягом року складає більше 85 528 злотих, то ставка податку становить 32%. Молодь до 26 років звільнена від сплати цього податку.
Податок на додану вартість	Є ставки у 20%, 7% та 0%. – 20% – базова ставка, що застосовується щодо більшості операцій постачання та під час визначення «ввізного» ПДВ; – 7% використовуються щодо лікарських засобів, медичного обладнання та медичних виробів; – 0% застосовується під час експорту; – ставка «без ПДВ» застосовується щодо товарів, які не є об'єктами оподаткування ПДВ.	VAT передбачає ставки у 23%, 8%, 5%, 3%, 0%. – 23% – базова ставка; – 8% встановлюються на деякі продукти харчування, добрива, книги, визначені фармацевтичні та медичні товари, послуги сільського господарства; – 5% встановлюється на окремі види продуктів харчування, книги та інші періодичні видання; – 3% застосовуються щодо деяких харчових, рибних і лісових продуктів; послуг тваринництва, рибальства і лісозаготівлі; – 0% використовується під час експорту, організації внутрішньогалузевих поставок; за нульовою ставкою також оподатковуються міжнародні транспортні послуги та комп'ютерне обладнання.
Акцизний податок	Ставки нижче, ніж у Польщі. Підакцизними товарами є спирт етиловий та інші спиртіві дистилати, алкогольні напої, пиво; тютюнові вироби, тютюн та промислові замінники тютюну; нафтопродукти, скраплений газ; легкові автомобілі, кузови до них, причеми та напівпричеми, мотоцикли.	Ставки вище, ніж в Україні. До підакцизних товарів у Польщі належать енергетичні вироби, електроенергія, алкоголь та алкогольні напої, тютюнові вироби та автомобілі.
Екологічний податок	Ставки залежать від характеру забруднюючої речовини.	Немає.
Мито	Встановлено різні ставки ввізного мита. Вивізне мито встановлено на окремі види товарів, зокрема на худобу (10%), шкури (20%), насіння олійних культур (10%), газ (35%). В рамках вільної торгівлі з ЄС Україна повністю або частково знижує свої ввізні мита для європейських товарів.	Існують різні ставки, є велика кількість специфічних та комбінованих ставок імпортного мита. В рамках вільної торгівлі з Україною ЄС знижує свої ввізні мита для українських товарів. Встановлено безмитний доступ українських підприємств до ринку ЄС у рамках безмитних тарифних квот.
Податок на майно	Включає три види податків, а саме податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки (до 2% МЗП за 1 м ²); транспортний податок (25 тис. грн.); плату за землю (1% та 12%).	Окремо існує податок на нерухоме майно (податок на землю може встановлюватися в розмірі 0,47–0,89 злотих за м ² , на іншу нерухомість – 0,75–22,86 злотих за м ²) та транспортний податок (може становити від 811,6 до 3 100 злотих).
Єдиний податок	Спрощена система оподаткування передбачає 4 групи платників податку. 1 група (ФО) передбачає ставку ЄП до 10% МЗП; 2 група (ФО) – до 20% МЗП; 3 група (ФО або ЮО) – 3% + ПДВ або 5%; 4 група (ФО або ЮО сільськогосподарські товаровиробники) – від 0,09 до 1,35% з 1 га сільськогосподарських угідь.	Немає.
Податок зі спадщини і дарування	Не встановлено окремо, але передбачено як ПДФО. Ставки становлять від 0% до 20%.	Ставки встановлюються залежно від черги спадкування від 3% до 20%.

Закінчення табл. 1

1	2	3
Податок з цивільно-правових дій	Не встановлено окремо, але передбачено як ПДФО. Ставки становлять 0% і 5%.	Ставки становлять від 0,5% до 2% залежно від виду діяльності.
Сільськогосподарський податок	До сільськогосподарських товаровиробників застосовується єдиний податок 4-ї групи.	Існують дві ставки, а саме 134,38 злотих та 264,75 злотих за 1 га землі.
Тоннажний податок	Немає.	Під час вибору цієї форми оподаткування отримані доходи не підлягають прибутковому оподаткуванню.
Податок з ігор	Немає.	Ставки податку залежать від типу гри. Виграші, які отримують фізичні особи, підлягають обкладенню РІТ.

Джерело: узагальнено авторами на основі даних джерел [3; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13]

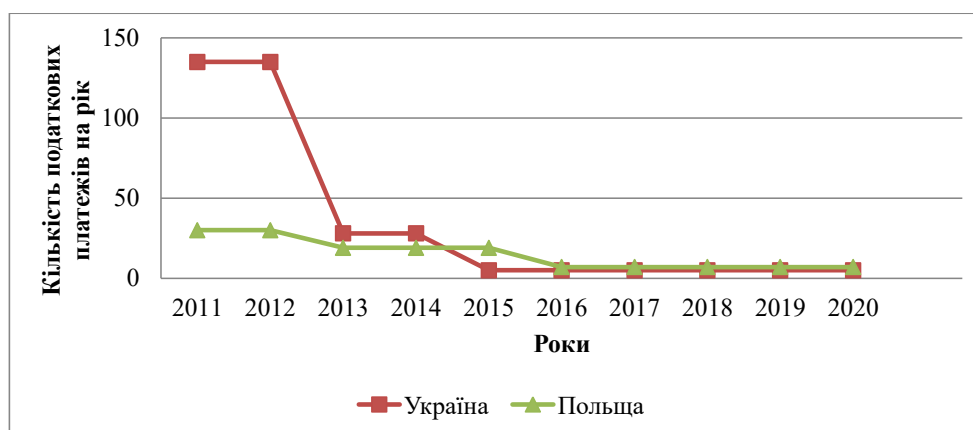


Рис. 1. Річна кількість податкових платежів в Україні та Польщі у 2011–2020 роках

податків, та кількість податкових платежів в Україні та Польщі впродовж останніх 10 років [1].

Як чітко видно з наведених рисунків, за останнє десятиліття українська податкова система суттєво змінилася, але поки не стала повністю ефективною, адже вона досі потребує вдосконалення та приведення її у відповідність до європейських принципів і стандартів у сфері оподаткування.

Однією з ключових проблем податкової системи України є податкове навантаження на бізнес та громадян. Податки в Україні станом на 2019 рік становлять 34% ВВП, тобто українець в середньому віддає державі кожну третю гривню. В динаміці простежується зростання частки податків у ВВП (їх частка у ВВП у 2000 році становила 25%). Для порівняння, в Польщі, згідно зі статистичними даними Європейського статистичного бюро, станом на 2018 рік податкове навантаження складає 35,2% ВВП. У розгорнутому вигляді цей показник виглядає так: непрямі податки становлять 14,3%, з яких ПДВ (VAT) – 8,1%, акцизи – 4%, податки на товари (включаючи мито) – 0,4%, інші податки – 1,7%; прямі податки – 7,8%, з яких податок з доходів фізичних осіб (PIT) – 5,3%, податок з доходів юридичних осіб (CIP) – 2,1%, інші податки – 0,4%. Щодо соціальних відрахувань, то вони перебувають на

рівні 13,3%, з яких 5,2% сплачують роботодавці та працівники, а 8,1% – самозайняті особи. За економічним критерієм кошти розподіляються таким чином: на споживання – 12,6%, на капітал – 8,4%, на працю – 14,2%. Екологічні податки становлять 2,7% [14].

На рис. 3 зображено динаміку податкового навантаження (у % від комерційного прибутку підприємств) Польщі та України за останні 10 років [1].

Податкове навантаження в Україні та Польщі має багато спільних ознак, однак через низку логічних чинників, таких як відставання України від Польщі в соціально-економічному розвитку, нерівномірність податків в Україні, великі зовнішні борги, збитковість українських підприємств, велика частка оплати праці у готовій продукції, в Україні спостерігається значно більш негативна ситуація [4]. Нижчий показник податкового навантаження в Україні можна пояснити високим рівнем тінізації економіки, що сягає 47,2% ВВП у 2019 році проти 17,2% у Польщі у тому самому році [15; 16].

У Польщі немає спрощеної системи оподаткування, водночас майже до кожного виду податку застосовуються пільгові ставки. Найсильніше це помітно в податку на додану вартість (ПДВ). В Польщі, як і в інших європейських країнах,

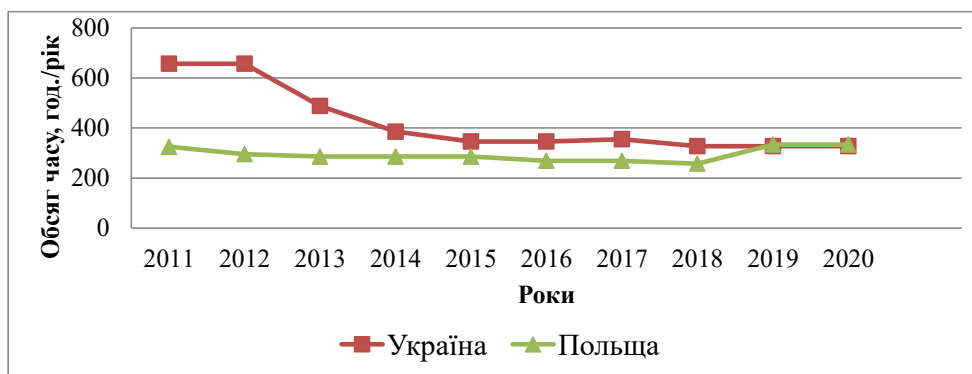


Рис. 2. Обсяги часу, необхідного для нарахування та сплати податків в Україні та Польщі впродовж 2011–2020 років

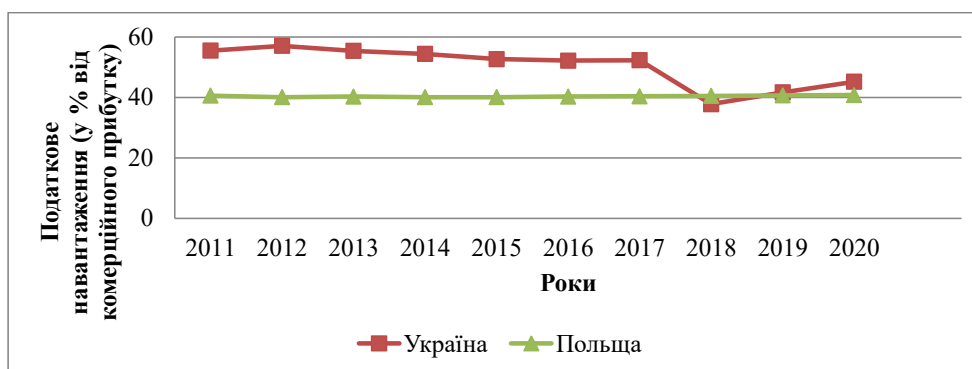


Рис. 3. Рівень податкового навантаження в Україні та Польщі у 2011–2020 роках

встановлено більш гнучкі ставки на ПДВ. Окрім того, податком на додану вартість в Україні обкладається набагато більше товарів, ніж у Європі. Існує також велике навантаження на фонд заробітної плати, є акцизи та ввізні мита. Все це сплачують громадяни, інколи навіть про це не здогадуючись.

Одним з найбільш суттєвих недоліків польської податкової системи є значна різниця між різними ставками одного й того самого податку (різниця між базовою та пільговими ставками). Особливо це помітно в податку на доходи з фізичних осіб: якщо заробіток протягом року складає менше 85 528 злотих, ставка податку становить 17%, а якщо більше, то вона складає 32%. Спостерігаємо також велику різницю між базовою та пільговими ставками ПДВ, а саме 23% і 8%, 5%, 3%, 0%. В Україні також існує велика різниця між нижньою та верхньою шкалами деяких податків, зокрема ПДВ.

У Польщі спостерігаємо значний розвиток місцевих податків, адже велика частина податків перебуває у розпорядженні місцевих органів влади. До місцевих податків у Польщі належать податок зі спадщини та дарування, сільськогосподарський податок, транспортний податок, податок на ліс і нерухомість. Ці податки становлять доходи гмін, тобто адміністративних одиниць Польщі. В Україні, навпаки, частка місцевих податків

досить невелика. Доцільно зазначити, що нова фіскальна система України, яка була сформована у 2016 році, базується саме на досвіді Польщі, тобто на моделі децентралізації [3].

Отже, основні переваги польської податкової системи, які сьогодні доцільно імплементувати в Україні, варто окреслити таким чином:

- запровадження пільгових ставок до більшості податків, що дасть змогу Україні зменшити рівень податкового навантаження на бізнес і громадян;
- розвиток місцевих податків (зростання частки доходів від податків та зборів у доходах бюджетів місцевих органів має бути пріоритетним завданням для місцевих органів самоврядування, адже це сприятиме соціальному та економічному розвитку територіальних громад, підвищуватиме їх фінансову стійкість та самостійність, зростатиме ефективність використання грошових коштів, знижуватиметься рівень корупції, отже, рівень та якість послуг, які надаються громадянам цих територіальних громад, буде набагато вищим);
- право пожертвувати 1% податку на благодійність (особливістю польської податкової системи є те, що кожен платник податку може пожертвувати 1% від свого податку на благодійність; існує офіційний перелік суспільно корисних організацій, на які дозволено спрямовувати цей 1%).

Також в Україні варто запровадити податок на розкіш. В Польщі його немає, але позитивний досвід інших європейських країн свідчить про доцільність його запровадження саме в нашій країні, зокрема задля певного соціального вирівнювання та формування стабільного «середнього» класу. Податок на розкіш як такий в Україні відсутній, але неофіційно ним вважаються деякі види податку на майно, зокрема транспортний податок та податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки. Ці податки встановлюються органами місцевого самоврядування і, відповідно, сплачуються до місцевих бюджетів.

В провідних європейських країнах для того, щоби скоротити нерівність між багатими та бідними, заможних громадян обкладають податком на доходи фізичних осіб за більшою ставкою. В умовах сьогодення таку практику доцільно запровадити в Україні, однак не скасовувати податки з власників дорогих автомобілів та елітної нерухомості.

Варто зазначити, що у 2020 році планується проведення податкової реформи в Україні, про що заявив голова комітету Верховної Ради з питань фінансів, податкової та митної політики Д. Гетманцев. В перспективі відбудеться об'єднання ПДФО, ЄСВ та військового збору в єдиний податок. Нині розміри ставок не відомі, але планується запровадити декілька видів ставок нового податку, а саме базову, знижену й підвищену. Мінімальна ставка становитиме 15% [17]. З цього можемо зробити висновок, що позитивні зміни в Україні можливі, важливо застосовувати найкращі практики провідних європейських країн, але при цьому обов'язково адаптувати їх до українських соціально-економічних реалій.

Висновки з проведеного дослідження. Для побудови ефективної податкової системи в Україні необхідно орієнтуватися на практичний досвід провідних європейських країн. Сьогодні в нашій державі все ще залишається багато проблем у сфері оподаткування, які можна частково вирішити шляхом імплементації основних переваг польської податкової системи, зокрема шляхом запровадження пільгових ставок до більшості податків, розвитку місцевих податків, запровадження податку на розкіш. Все це дасть змогу привести українську податкову систему у відповідність до принципів та норм Європейського Союзу, отже, допоможе підвищити рівень конкурентоспроможності України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. The World Bank. *Doing Business*. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/doingbusiness> (дата звернення: 15.07.2020).
2. Tax Foundation. *International Tax Competitiveness Index 2019*. URL: <https://taxfoundation.org/publications/>

[international-tax-competitiveness-index__](#) (дата звернення: 15.07.2020).

3. Волинець Т. Порівняльна характеристика податкової системи України та Польщі. *Європейські перспективи*. 2015. № 7. С. 164–168.

4. Радишевська О. Порівняльно-правове дослідження податкових систем України та Польщі у контексті європейської інтеграції. *Київські полоністичні студії*. 2011. Т. 18. С. 519–525. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kps_2011_18_89 (дата звернення: 15.07.2020).

5. Ustawa o ordynacji podatkowej – pojęcie i podstawowe informacje. URL: <https://kapitalni.org/pl/artykuly/ustawa-o-ordynacji-podatkowej-pojecie-i-podstawowe-informacje,73,652> (дата звернення: 15.07.2020).

6. Податкова система в Польщі. Інформаційна довідка, підготовлена Європейським інформаційно-дослідницьким центром на запит народного депутата України. URL: <https://parlament.org.ua/2016/10/19/info-poland-taxation> (дата звернення: 16.07.2020).

7. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI (зі змінами і доповненнями від 13 листопада 2013 року). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 16.07.2020).

8. Оподаткування у Польщі. URL: <http://www.findbiz-pl.com/opodatkuвання> (дата звернення: 15.07.2020).

9. Які ставки ПДФО діють у 2020 році залежно від виду доходів. URL: <https://news.dtk.ua/taxation/pdf/61848> (дата звернення: 15.07.2020).

10. Податок на додану вартість. URL: https://services.dtk.ua/catalogues/tax_rates/33 (дата звернення: 15.07.2020).

11. Які товари належать до підакцизних груп товарів. URL: <http://dp.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/print-167031.html> (дата звернення: 15.07.2020).

12. Екологічний податок. URL: https://services.dtk.ua/catalogues/tax_rates/31__ (дата звернення: 15.07.2020).

13. Групи платників та ставки єдиного податку на поточний рік. URL: <https://zkg.ua/hrupy-platnykiv-ta-stavky-jedynoho-podatku-na-potochnyj-rik-planujemo-podatku-pravylno> (дата звернення: 15.07.2020).

14. Taxation Trends in the European Union, 2020 edition, Directorate-General for Taxation and Customs Union, European Commission, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2020. URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/taxation_trends_report_2020.pdf (дата звернення: 15.07.2020).

15. Рівень тіньової економіки в Україні у 2018 році. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2797596-riven-tinovoї-ekonomiki-v-ukraini-stanovit-majze-polovinu-vid-vvp.html> (дата звернення: 15.07.2020).

16. Тіньова зона в Польщі досі існує. URL: <https://monitor-press.info.ua/categories/polshcha/32641-tinova-zona-u-polshchi-dosi-isnuie-vazhko-ii-zupynyty> (дата звернення: 15.07.2020).

17. Податкова реформа – 2020: ПДФО, ЄСВ та військовий збір можуть об'єднати. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/12/28/655394> (дата звернення: 15.07.2020).

REFERENCES:

1. The World Bank. Doing Business. Available at: <https://www.doingbusiness.org/en/doingbusiness> (accessed 15 July 2020).
2. Tax Foundation. International Tax Competitiveness Index 2019. Available at: <https://taxfoundation.org/publications/international-tax-competitiveness-index> (accessed 15 July 2020).
3. Volynets T. Porivnyal'na kharakterystyka podatkovoyi systemy Ukrainy ta Pol'shchi [Comparative characteristics of the tax system of Ukraine and Poland]. Yevropeys'ki perspektivy. No. 7, pp. 164–168.
4. Radyshevskaya O. Porivnyal'no-pravove doslidzhennya podatkovykh system Ukrainy ta Pol'shchi u konteksti yevropeys'koyi intehratsiyi [Comparative legal study of the tax systems of Ukraine and Poland in the context of European integration]. Kyiv's'ki polonistychni studiyi. No. 18, pp. 519–525. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kps_2011_18_89 (accessed 15 July 2020).
5. Polish Tax Code – its concept and basic information. Available at: <https://kapitalni.org/pl/artykuly/ustawa-o-ordynacji-podatkowej-pojecie-i-podstawowe-informacje,73,652> (accessed 15 July 2020).
6. Podatkova systema v Pol'shchi. Informatsiyna dovidka, pidhotovlena Yevropeys'kym informatsiynodoslidnyts'kym tsentrom na zapyt narodnoho deputata Ukrainy [Tax system in Poland. Information reference prepared by the European Information and Research Center]. Available at: <https://parlament.org.ua/2016/10/19/info-poland-taxation> (accessed 16 July 2020).
7. Podatkovyy kodeks Ukrainy № 2755-VI vid 02.12.2010 zi zminamy i dopovnennymy vid 13.11.2013 roku [Ukrainian Tax Code]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (accessed 16 July 2020).
8. Opodatkuvannya u Pol'shchi [Taxation in Poland]. Available at: <http://www.findbiz-pl.com/opodatkuvannia> (accessed 15 July 2020).
9. Yaki stavky PDFO diyut' u 2020 rotsi zalezno vid vydu dokhodiv [PIT rates in 2020]. Available at: <https://news.dtk.ua/taxation/pdf/61848> (accessed 15 July 2020).
10. Podatok na dodanu vartist' [Value Added Tax]. Available at: https://services.dtk.ua/catalogues/tax_rates/33 (accessed 15 July 2020).
11. Yaki tovary nalezhat' do pidaktsyznykh hrup tovariv [Which goods belong to the excisable groups of goods]. Available at: <http://dp.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/print-167031.html> (accessed 15 July 2020).
12. Ekolohichnyy podatok [Environmental tax]. Available at: https://services.dtk.ua/catalogues/tax_rates/31 (accessed 15 July 2020).
13. Hrupy platnykiv ta stavky yedynoho podatku na potochnyy rik [Payer groups and flat tax rates for the current year]. Available at: <https://zkg.ua/hrupy-platnykiv-ta-stavky-jedynoho-podatku-na-potochnyj-rik-planujemo-podatky-pravylno> (accessed 15 July 2020).
14. Taxation Trends in the European Union, 2020 edition, Directorate-General for Taxation and Customs Union, European Commission, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2020. Available at: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/taxation_trends_report_2020.pdf (accessed 15 July 2020).
15. Riven' tin'ovoyi ekonomiky v Ukraini u 2018 rotsi [The level of the underground economy in Ukraine]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2797596-riven-tinovoi-ekonomiki-v-ukraini-stanovit-majze-polovinu-vid-vvp.html> (accessed 15 July 2020).
16. Tin'ova zona v Pol'shchi dosi isnuye [The shadow zone in Poland still exists]. Available at: <https://monitor-press.info/ua/categories/polshcha/32641-tinova-zona-u-polshchi-dosi-isnuie-vazhko-ii-zupynty> (accessed 15 July 2020).
17. Podatkova reforma – 2020: PDFO, YESV ta viys'kovyy zbir mozhut' ob'yednaty [Tax reform 2020: PIT, SSC and military tax can be combined]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/12/28/655394> (accessed 15 July 2020).

ПОКРАЩЕННЯ БІЗНЕС-КЛІМАТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

IMPROVING THE BUSINESS CLIMATE FOR THE DEVELOPMENT OF THE SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE IN UKRAINE

УДК 334.012

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-8>

Школенко О.Б.

к.е.н., доцент кафедри економіки
та підприємництва
Національний авіаційний університет
Терещенко Е.Ю.

к.е.н., доцент кафедри економіки
та підприємництва
Національний авіаційний університет
Шуляр Н.М.

старший викладач кафедри економіки
та підприємництва
Національний авіаційний університет

Shkolenko Oksana

National Aviation University

Tereshchenko Eleonora

National Aviation University

Shulyar Nataliia

National Aviation University

У статті досліджено проблему функціонування та розвитку малих і середніх підприємств в Україні. Автори звертають увагу, що є значні можливості для співпраці зі східноєвропейськими країнами з аналогічним економічним рівнем та використання досвіду розвинених країн для регулювання та сприяння розвитку малих і середніх підприємств в Україні, що може допомогти краще регулювати та підтримувати розвиток малого бізнесу та економіки України загалом. У статті проаналізовано роль держави для покращення бізнес-клімату та створення нових малих підприємств, охарактеризовано основні міжнародні організації бізнесу для формування сприятливого бізнес-середовища в Україні, враховано їхню роль та вплив для розвитку підприємництва та заохочення молоді до розроблення інноваційних проектів в Україні. Співпраця з цими організаціями дає можливість державним органам влади покращити бізнес-клімат та впроваджувати заходи підтримки малого бізнесу, орієнтовані на потреби малих підприємств та загальні пріоритети запровадження і реалізації реформ в Україні.

Ключові слова: малі та середні підприємства (далі – МСП), бізнес-проект, Ініціатива EU4Business, стартап, стратегічні напрями розвитку, ЕС, Східне партнерство.

В статье исследована проблема функционирования и развития малых и средних

предприятий в Украине. Авторы обращают внимание, что существуют значительные возможности для сотрудничества с восточноевропейскими странами с аналогичным экономическим уровнем и использования опыта развитых стран для регулирования и содействия развитию малых и средних предприятий в Украине, что может помочь лучше регулировать и поддерживать развитие малого бизнеса и экономики Украины в целом. В статье проанализирована роль государства для улучшения бизнес-климата и создания новых малых предприятий, охарактеризованы основные международные организации бизнеса для формирования благоприятной бизнес-среды в Украине, учтена их роль и влияние для развития предпринимательства и привлечения молодежи к разработке инновационных проектов в Украине. Сотрудничество с данными организациями дает возможность государственным органам власти улучшить бизнес-климат и внедрять меры поддержки малого бизнеса, ориентированные на потребности малых предприятий и общие приоритеты реализации реформ в Украине.

Ключевые слова: малые и средние предприятия (далее – МСП), бизнес-проект, Инициатива "EU4Business", стартап, стратегические направления развития, ЕС, Восточное партнерство.

This article explores the problem of functioning and development of small and medium enterprises in Ukraine. It concludes that there are significant opportunities for cooperation with Eastern European economies with similar economic levels and the use of developed countries' experience to regulate and facilitate the development of small and medium-sized enterprises in Ukraine, which can help to better regulate and support the development of the SME sector, and Ukraine's economy in general. The article analyzes the role of the state to improve the business climate and creation of new small enterprises, characterized the main international business organizations for the formation of a favorable business environment in Ukraine, their role and influence for business development are taken into account and encouraging young people to develop innovative projects in Ukraine. The Ministry of Digital Transformation of Ukraine is currently working on the creation of consulting zones for entrepreneurs that will work online and offline and will be available to citizens from all over Ukraine. So that entrepreneurs can receive accessible and professional advice on systematization of business processes, financial management, interaction with the state, business psychology, hr, marketing and sales. Training methods and programs are currently being developed. In order for this information to be the most useful and in demand for business to work on training programs involve various organizations in Ukraine that provide business education to citizens. Such organizations are EBA, ACC, FORBIZ, UUE and Yep! Cooperation with the data of the organization enables public authorities to form and implement measures to support small business, focused on the needs of small businesses and general priorities for the implementation of reforms in Ukraine. To improve the business climate for the development of small and medium-sized businesses the government has developed six strategic directions. Namely: creating a favorable environment for the development of small and medium-sized businesses; improving access to finance; simplification of tax administration; popularization of entrepreneurial culture and development of entrepreneurship skills training; export / internationalization promotion; strengthening the competitiveness and innovation potential of small and medium enterprises.

Key words: small and medium business, business project, EU4Business Initiative, startup, strategic directions of development, EU, Eastern Partnership.

Постановка проблеми. Малий та середній бізнес – основний аспект на підприємницьку діяльність невеликих фірм, що відіграє важливу роль у забезпеченні робочих місць у кожній розвиненій країні.

У нашій країні умови для успішного функціонування малого підприємництва ще далекі від сприятливих. Ускладнення розвитку і продуктивної діяльності підприємств малого і середнього бізнесу зумовлені наявністю багатьох проблем, які здебільшого залежать від соціально-економічної і політичної стабільності в Україні [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми розвитку сектору малого та середнього бізнесу та роль держави у його підтримці досліджувалися у роботах багатьох вітчизняних учених, таких як Б.В. Буркинський [2], В.М. Нижник [2], М.В. Ніколайчук [2], О.В. Дикань [3], О.В. Ульяницька [5], С.В. Федоренко [6] та інші.

Постановка завдання. Розглянути основні проблеми малого та середнього підприємництва в Україні та проаналізувати співпрацю держави з міжнародними організаціями щодо покращення бізнес-клімату для розвитку малого та середнього бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Малі підприємства активно впливають на економічні і соціальні перетворення в державі. Але підприємства працюють нестабільно. Діяльність малих підприємств більше піддається негативним змінам, які відбуваються в економічному і політичному середовищі країни, ніж діяльність великих підприємств [6].

На думку Б.В. Буркинського, В.М. Нижника та М.В. Ніколайчука, «малий бізнес – це форма господарської діяльності, яка дає змогу заповнити ніші підприємництва, не охоплені великими компаніями через невеликі розміри ринкових сегментів, збитковість великих інвестицій, велику частку ручної праці, низьку технологічну організацію виробництва, виконання нетехнологічних операцій, потребу в особистому контакті зі споживачами тощо» [2, с. 106].

Визначення малого та середнього бізнесу міститься у Господарському кодексі (ст. 55.3). Мікропідприємства – незалежно від форми власності – це підприємства із середньою кількістю працівників за звітний рік (фінансовий рік) нижче 10, а сума валових доходів від продажу продукції за такий період не перевищує суму, еквівалентну 2 млн євро [1].

До проблем розвитку малого бізнесу в Україні слід віднести: відсутність дієвого механізму підтримки та захисту малого та середнього бізнесу, поширеність корупції, тінізацію бізнесу, рейдерство, недієвість законів, що зневірює підприємців у державному захисті їхніх прав, недосконалість податкової системи, нерозвиненість інфраструктури підтримки і розвитку малого підприємництва, значно дорогі кредитні ресурси, нерозвиненість страхування ризиків у бізнесі, відсутність соціальної відповідальності бізнесу. Вирішення зазначених проблем розвитку малого та середнього бізнесу в Україні повинно стати одним із ключових напрямів державної політики, адже саме мале підприємництво сприятиме значному підвищенню ефективності реалізації вітчизняного економічного потенціалу, оптимізації участі України в міжнародному поділі праці, посилення конкурентоспроможності національної економіки [3].

Сектор МСП в Україні можна розділити на п'ять різних груп економічних гравців. Усі ці групи відповідають критеріям таксономії МСП, але насправді групи дуже відрізняються одна від одної. Групи такі:

- суб'єкти господарювання;
- фрілансери;
- застрягли середні компанії;
- інноваційно зростаючі компанії;
- псевдосамозайняті [7].

Суб'єкти господарювання – це самозайняті підприємства та мікропідприємства з єдиною метою: отримати достатній дохід для того, щоб вижити лише особисто. За цим стоїть лише гранична

підприємницька мотивація. Єдина причина їх існування – відсутність будь-якої іншої можливості доходу. Типовими прикладами для такого існування є невеликі торгові майданчики або крихітні роздрібні торговці. Прожитковий мінімум є наслідком того, що допомога по безробіттю в Україні недостатня для покриття витрат на проживання.

Фрілансери – це самозайняті люди, які мають немасштабні бізнес-моделі, такі як журналісти, письменники, вчені, дизайнери, фотографи тощо.

Інноваційно зростаючі компанії – це корпорації, які мають масштабну бізнес-модель, яка тягне за собою певну ринкову, продуктову чи технологічну інновацію, яка спрямована на розвиток та масштабність бізнесу.

Псевдосамозайняті – це люди, які мають юридичний статус «самозайняті», але насправді жодним чином не виступають підприємцями. Їх можна розділити на три підгрупи. Люди першої підгрупи псевдосамозайнятих є підприємцями-одиначками, які працюють як працівники, оскільки вони не змогли перетворити свою пропозицію послуг на належний бізнес. Другою підгрупою псевдосамозайнятих є насправді працівники, які ніколи не мають наміру створювати бізнес, але вони заявляють, що є підприємцями, щоб ухилитися від податку на прибуток та соціальних податків або уникати регулювання зайнятості (фіктивна самозайнятість). Третя підгрупа охоплює людей, які займаються податковими шахрайствами та системами відмивання грошей, не маючи жодної серйозної ділової активності. Хоча три підгрупи розрізняються за своїми амбіціями та щодо їхньої участі у незаконній діяльності, усі три мають спільну характеристику: вони часто є жертвами зловживань владою. Здебільшого вони змушені потрапляти в таке становище. Люди навряд чи можуть вибрати між нормальною зайнятістю та вигаданою самозайнятістю, не ризикуючи звільненням. Вони мають менше прав, ніж офіційні працівники, менший дохід і менший соціальний внесок, ніж службовці, та мають додаткове адміністративне навантаження (вимоги дотримання податків та звітності). Люди з підгрупи трьох перебувають у найгіршому становищі серед усіх. Вони знаходяться на самому дні величезних мереж шахрайських податків. Вони дають свої імена та підприємницький правовий статус і несуть увесь ризик легального переслідування, тоді як потужні керівники цих мереж призначають більшість «чорних грошей».

Якщо застосувати визначення світової статистики для МСП, з'являється така матриця (таблиця 1).

У загальній світовій статистиці: 77% з 1,6 млн економічних агентів сектору МСП є індивідуальними підприємцями. За експертними оцінками, половина числа індивідуальних підприємців – це

Таблиця 1

Матриця неоднорідності МСП в Україні

	Індивідуальні підприємці	Мікро-підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Суб'єкти господарювання	X	X		
Фрілансери	X			
Застряглі середні компанії			X	X
Інноваційно зростаючі компанії		X	X	X
Псевдосамозайняті	X			

Джерело: узагальнено авторами на основі [7]

псевдосамозайняті, що становить 38% від загального числа МСП. Інша половина індивідуальних підприємців складається в основному із фрілансерів і підприємств, що ведуть натуральне господарство. 18% усіх агентів сектору МСП – це мікропідприємства, які в основному можуть бути віднесені до натуральних підприємств. Це означає, що тільки 5% всіх МСП є реальними підприємствами.

Малий та середній бізнес у провідних країнах забезпечує більше половини ВВП та робочих місць. Саме тому його вважають запорукою процвітання кожної країни.

Головною перепоною для успішного розвитку МСП в Україні є недостатня освіченість власників малих та середніх підприємств у сфері бізнесу.

Аби зрозуміти найбільш болючі проблеми, настрої та тенденції в розвитку підприємництва в Україні, Міністерство цифрової трансформації України [4] долучилося до щорічного дослідження European Business Association [8] для визначення Індексу настроїв малого та середнього бізнесу.

Упродовж двох тижнів малі підприємці анонімно ділилися з Міністерством цифрової трансформації України своїм болем і труднощами, які є найбільшою перепоною для розвитку їхнього бізнесу. Які забирають надто багато часу, зусиль та ресурсів та перестануть бути для них проблемою за наявності достатніх знань.

Підтвердивши наявність цієї болючої проблеми, Міністерство цифрової трансформації України нині працює над створенням консалтингових зон для підприємців, що працюватимуть в онлайн- та офлайн-режимі та будуть доступні громадянам з усіх куточків України, щоб підприємці змогли отримувати доступні та фахові консультації із систематизації бізнес-процесів, фінансового управління, взаємодії з державою, психології бізнесу, hr, маркетингу та продажів.

Нині розробляються навчальні методики та програми. Для того, щоб ця інформація була найбільш корисною та затребуваною для бізнесу, до роботи над навчальною програмою залучають різноманітні організації в Україні, які надають бізнес-освіту громадянам. Такими організаціями є ЕВА, ACC, FORBIZ, СУП та Yер!

Європейська Бізнес Асоціація (ЕВА) [8] – це найбільше об'єднання іноземного, європейського

та вітчизняного бізнесу в Україні. До Асоціації входять представництва найбільших міжнародних, європейських підприємств, а також компанії українського походження. Організація пропонує чудову платформу для роботи з мережами та особисті поради в національному масштабі, а також сприяє відносинам та співробітництву між ЄС та Україною. Це одна із найвпливовіших ділових спільнот країни, що об'єднує понад 1000 компаній-членів.

Американська торгова палата (ACC) в Україні [9] є найбільш активною та ефективною неурядовою, некомерційною асоціацією бізнесу, яка діє в Україні. 600 організацій-членів представляють багато найбільших компаній, що працюють в Україні з понад 50 країн світу, які є найбільшими платниками податків в Україні, де працюють понад 800 000 людей по всій країні, роблячи великий внесок у державний бюджет та створюючи можливості для людей в Україні реалізувати свій потенціал.

Є три основні напрями, на які орієнтується ця бізнес-асоціація:

- B2G: ведення діалогу між бізнесом та владою;
- B2B: безперервне створення можливостей для бізнесу до ділових партнерств;
- B2U: просування України на міжнародному рівні як привабливий інвестиційний напрям.

Проект FORBIZ підтримує порядок денний реформ в Україні та її економічне відновлення, пропонуючи системний та розумний перехід до більш сприятливого бізнес-середовища з особливою увагою до МСП. Проект має на меті спрямування політики у бік загального визнання МСП та важливої ролі, яку вони відіграють в економічному відродженні, водночас намагаючись послабити регуляторний тиск та зменшити ризики для підприємств. Проект FORBIZ повністю підтримує Офіс ефективного регулювання (BRDO), який допомагає у впровадженні незалежної регуляторної політики та співпрацює з виконавчими органами України [10].

Спілка українських підприємців (СУП) – це перша найбільша об'єднана сила незалежних українських підприємців, яка створена за межами політичних інтересів з метою захисту інтересів підприємців та формування сприятливого бізнес-середовища в Україні. Основні цілі [11]:

- створити цивілізований і комфортний бізнес-клімат;
- стимулювати і підтримувати експорт українських товарів;
- забезпечити формування позитивного іміджу «підприємця» і «підприємництва» в суспільстві;
- популяризувати та заохочувати українців до підприємницької діяльності.

Уер! – це мережа академічних стартап-інкубаторів. Ця організація надає необхідні знання переважно молоді про те, як зробити свій бізнес-проект, залучити інвесторів, розрекламувати свій продукт. Уер! створює екосистему молодіжного підприємництва в Східній Європі, яка надає можливості молоді для персонального та професійного розвитку. У цьому учасникам допомагають ментори інкубатору – експерти з України, Польщі, Естонії, Ізраїлю [12].

Ця організація є найбільш релевантною у питанні бізнес-освіти для молоді, саме тому Міністерство цифрової трансформації України разом з Уер! домовилися про подальшу співпрацю над українсько-естонським проектом Уер! Starter Innosme, який спрямований на впровадження інноваційного складника в діяльність МСП, враховуючи досвід діяльності центру підприємництва на базі Тартуського університету в Естонії – IdeaLab. Там студенти навчаються перетворювати свої ідеї в реальні бізнес-моделі.

У 2019 році Європейський союз, Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Грузія, Республіка Молдова і Україна відзначають 10-ту річницю Східного партнерства. Розпочате як спільна ініціатива, Східне партнерство націлене на економічну інтеграцію та зближення шести східних країн-партнерів із політикою ЄС.

Однією з конкретних цілей ініціативи EU4Business** є зміцнення загального бізнес-клімату для малого та середнього бізнесу. Ефективне та прозоре регуляторне середовище є ключовим для розвитку МСП на всіх етапах життєвого циклу бізнесу, гарантуючи рівні умови, на яких МСП можуть рости та розвиватися. У всіх країнах Східного партнерства ініціатива EU4Business підтримала реформування політики МСП шляхом зміцнення нормативно-правової бази, інституціональної бази та умов для державно-приватного діалогу [13].

**Ініціатива EU4Business спрямована на поліпшення бізнес-клімату в країні. Програми ініціативи полегшують отримання фінансування для малого і середнього бізнесу, забезпечують навчання та адресну підтримку підприємств, очолюваних жінками, і тих, які працюють у сфері зеленої економіки. МСП також отримують технічну підтримку щодо узгодження зі стандартами ЄС, що дозволить їм збільшувати експорт та отримувати вигоду від угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС.

Ініціатива EU4Business значною мірою сприяла зміцненню інституційної бази для формування та реалізації політики щодо МСП. У всіх країнах-партнерах створені державні агентства з МСП. У 2018 році запропоновані проекти надали політичні рекомендації щодо створення агентства з МСП в Азербайджані, підтримали створення офісу розвитку МСП в Україні та сприяли зміцненню організаційного потенціалу агентств МСП у Вірменії та Грузії.

Проекти розширили спроможність національних органів влади формувати та впроваджувати заходи підтримки МСП, орієнтовані на потреби МСП та загальні пріоритети реформ. Ініціатива допомогла всім шести країнам Східного партнерства порадами щодо формування та зміцнення національних програм та розбудови потенціалу персоналу в національних агенціях із підтримки бізнесу.

У 2018 році Грузія та Вірменія отримали підтримку в розробленні програм, спрямованих на інноваційну політику та політику розвитку кластерів через проекти SMEDA*** та розвитку малого і середнього бізнесу. В Україні стандарти та шаблони розроблення 11 пріоритетних заходів підтримки МСП були розроблені у 2018 році за сприяння FORBIZ [14].

*** Орган розвитку малих та середніх підприємств (SMEDA) – це автономна установа уряду Пакистану при Міністерстві промисловості та виробництва. SMEDA була створена в жовтні 1998 року для заохочення та сприяння розвитку та зростанню малих та середніх підприємств у країні. Це не лише дорадчий орган з питань політики МСП для уряду Пакистану, але також сприяє іншим зацікавленим сторонам у вирішенні їхніх програм розвитку МСП.

В Україні проект FORBIZ також сприяв реформі інспекції, яка розпочалася в 2016 році. Проектом було підтримано вдосконалення процедур інспекції, підготовку інспекційних органів та створення порталу інспекції, який публікує всі результати інспекції та приваблює майже 65 000 користувачів на місяць. FORBIZ також допомагав у перегляді законодавства та реформуванні системи ринкового нагляду. У Молдові проект «Підтримка якості інфраструктури» об'єднує заходи щодо зміцнення законодавчої бази, вдосконалення діалогу між державно-приватним, розбудови потенціалу органів стандартизації, акредитації та нагляду за ринком, підвищення обізнаності та підтримки компанії у адаптації до нових стандартів.

Загалом, Ініціатива бізнесу ЄС сприяє досягненню цілі до 2020 року «покращити / збільшити» кількість програм допомоги національними органами для їх малого та середнього бізнесу (спеціальна агенція для малого та середнього бізнесу, що діє у кожній країні-партнері).

В Україні додаткова допомога була надана в рамках проекту «Мережа центрів підтримки бізнесу», який, серед інших, підтримує консолідацію експортного потенціалу українських малих та середніх підприємств та полегшує доступ до МСП на зовнішніх ринках у пріоритетних галузях. У 2018 році близько 380 бенефіціарів агробізнесу, ІТ, одягу, взуття та меблів взяли участь у міжнародних мережних заходах із розвитку експортних можливостей.

Кілька проектів у Грузії, Молдові та Україні спеціально орієнтовані на допомогу МСП для адаптації та використання наданих державами можливостей.

Починаючи з 2009 року, понад 20 000 керівників та співробітників МСП, організацій підтримки бізнесу та фінансових посередників скористалися навчальною та консультаційною діяльністю, передбаченою Ініціативою EU4Business, у тому числі 8850 у 2018 році. У 2018 році кількість бенефіціарів збільшилася майже удвічі порівняно з попередніми роками, що пояснюється розширенням діяльності проектів, спрямованих на розбудову людських ресурсів та МСП через Мережу центрів підтримки бізнесу в Україні та проект розвитку малого та середнього бізнесу та проекту DCFTA**** в Грузії [15].

****Поглиблені і всеосяжні зони вільної торгівлі, ПВЗВТ (англ. Deep and Comprehensive Free Trade Areas, DCFTA) – три зони вільної торгівлі, створені між Європейським Союзом і Грузією, Молдовою і Україною відповідно. Кожна зона DCFTA є частиною відповідної угоди кожної країни про асоціацію з ЄС. Три зони DCFTA відкривають доступ Грузії, Молдови і Україні до внутрішнього ринку ЄС в окремих секторах і дають інвесторам Євросоюзу в цих секторах таке ж регуляторне середовище в асоційованій країні, як і в ЄС.

Починаючи з 2009 року, понад 57 000 людей брали участь у заходах, організованих проектами в рамках Ініціативи EU4Business, у тому числі 27 000 у 2018 році. Значне збільшення кількості учасників заходів у 2018 році пояснюється підтримуваними комунікаційними кампаніями DCFTA в Молдові та Україні.

В Україні три проекти EU4Business у співпраці з іншими партнерами організували «Європейський тиждень МСП», під час якого було проведено понад 50 заходів у 16 містах України. Повідомлення про події охопило близько 10 000 малих та середніх підприємств, підвищивши обізнаність про можливості співпраці та підтримки.

Значно більша кількість МСП та зацікавлених сторін у країнах-партнерах була досягнута через Інтернет та медіакомунікації, у тому числі через спеціальні веб-додатки, створені в Грузії, Молдові та Україні за підтримки проекту «Розвиток малого та середнього бізнесу».

Завдяки тривалим зусиллям української бізнес-спільноти за експертної підтримки проекту “FORBIZ” у рамках Ініціативи ЄС “EU4Business” у травні 2017 року Кабінет Міністрів України розробив та затвердив «Стратегію розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року». Цей стратегічний урядовий документ є першим всеохоплюючим документом щодо стратегії розвитку МСП, який приводить політику щодо МСП у відповідність до міжнародних стандартів та формує програми, які створюють основи державної політики з фокусом на МСП. Проект “FORBIZ” підтримує Міністерство економічного розвитку і торгівлі України у розробці ефективного плану дій щодо МСП з метою реалізації «Стратегії розвитку МСП в Україні 2020».

Метою Стратегії є сприяння розвитку підприємництва в Україні шляхом створення сприятливих умов для відкриття, ведення і зростання малого і середнього підприємництва через консолідацію зусиль усіх заінтересованих сторін, що забезпечить соціально-економічний розвиток в країні та підвищення рівень життя населення

Для досягнення вищезазначеної мети визначено шість стратегічних напрямів. А саме:

- створення сприятливого середовища для розвитку МСП;
- покращення доступу до фінансування;
- спрощення податкового адміністрування;
- популяризація підприємницької культури та розвиток навчання підприємницьким навичкам;
- сприяння експорту/інтернаціоналізації;
- підсилення конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу МСП.

Платформа ефективного регулювання PRO www.regulation.gov.ua (Платформа для ефективного регулювання (Єдиний інфоцентр бізнес-регулювання) яка була створена та підтримується Офісом ефективного регулювання в рамках проекту “FORBIZ” та Ініціативи ЄС “EU4Business” за сприяння Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, є однією з найбільш досконалих та аналітичних платформ для бізнесу в регуляторній сфері в Україні. Основними послугами платформи PRO є:

- 1) дорожня карта для запуску та ведення бізнесу в Україні, яка допомагає орієнтуватися в лабіринті регуляторних процедур для підприємців,
- 2) консультаційний інструмент щодо регуляторних змін у пріоритетних ринках для бізнес-спільноти,
- 3) повна законодавча база нормативних актів в Україні, що надає органам державної влади онлайн-інструменти для проведення аналізу впливу існуючих нормативних документів, розроблення нових рішень, розрахунку їхньої ефективності та витрат.

Щомісяця понад 20 000 унікальних користувачів відвідують платформу PRO, яка є найбільш комплексним і повноцінним регуляторним онлайн-інструментом в країні.

Сервісно-орієнтовані малі підприємства є ключовим індикатором та барометром наявності здорової та динамічної економіки в країні.

Новий інструмент підтримки відкриття власної справи <http://www.sbc.regulation.gov.ua>, Start Business Challenge (Стимулювання підприємництва та МСП в Україні), який було запущено у жовтні 2017 року під назвою "Start Business Challenge" (укр. «Прийми виклик і розпочни свій бізнес»), нині налічує більш ніж 100 онлайн-інструкцій щодо дозвільних документів, необхідних для відкриття та управління мікробізнесом у сфері надання товарів та послуг в Україні, і надає унікальну відповідь на питання регуляторного виклику, з яким стикаються підприємці країни. Інструмент "Start Business Challenge" забезпечує покрокові інструкції щодо регуляторних вимог, відкриття мікропідприємств у повній відповідності з вимогами українського законодавства та галузевих нормативних положень.

Розроблений у рамках проекту "FORBIZ" та Ініціативи ЄС "EU4Business" за дорученням Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, інструмент "Start Business Challenge" технічно підтримується і постійно вдосконалюється «Офісом ефективного регулювання (BRDO)» – консультативно-дорадчою установою з питань регуляторної політики в Україні.

Нещодавно, а саме 02.12.19, був запущений Український фонд стартапів – загальнодержавна інвестиційна програма, що надає фінансування найталановитішим українським підприємцям у розмірі до 75 тисяч доларів.

Фонд надає фінансування у формі грантів, а не за рахунок участі в капіталі. Український фонд стартапів – своєчасна підтримка для українських молодіжних проектів.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, для покращення бізнес-клімату державні органи разом із перерахованими вище організаціями сприяють підвищенню рівня освіченості власників малих та середніх підприємств. Ключові досягнення від східноєвропейського партнерства свідчать про те, що зроблено значну роботу для покращення бізнес-клімату в українському підприємництві, хоча межі цієї ініціативи далеко не досягнуті.

Проаналізована вище інформація показує, що протягом минулого року ключові показники ефективності, що відстежуються, показують позитивні тенденції в інформуванні підприємців щодо ведення малого та середнього бізнесу та використання світового досвіду під час ведення МСП в Україні. Найважливішим напрямом підтримки молодіжних мікропроектів є створення

Українського фонду стартапів. Цей крок сприятиме інтенсивному інноваційному розвитку екосистеми України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України No 436-IV від 16.01.2003 р. Київ. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 25.03.2017).
2. Буркинський Б.В., Нижник В.М., Ніколайчук М.В. Ефективність використання трудового потенціалу: теорія і практика: монографія. Хмельницький: ХНУ, 2009. 223 с.
3. Дикань О.В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 57. С. 58–66
4. Міністерство цифрової трансформації України. Веб-сайт. URL: <https://thedigital.gov.ua> (дата звернення: 01.07.2020).
5. Ульяницька О.В. Соціально-економічні проблеми господарської діяльності підприємств малого бізнесу. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 2. С. 65 – 73.
6. Федоренко С.В. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні. *Економіка та держава*. 2008. № 5. С. 4–6.
7. Towards a modern SME policy in Ukraine. URL: <https://fnst.org/sites/default/files/uploads/2016/08/02/20141103smeinukrainefinal.pdf> (дата звернення: 12.03.2020).
8. European Business Association. Веб-сайт. URL: <https://eba.com.ua/about-us/> (дата звернення: 14.03.2020).
9. Американська торговельна палата в Україні. Веб-сайт. URL: <http://www.chamber.ua/en> (дата звернення: 15.04.2020).
10. FORBIZ. Веб-сайт. URL: <http://forbiz.org.ua/ua/> (дата звернення: 19.04.2020).
11. Спілка українських підприємців (СУП). Веб-сайт. URL: <https://sup.org.ua/uk> (дата звернення: 10.02.2020).
12. Yep! Веб-сайт. URL: <http://www.yepworld.org/ua/> (дата звернення: 11.07.2020).
13. EU4Business. Веб-сайт. URL: <http://www.eu4business.eu> (дата звернення: 12.07.2020).
14. SMEDA. Веб-сайт. URL: <https://smeda.org> (дата звернення: 13.07.2020).
15. DCFTA. Веб-сайт. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Deep_and_Comprehensive_Free_Trade_Area (дата звернення: 14.07.2020).

REFERENCES:

1. Hospodarskyi kodeks Ukrainy (2003, January 16). [Commercial Code Ukraine.] no. 436-IV. Kyiv. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (accessed 21 March 2017).
2. Burkynskyi B.V., Nyzhnyk V.M., Nikolaichuk M.V. (2009) *Efektivnist vykorystannia trudovoho potentsialu: teoriia i praktyka* [Efficiency of labor potential use: theory and practice]. Khmelnytskyi: KhNU (in Ukrainian).
3. Dykan O.V. (2017) *Rozvytok maloho biznesu v Ukraini: problemy ta shliakhy zabezpechennia*. [Small

business development in Ukraine: problems and ways to ensure]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 57, pp. 58–66.

4. Ministerstvo tsyfrovoyi transformatsii Ukrainy. [Ministry and Committee for Digital Transformation of Ukraine]. Available at: <https://thedigital.gov.ua> (accessed 01 June 2020).

5. Ulianytska O.V. (2006) Sotsialno-ekonomichni problemy hospodarskoi diialnosti pidpriemstv maloho biznesu. [Socio-economic problems of economic activity of small businesses.] *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 2, pp. 65 – 73.

6. Fedorenko S.V. (2008) Problemy rozvytku maloho biznesu v Ukraini. [Problems of small business development in Ukraine.] *Ekonomika ta derzhava*, no. 5, pp. 4–6.

7. Towards a modern SME policy in Ukraine. Available at: <https://fnst.org/sites/default/files/uploads/2016/08/02/20141103smeinukrainefinal.pdf> (accessed 12 March 2020).

8. European Business Association. Available at: <https://eba.com.ua/about-us/> (accessed 14 March 2020).

9. Amerykanska torhivelna palata v Ukraini. [American Chamber of Commerce]. Available at: <http://www.chamber.ua/en> (accessed 15 April 2020).

10. FORBIZ. Available at: <http://forbiz.org.ua/ua/> (accessed 19 April 2020).

11. Spilka ukrainskykh pidpriiemtsiv [Union of Ukrainian Entrepreneurs]. Available at: <https://sup.org.ua/uk> (accessed 10 February 2020).

12. Yep! Available at: <http://www.yepworld.org/ua/> (accessed 11 July 2020).

13. EU4Business. Available at: <http://www.eu4business.eu> (accessed 12 July 2020).

14. SMEDA. Available at: <https://smeda.org> (accessed 13 June 2020).

15. DCFTA. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Deep_and_Comprehensive_Free_Trade_Area (accessed 14 July 2020).

НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ І ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ «СІЛЬСЬКІ ТЕРИТОРІЇ»

SCIENTIFIC AND PRACTICAL FUNDAMENTALS OF DEFINING THE ESSENCE AND CONTENT OF THE CONCEPT OF "RURAL TERRITORIES"

УДК 332.122(1-22)-021.411:001.891.3/.5
<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-9>

Яснолоб І.О.

к.е.н., доцент,
 доцент кафедри підприємництва
 і права
 Полтавська державна аграрна академія

Козаченко Ю.А.

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

Полтавська державна аграрна академія

Березницький Є.В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів
 і кредиту
 Полтавська державна аграрна академія

Yasolob Ilona

Poltava State Agrarian Academy

Kozachenko Yuliia

Poltava State Agrarian Academy

Bereznytskyi Ievgenii

Poltava State Agrarian Academy

У статті розглянуто наявні наукові підходи до визначення сутності поняття «сільські території» та визначено його авторське бачення. З огляду на вагомий внесок міжнародних організацій у сферу досліджень сталого розвитку сільських територій доведено, що сьогодні складно досягти згоди щодо універсального визначення сільської території, яке буде прийнятним для всіх країн і яке можна використовувати у будь-якій ситуації. Запропоновано систему сучасних критеріїв для виявлення та оцінювання відмінностей міської та сільської місцевості, узагальнено характеристики сільської та міської територіальних підсистем. Систематизовано функції відповідно до принципів формування стійкості сільських територій за трьома блоками, такими як економічні, екологічні та соціальні. Запропонований підхід визначається місцем розташування сільських територій, ресурсним забезпеченням, потенціалом розвитку та їх обсягами фінансування.

Ключові слова: сільська територія, сільська місцевість, сільське населення, територіальний підхід, соціальний підхід, виробничий підхід, комплексний підхід.

В статье рассмотрены существующие научные подходы к определению сущ-

ности понятия «сельские территории» и определено его авторское видение. С учетом весомого вклада международных организаций в сферу исследований сельского развития доказано, что сегодня сложно достичь согласия касательно определения сельской территории, которое будет приемлемым для всех стран и которое можно использовать в любой ситуации. Предложена система современных критериев для выявления и оценивания различий городской и сельской местности, обобщены характеристики сельской и городской территориальных подсистем. Систематизированы функции в соответствии с принципами формирования устойчивости сельских территорий по трем блокам, таким как экономические, экологические и социальные. Предложенный подход определяется местом расположения сельских территорий, ресурсным обеспечением, их потенциалом развития и объемами финансирования.

Ключевые слова: сельская территория, сельская местность, сельское население, территориальный подход, социальный подход, производственный подход, комплексный подход.

The existing scientific as to defining the essence of the notion "rural territories" has been considered in the article. The definition of "rural areas" from the standpoint of production, social and classical scientific and methodological approaches is considered. Taking into account a considerable contribution of international organizations to the sphere of investigating rural development, it has been proven, that nowadays it is difficult to achieve consensus concerning the universal definition of the rural territory, which will be accepted by all the countries and can be used in any situation. The considered production approach as to defining the essence of the rural territory has revealed the divergence between the existing practice and the theoretical model, as the latter includes the population and the corresponding to it area of vital activities (the environment of settlements, production, municipal, and recreation territories) in the territorial anthropologic, ecological system. It has been proven, that the dynamic urbanization of the XIX – XX centuries developed new social structures, different from the "traditional" organizations of the rural locality. The article proposes a system of modern criteria for identifying and evaluating the differences between urban and rural areas and summarizes the characteristics of rural and urban territorial subsystems. Systematized functions in accordance with the principles of sustainability of rural areas in three blocks: economic, environmental and social. The proposed approach is determined by the location of rural areas, resource supplies of rural areas, development potential and their volume of funding. The author's vision is formulated: rural areas are a complex socio-economic-ecological and resource area of existence and vital activity of the rural population marked by the corresponding administrative border and includes rural settlements with their social and agro-industrial infrastructure. This wording will contribute to a comprehensive solution of problems in the field of sustainable development of rural areas.

Key words: rural area, rural population, territorial approach, social approach, production approach, integrated approach.

Постановка проблеми. В Україні і за кордоном сільська тематика завжди була актуальною, залежно від системи господарювання акцентувалась увага на різних напрямках, а саме соціальних, економічних чи екологічних. З огляду на те, що Україна є аграрною країною (42,4 млн. га сільськогосподарських земель становлять 70,0% від загальної площі земель) з родючими чорноземами і значною чисельністю сільського поселення (5,6 млн. осіб), то збереження сільських територій має велике соціально-господарське значення [1; 2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття сільських територій та їх розвитку висвітлювались у працях О.О. Горба [1; 2; 5; 7], Т.О. Чайки [5; 7], Ю.Є. Губені [3], А.А. Корнева [6],

О.І. Павлова [8], І.В. Прокопа [10], П.Т. Саблука [11]. В.В. Юрчишина [12]. Водночас з огляду на результати дослідження представників економічної думки необхідно відзначити, що понятійний апарат сільських територій та оцінювання сільської і міської територіальних підсистем вимагає більш точного наукового обґрунтування як у науковій літературі, так і в чинних нормативно-правових документах. Це необхідно для того, щоби забезпечити єдиний понятійний апарат, можливість визначення оптимального напрямку досліджень і розроблення заходів щодо вирішення наявних проблемних питань.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз наукових підходів до розуміння сутності поняття

сільських територій, формулювання комплексного авторського визначення та дослідження основних функцій сільських територій.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сільські території розглядаються в різних функціональних значеннях, а саме географічному, регіональному, економічному та управлінському. Існує значна кількість визначень сільських територій, адже саме поняття є багатограним і складним з огляду історичного формування.

Навіть у межах однієї сфери суспільного буття, наприклад правової, залежно від особливостей певної галузі пріоритетними стають різні атрибутивні властивості цього поняття. Наприклад, для адміністративного права первісне значення має адміністративно-територіальний поділ певного сільського регіону, для земельного права – раціональна організація території адміністративно-територіальних утворень і суб'єктів господарювання, а також форми власності на землю всередині цієї території, для кримінального права – взаємне розташування й співвідношення утворюючих відповідну сільську територію природних і штучних факторів, тобто середовище та умови можливого здійснення злочинів.

Наведемо погляди вітчизняних учених щодо визначення сільських територій у табл. 1.

Соціальний підхід передбачає визначення сільської території за чисельністю. Зокрема, О.О. Корнєв зазначив, що сільська територія – це територія, на якій частка сільського населення у його загальній кількості перевищує 15–50%

[6, с. 68]. Однак те, як визначати цю частину, в науковій роботі не зазначено.

Відповідно до виробничого підходу територіальна організація суспільства охоплює організацію суспільного виробництва, зокрема територіальний поділ праці, систему розселення, територіального природокористування, науки та науково-технічної діяльності, адміністративно-територіальний поділ; економічне, соціальне, еколого-економічне районування, територіальні аспекти економічних відносин. Проте найближче, на наш погляд, до виявлення сутності поняття «територія» у широкому розумінні підійшов антропологічний підхід, в основу якого покладено людський чинник [5]. Наприклад, наявна теоретична модель територіальної антропоєкологічної системи включає населення та відповідний йому ареал життєдіяльності (населений пункт та виробничі, комунальні, рекреаційні території, які його оточують).

Динамічна урбанізація XIX – XX ст. виробила нові соціальні структури, відмінні від традиційних організацій сільської місцевості, тому збереження у сучасних малих населених пунктах традиційного стилю життя важливе у підтримці їх сільського характеру, оскільки саме ці особливості приваблюють «на село» туристів з міських районів [7].

У більшості країн світу критерієм поділу міських і сільських населених пунктів є чисельність населення, щільність розселення й характер зайнятості населення. Однак в епоху капіталізації сільські населені пункти не завжди за своїми функціями обов'язково є сільськогосподарськими. До

Таблиця 1

Погляди вітчизняних учених щодо визначення сільських територій

Автори, джерело	Теоретичний підхід	Сутність визначення
О.В. Положаєнко, С.І. Марченко [9, с. 149]	Виробничий	Територіальна організація суспільства охоплює організацію суспільного виробництва, систему розселення, територіальне природокористування, економічне, адміністративно-економічне районування.
О.О. Корнєв [6, с. 68]	Соціальний	Сільська територія – це територія, на якій частка сільського населення у його загальній кількості перевищує 15–50%.
В.В. Юрчишин [12, с. 7]		Сільська територія вирізняється площею земельних угідь, на яких вона розміщена; чисельністю проживаючих і зайнятих у виробництві чи обслуговуванні людей; обсягами й структурою виробництва; розвитком соціальної і виробничої інфраструктури; формою зайнятості проживаючих на ній та іншими рисами.
О.І. Павлов [8, с. 35]	Комплексний	Сільські території – це складне природне, виробничо-господарське, соціальне, політичне й територіальне утворення, яке перебуває під управлінським впливом різних суб'єктів, представлених органами державної влади, органами місцевого самоврядування, бізнесовими структурами, громадськими організаціями.
П.Т. Саблук [11, с. 22]		Сільська територія – це складна багатофункціональна природна, соціально-економічна та виробничо-господарська система зі властивими їй кількісними, структурними, природними та іншими характеристиками. Село є одним із важливих елементів системоутворення сільських територій, а його розвиток неможливий без становлення високотехнічного та прибуткового аграрного сектору, формування нової організаційної структури сільського господарства та його інфраструктури.

Джерело: розроблено авторами

них належать невеликі промислові, транспортні, рекреаційні населені пункти, тому пропонуємо для виявлення та оцінювання відмінностей міської та сільської місцевості використовувати таку систему сучасних критеріїв:

1) чисельність наявного населення й ступінь його сталості, характер природного та механічного руху населення;

2) потенціал та розгалуженість професійної структури суспільного виробництва, рівень розвитку галузей народного господарства, промисловості, будівництва, транспорту;

3) рівень організації матеріально-просторового середовища, ступінь благоустрою населених пунктів;

4) рівень розвитку сфери послуг, тобто забезпечення інфраструктури для розвитку всіх форм соціального споживання;

5) соціальні функції населеного пункту;

6) спосіб життя населення;

7) стан свідомості, що характеризує диференціацію його потреб;

8) ставлення до населеного пункту як до міста або як до села.

Окремими важливими складовими частинами в аналізі та оцінюванні доцільно виділити екологічний та ресурсний потенціал регіону, оскільки саме цими двома показниками визначається потенціал розвитку регіону на перспективу.

З урахуванням викладеного прийнято вважати, що поняття «сільські території» у загальному вигляді визначається населеною територією (поза великими містами) з її природними умовами та інфраструктурою, сільським населенням та уречевленими результатами їх праці. Іншими словами, це населений пункт з різноманітними елементами соціально-економіко-екологічних факторів, інфраструктурою, основними виробничими та ресурсними фондами на цій території.

Важливо відзначити, що система сільського розселення, як і специфіка сільськогосподарського виробництва, наклала певний відбиток на тип сільських населених пунктів, які за своєю характеристикою суттєво відрізняються від міських, про що свідчать результати порівняння в табл. 2.

Досить часто концепцію розвитку сільських територій пов'язують тільки з виробництвом і переробкою сільськогосподарської продукції [10]. Такий підхід є досить необґрунтованим, оскільки в розвинених країнах сільське господарство вже не є основною економічною базою для більшої частини сільських територій. Сільське населення стало активніше брати участь в інших несільськогосподарських видах економіки (видобуток ресурсів, туризм, народні промисли, торгівля, сфера послуг, промислове виробництво). Стає очевидним, що сільські території – це не тільки сільське господарство та сільськогосподарське виробництво, але й складна соціально-економічна система.

Сумнівним, на наш погляд, є визначення поняття сільських територій тільки з позицій аграрного виробництва, тому можемо стверджувати, що поняття «сільські території» є не аграрним, а узагальненим терміном, що визначає місце, де населення працює в сільській місцевості, проте не тільки в галузі АПК, хоча сільське господарство при цьому відіграє досить важливу роль та є високорозвиненим. Наприклад, на Закарпатті та Півдні України більш яскраво вираженими характеристиками рівня розвитку сільських територій є дослідження їх оздоровчо-рекреаційного потенціалу.

Нині сільські території виконують безліч функцій, але в науковій літературі [9] прийнято виділяти такі п'ять основних:

– виробнича функція (забезпечення суспільства продовольством, продукцією лісового, рибного й мисливського промислового господарства та іншою несільськогосподарською продукцією);

Таблиця 2

Порівняльна характеристика сільської та міської територіальних підсистем суспільства

Визначальні чинники	Ознаки сільської територіальної підсистеми	Ознаки міської територіальної підсистеми
Господарський	Переважає агропромислового виробництва, рекреаційний	Переважає промислового виробництва
Види використання території	Переважає сільськогосподарського призначення	Переважає індустріального призначення
Метод забудови території	Сільський, садибного типу	Міський, індустріального типу
Тип розселення	Дрібнодисперсний	Концентрований
Соціально-прошарковий	Переважає селянства	Переважає робітників та службовців
Спосіб життя	Руральний	Урбанізований
Щільність населення	Низька	Висока
Сфера соціальних послуг	Елементарна, нерозвинена	Багатофункціональна, розвинена
Транспортна мережа, зв'язок	Неналагоджена, нерозвинена	Розгалужена, розвинена
Екологічний	Рекреаційна та біосферно-природоохоронна зона	Зона високого техногенного навантаження

Джерело: розроблено авторами

– соціально-демографічна функція (забезпечення та поповнення демографічного й трудового потенціалу держави);

– культурна функція (збереження традицій, мистецтва і художніх промислів регіонів України);

– природоохоронна функція (підтримання екологічної рівноваги, збереження природних ландшафтів, утримання заповідників, національних парків тощо);

– рекреаційна функція (забезпечення населення послугами з оздоровлення та відпочинку).

Нами були доповнені та систематизовані функції відповідно до принципів формування стійкості сільських територій за трьома блоками, такими як економічні, екологічні та соціальні (рис. 1).

Звертаємо увагу на те, що такий авторський підхід визначається місцем розташування сільських територій, ресурсним забезпеченням, потенціалом розвитку та обсягами фінансування.

Таким чином, дослідивши та узагальнивши безліч визначень поняття «сільська територія»,

здійснивши комплексний аналіз різних підходів до поняття «сталий розвиток сільських територій», сформулюємо авторське бачення: сільські території – це складний еко-соціально-економічний та ресурсний ареал існування й життєдіяльності сільського населення, що позначений відповідним адміністративним кордоном і включає сільські населені пункти з їх соціально-агровиробничою інфраструктурою.

Вважаємо, що таке формулювання сприятиме комплексному вирішенню завдань у галузі сталого розвитку сільських територій, оскільки дає змогу визначити рівень соціально-економічного та екологічного стану сільських територій, розробити ефективні організаційно-економічні, соціальні, екологічні заходи щодо підвищення їх стійкого розвитку з урахуванням ресурсного потенціалу, територіальних та історико-культурних особливостей регіону.

Висновки з проведеного дослідження. Наукова новизна дослідження полягає в тому,



Рис. 1. Функції сталого розвитку сільських територій

що автори, використавши комплексний підхід, проаналізували еволюцію поняття «сільська територія», а в оновленому формулюванні показали, що успішність руху до розвитку сільських територій залежить не тільки від вирішення соціально-економічних та екологічних проблем, але й від вирішення ресурсних проблем, забезпечення високого рівня ефективності агропромислового виробництва, якості регіонального маркетинг-менеджменту стану сільських територій загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. The Formation of the Efficient System of Ecological Enterprise / I. Yasnolob, O. Gorb, N. Opara, S. Shejko, S. Pysarenko, O. Mykhailova, T. Mokiienko. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2019. [S. I.], Vol. 9. Iss. 5. P. 1052–1061. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/2595>. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.9.5\(29\).17](https://doi.org/10.14505/jemt.9.5(29).17) (дата звернення: 20.07.2020).
2. Yasnolob I., Gorb O., Dedukhno A., Kaliuzhna Yu. The formation of the management system of ecological, social, and economic development of rural territories using the experience in European Union. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2017. [S. I.], Vol. 8. No. 3. P. 516–528. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v8.3\(19\).03](https://doi.org/10.14505/jemt.v8.3(19).03). URL: <http://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1374> (дата звернення: 20.07.2020).
3. Губеня Ю.Є. Розвиток сільських територій: європейська теорія і практика. *Економіка України*. 2007. № 4 (545). С. 80–92.
4. Зникаючі українські села – реалії сьогодення. URL: <http://ua.112.ua/mnenie/znykaiuchi-ukrainski-sela-realii-sohodennia-312811.html> (дата звернення: 20.07.2020).
5. Яснолоб І.О., Горб О.О., Чайка Т.О. Розвиток екоселень в умовах органічного землеробства як напрям використання потенціалу відновлюваних джерел енергії в Україні. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2017. № 3 (86). С. 52–55.
6. Корнев А.А. Пути повышения эффективности юридического регулирования отношений в сфере социально-экономического развития сельских территорий. *Аграрное и земельное право*. 2009. № 10 (58). С. 67–70.
7. Яснолоб І.О., Горб О.А., Чайка Т.О., Радіонова Я.В. Теоретико-практичні засади створення енергетично незалежних сільських територій. *Економіка АПК*. 2018. № 11. С. 97–102. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201811097>. URL: <http://eapk.org.ua/contents/2018/11/97> (дата звернення: 20.07.2020).
8. Павлов О.І. Сільські урбанізовані зони і ареали як специфічний об'єкт функціонування та управління. *Вісник Державної служби України*. 2005. № 3. С. 34–38.
9. Положаєнко О.В., Марченко С.І. Сутність поняття «сільські території» та його визначення в юридичній літературі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2013. Вип. 3. Т. 1. С. 149–151.
10. Прокоп І.В. Сільські території України: дослідження і регулювання розвитку. *Економіка України*. 2007. № 6 (547). С. 53.
11. Саблук П.Т. Розвиток сільських територій – запорука відродження аграрної України. *Вісник аграрної науки*. 2006. № 5. С. 21–23.
12. Юрчишин В.В. Сільські території як системоутворюючі фактори розвитку аграрного сектора економіки. *Економіка АПК*. 2005. № 3. С. 3–10.

REFERENCES:

1. Ilona Yasnolob, Oleg Gorb, Nadiia Opara, Serhii Shejko, Svitlana Pysarenko, Olena Mykhailova, Tetyana Mokiienko (2019) The Formation of the Efficient System of Ecological Enterprise. *Journal of Environmental Management and Tourism*. [S.I.], Vol. 9. Issue 5. P. 1052–1061. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/2595>. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.9.5\(29\).17](https://doi.org/10.14505/jemt.9.5(29).17) (accessed: 20.07.2020).
2. Yasnolob I., Gorb O., Dedukhno A., Kaliuzhna Yu. (2017) The formation of the management system of ecological, social, and economic development of rural territories using the experience in European Union. *Journal of Environmental Management and Tourism*, [S.I.], v. 8, n. 3, p. 516–528. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v8.3\(19\).03](https://doi.org/10.14505/jemt.v8.3(19).03) (accessed: 20.07.2020).
3. Hubenia Yu.E. Rozvytok silskykh terytorii: yevropeiska teoriia i praktyka [The Development of Rural Territories: European Theory and Practice]. *Ekonomika Ukrainy*. 2007. № 4 (545). S. 80–92 (in Ukrainian).
4. Znykaiuchiukrainskisela–realiisohodennia[Disappearing Ukrainian Villages – the Realities of Today]. URL: <http://ua.112.ua/mnenie/znykaiuchi-ukrainski-sela-realii-sohodennia-312811.html> (accessed: 20.07.2020) (in Ukrainian).
5. Yasnolob I.O., Horb O.O., Chaika T.O. Rozvytok ekoposelen v umovakh orhanichnoho zemlerobstva yak napriam vykorystannia potentsialu vidnovliuvanykh dzherel enerhii v Ukraini [Development of eco-settlements in the conditions of organic agriculture as a direction of use of potential of renewable energy sources in Ukraine]. *Visnyk Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii*. 2017. № 3 (86). S. 52–55 (in Ukrainian).
6. Kornev A.A. Puty povysheniya efektyvnosti yurydycheskoho rehulyrovaniya otnosheni v sfere sotsyalno-ekonomicheskoho razvytiya selskykh terytorii [The Ways of Raising the Effectiveness of Legal Relations in the Sphere of the Social-Economic Development of Rural Territories]. *Ahrarnoe y zemelnoe pravo*. 2009. № 10 (58). S. 67–70 (in Ukrainian).
7. Yasnolob I.O., Horb O.A., Chaika T.O., Radionova Ya.V. Teoretyko-praktychni zasady stvorennia enerhetychno nezaleznykh silskykh terytorii [Theoretical and practical principles of creating energy-independent rural areas]. *Ekonomika APK*. 2018. № 11. S. 97–102. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201811097>. URL: <http://eapk.org.ua/contents/2018/11/97> (accessed: 20.07.2020) (in Ukrainian).
8. Pavlov O.I. Silski urbanizovani zony i arealy yak spetsyifichniy ob'ekt funktsionuvannia ta upravlinnia [Rural Urbanized Zones and Areas as a Specific Object of Functioning and Management]. *Visnyk derzhavnoi sluzhby Ukrainy*. 2005. № 3. S. 34–38 (in Ukrainian).

9. Polozhaienko O.V., Marchenko S.I. Sutnist poniat-tia "silski terytorii" ta yoho vyznachennia v yurydychnii literaturi [The Essence of the Notion "Rural Territories" and its Definition in the Juridical Literature]. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Vypusk 3. Tom 1. 2013. P. 149–151 (in Ukrainian).

10. Prokop I.V. Silski terytorii Ukrainy: doslidzhennia i rehuliuвання rozvytku. [Rural Territories of Ukraine: Research and Regulation of Developme]. Ekonomika Ukrainy. 2007. № 6 (547). S. 53 (in Ukrainian).

11. Sabluk P.T. Rozvytok silskykh terytorii – zaporuka vidrodzhennia aharnoї Ukrainy [The Development of Rural Territories – the Condition of the Rebirth of Agrarian Ukraine]. Visnyk aharnoї nauky. 2006. № 5. S. 21–23 (in Ukrainian).

12. Yurchyshyn V.V. Silski terytorii yak system-outvoriuiuchi faktory rozvytku aharnoho sektora ekonomiky [Rural Territories as System-Forming Factors of the Development of the Agrarian Sector of Economics]. Ekonomika APK. 2005. № 3. S. 3–10 (in Ukrainian).

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН
У КОНКУРЕНТНОМУ АНАЛІЗІ ПІДПРИЄМСТВFUZZY SET THEORY TOOLKIT IN COMPETITIVE
ANALYSIS OF ENTERPRISES

У статті розглянуто сутність конкурентного аналізу підприємств, представлено його основні етапи та необхідне методичне забезпечення їх ефективної реалізації. Розроблено методичний підхід до компаративного оцінювання конкурентоспроможності підприємств на основі нечітко-множинних засобів. Для представлення лінгвістичних оцінок експертів у роботі використано нечіткі числа в триангулярній формі з трикутними функціями належності. Критерії оцінювання конкурентоспроможності підприємств шляхом декомпозиції розбито на часткові індикатори, для оптимізації структури яких запропоновано використовувати Fuzzy DEMATEL-метод. Для визначення нечітких вагових коефіцієнтів критеріїв оцінювання та їх часткових індикаторів застосовано метод Fuzzy AHP, для обчислення нечітких значень рівня конкурентоспроможності за визначеними напрямками аналізу та інтегрального рівня – модифікований Fuzzy SAW. Розроблений методичний підхід може бути використаний для здійснення бенчмаркінгу, побудови конкурентного профіля підприємства, розроблення та ефективної реалізації конкурентних стратегій компанії.

Ключові слова: конкурентний аналіз, нечіткі множини, лінгвістичні змінні, терм-множина, нечіткий багатокритерійний аналіз, Fuzzy AHP-метод, Fuzzy SAW-метод.

В статье рассмотрена сущность конкурентного анализа предприятий, представ-

лены его основные этапы и необходимое методическое обеспечение их эффективной реализации. Разработан методический подход к компаративному оцениванию конкурентоспособности предприятий на основе нечетко-множественных средств. Для представления лингвистических оценок экспертов в работе использованы нечеткие числа в триангулярной форме с треугольными функциями принадлежности. Критерии оценивания конкурентоспособности предприятий путем декомпозиции разбиты на частичные индикаторы, для оптимизации структуры которых предложено использовать Fuzzy DEMATEL-метод. Для определения нечетких весовых коэффициентов критериев оценивания и их частичных индикаторов применен метод Fuzzy AHP, для вычисления нечетких значений уровня конкурентоспособности по определенным направлениям анализа и интегрального уровня – модифицированный Fuzzy SAW. Разработанный методический подход может быть использован для осуществления бенчмаркинга, построения конкурентного профиля предприятия, разработки и эффективной реализации конкурентных стратегий компании.

Ключевые слова: конкурентный анализ, нечеткие множества, лингвистические переменные, терм-множество, нечеткий многокритериальный анализ, Fuzzy AHP-метод, Fuzzy SAW-метод.

УДК 338.58:65.014

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-10>

Балан В.Г.

к.ф.-м.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
інноваційної та інвестиційної діяльності
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Balan Valeriy

Taras Shevchenko National University
of Kyiv

The article deals with the essence of enterprises competitive analysis. The main stages and the necessary methodological support for their effective implementation are presented. The actualized need for the use of competitive analysis of fuzzy-set theory means and models at the main stages has been determined. These models are sufficiently flexible and adequate to input information and have a high adaptive ability to expert data and to a qualitative and verbal description of parameters. A methodological approach to the comparative assessment of the enterprises competitiveness of one strategic group has been developed. The main criteria for assessing the competitiveness of enterprises have been determined, which are divided into partial indicators by decomposition. It is proposed to use the Fuzzy Dematel method to optimize the structure of these indicators. Fuzzy numbers in triangular form with triangular accessory functions are used to represent the linguistic assessments of experts. The work also uses the methods of strategic analysis and fuzzy methods of multi-criteria analysis to achieve the set goals. The Fuzzy AHP method was used to determine the fuzzy weight coefficients of the assessment criteria and their partial indicators, the Fuzzy SAW modification was used to calculate the fuzzy values of the competitiveness level in certain areas of analysis and the integral level, and the COA (Center Of Area) method was used for defuzzification the obtained values. For the purpose of practical application of the proposed algorithm, the model is implemented as a framework in the Fuzzy Logic Toolbox package of the Matlab computing system and contains a block for determining the weight coefficients of criteria and their partial indicators, blocks for calculating fuzzy values of the competitiveness level in the areas of analysis and the integral level, a block for defuzzification of these values. The design scheme makes it possible to carry out simulation modeling depending on the modification of the list of certain criteria and indicators for assessing and correcting the experts' considerations. The developed methodological approach can be used for benchmarking, for building an enterprise competitive profile, for strategic planning of enterprise activities in order to develop competitive strategies based on portfolio analysis (General Electric-McKinsey, Shell DPM, SPACE matrices) and their effective implementation.

Key words: competitive analysis, fuzzy sets, linguistic variables, term set, fuzzy multicriteria analysis, Fuzzy AHP-method, Fuzzy SAW-method.

Постановка проблеми. Сучасні умови ведення бізнесу характеризуються нестабільністю, невизначеністю та важкопрогнозованим характером. Значний вплив на них, окрім чинників макрооточення (PESTEL-факторів), здійснюють фактори мікросередовища підприємства, зокрема конкурентні. Значно загострила наявні проблеми підприємств довготривала коронавірусна пандемія, яка

кардинально змінила підходи до ведення бізнесу, посилила конкуренцію на глобальних та локальних ринках, спонукала до пошуку більш гнучких та ефективних інструментів стратегічного планування та ведення конкурентної боротьби. Особливу роль у цьому відіграє конкурентний аналіз [2; 3; 5; 9; 11; 12; 16; 17], головна мета здійснення якого, на думку Фляйшера Крейга (директора "Odette Research") та

Бенсуссана Бабета (директора "MindShifts Group Pty. Ltd"), «полягає в кращому розумінні роботи конкурентів для прийняття рішень і розроблення такої стратегії, яка надає конкурентну перевагу, яка, своєю чергою, дає змогу досягти особливих результатів порівняно з конкурентами. Висновки проведеного аналізу повинні бути дієвими, тобто орієнтованими на майбутнє, повинні допомагати фахівцям, що ухвалюють рішення, розробляти кращі конкурентні стратегії, забезпечувати краще розуміння, ніж розуміння конкурентів, і виявляти вже наявних і майбутніх конкурентів, їхні плани й стратегії. Особливе призначення аналізу полягає в досягненні кращих результатів у бізнесі» [12, с. 48]. Цю ж точку зору розділяє гуру стратегічного управління Майкл Портер, який стверджує, що мета конкурентного аналізу полягає в тому, щоби «зрозуміти природу ймовірних змін у стратегії кожного конкурента та успіх цих змін, імовірну реакцію кожного конкурента на комплекс здійснюваних стратегічних ходів інших фірм, на сукупність змін у галузі та ширші зміни у зовнішньому середовищі» [16, с. 47].

Проведення конкурентного аналізу потребує фахових знань, умінь, навичок і навіть певною мірою мистецтва вищого управлінського персоналу. Все це зумовлює необхідність розвитку та вдосконалення класичних методів стратегічного аналізу й розроблення нових підходів та інструментарію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичним та методичним аспектам конкурентного аналізу підприємств та управління їх конкурентоспроможністю присвячена велика кількість досліджень, зокрема, таких відомих зарубіжних та вітчизняних учених, як І. Ансофф [1], Р. Грант [3], П. Дойль, Н. Лейк, А. Томпсон, А. Стрікланд [9], М. Портер [16], Д. Хассі [11], Т. Вілін, Д. Хангер, А. Хофман, К. Бемфорд [17], Г. Азоєв, О. Драган [5], К. Фляйшер, Б. Бенсуссан [12], Л. Довгань, А. Наливайко, Н. Подольчак, З. Шершньова, А. Шегда, О. Янковий. Аналіз останніх публікацій з цієї тематики дає змогу стверджувати, що надзвичайно цікавим і перспективним напрямом сучасних прикладних досліджень у конкурентному аналізі є застосування методів та моделей нечітко-множинної теорії [18], які мають високу адаптаційну здатність до експертних даних, до якісного, вербального опису параметрів, що аналізуються, є досить гнучкими та адекватними вхідній інформації. Основні положення теорії нечіткої логіки, що базуються на математичній теорії нечітких множин, були запропоновані американським математиком Лотфі Заде у 1965 році в роботі "Fuzzy Sets" та в його інших працях. Серед останніх публікацій з цієї теми слід виділити роботу [4], де запропонована ієрархічна модель оцінювання конкурентоспроможності страхової компанії, розроблена на

основі нечіткої логіки. У ній визначені та згруповані фактори впливу на конкурентоспроможність страхової компанії, а для ієрархічного дерева логічного висновку побудовані нечіткі бази знань. Ця модель дає можливість визначати рівень конкурентоспроможності страхової компанії, аналізувати різні сторони її діяльності (фінансовий стан, ефективність управління тощо). Передбачена можливість налаштування параметрів моделі за статистичними даними. У роботі [7] розглянуто можливість використання методу нечіткої логіки для оцінювання конкурентоспроможності інноваційної продукції промислових підприємств, умови вибору вхідних та вихідних змінних, тип функції належності та наведено систему логічних правил. Авторами [8] запропоновано та обґрунтовано нечітко-логічний та нейромережевий підходи до оцінювання конкурентоспроможності інноваційних підприємств. У джерелі [10] розроблена методика оцінювання конкурентоспроможності підприємства засобами нечіткої логіки шляхом побудови багаторівневої ієрархічної моделі у вигляді нейро-нечіткої мережі, де рівень стратегічної конкурентоспроможності визначається на основі окремих оцінювань досягнутого рівня тактичної конкурентоспроможності та конкурентостійкості підприємства. У джерелі [6] розроблено методичний підхід до оцінювання конкурентоспроможності диверсифікованих підприємств з урахуванням структури їх бізнес-портфеля за допомогою багатокритерійного аналізу з використанням засобів нечіткої логіки. Автори [13] презентують логіко-лінгвістичну модель оцінювання конкурентоспроможності підприємства на основі лінгвістичних оцінок за такими напрямками, як ефективність продажів продукції та її просування, ефективність виробництва, людські ресурси, конкурентоспроможність продукції, фінансовий стан компанії, організаційна культура підприємства, зовнішня діяльність, рівень менеджменту.

Незважаючи на значні досягнення в галузі вдосконалення інструментарію конкурентного аналізу та управління конкурентоспроможністю підприємств, існують питання, що потребують поглибленого дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд сутності сучасного конкурентного аналізу, його основних етапів та необхідного методичного забезпечення їх ефективної реалізації, а також розроблення методичного підходу до компаративного оцінювання конкурентоспроможності підприємств на основі нечітко-множинних засобів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентний аналіз – це вид управлінського аналізу, спрямованого на стратегічне дослідження конкурентного оточення підприємства та вивчення практики ведення конкурентної боротьби на ринку задля забезпечення переваг над опонентами [2, с. 164]. Головна мета конкурентного аналізу

полягає в умінні визначати, а також швидко та ефективно використовувати в конкурентній боротьбі власні переваги. Усі зусилля у сферах виробництва, збуту та управління мають бути спрямовані на розвиток саме тих якостей і властивостей організації (або продукції, що випускається нею, надаваних послуг), які вигідно відрізняють її від потенційних або реальних конкурентів [2, с. 164]. Конкретним підсумком конкурентного аналізу з прийняттям до уваги результатів зіставлення індивідуальних характеристик конкурентів і базового підприємства, а також з урахуванням потреб ринку й цільової аудиторії є розробки, які можуть бути використані для формування його

конкурентних переваг, а також для вибору та реалізації конкурентної стратегії фірми. Відповідно до цього на рис. 1 представлені основні етапи та необхідне методичне забезпечення їх реалізації для проведення ефективного конкурентного аналізу підприємства.

Одним з основних етапів цього аналізу є компаративне оцінювання конкурентоспроможності підприємств галузі чи однієї стратегічної групи, яке дає змогу шляхом порівняння з конкурентами визначити свої сильні та слабкі сторони, розробити стратегічні рекомендації для посилення конкурентних переваг підприємства. Особливо потужним з цієї точки зору є інструментарій

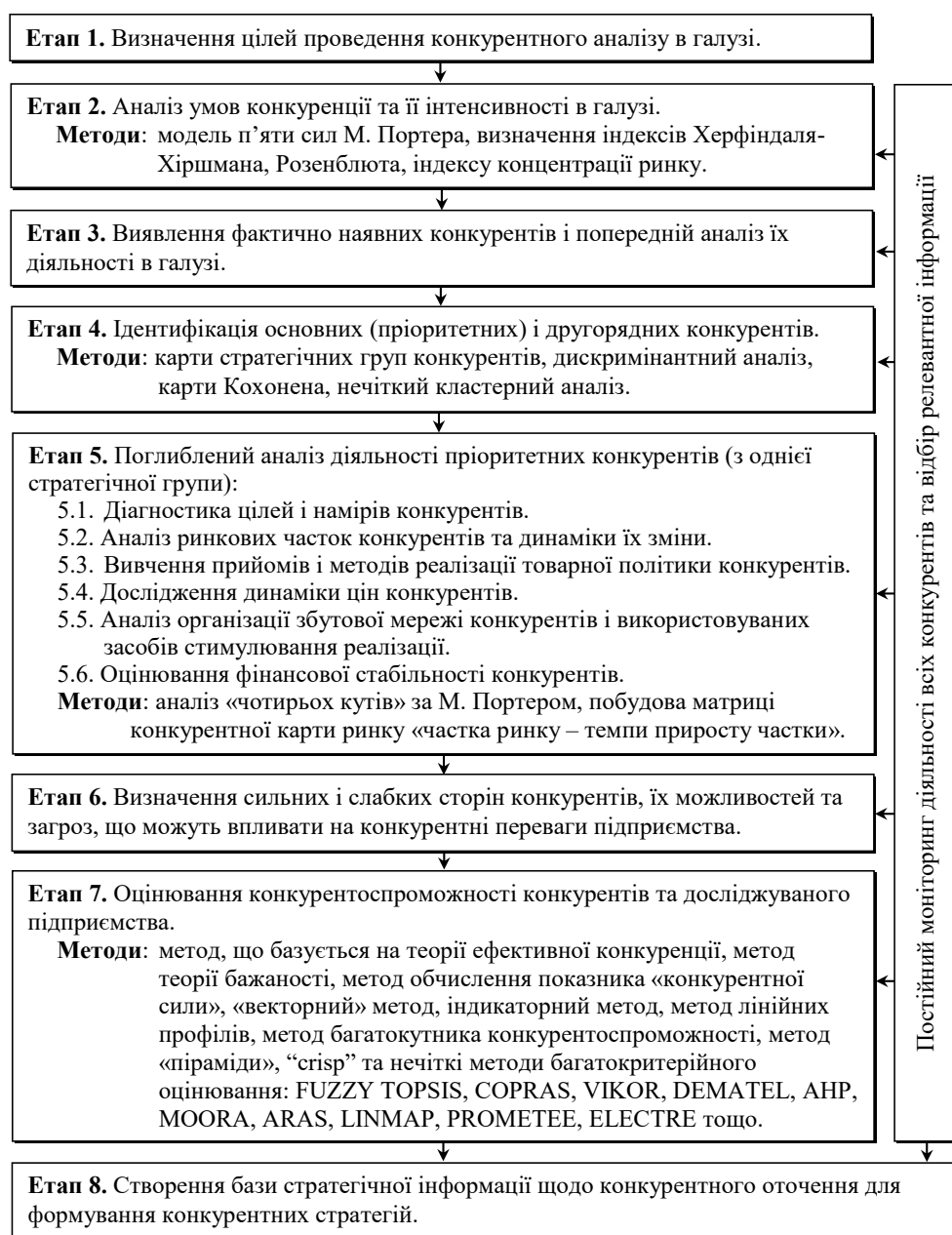


Рис. 1. Етапи проведення конкурентного аналізу підприємства

Джерело: розроблено автором

багатокритерійного нечіткого аналізу, який використовується автором у розробленій моделі нечіткого оцінювання конкурентів. Алгоритм цієї моделі містить такі етапи.

Етап 1. Визначення системи критеріїв оцінювання конкурентоспроможності підприємств-конкурентів. На думку автора, ця система має охоплювати такі напрями (рис. 2): 1-й – управління та кадровий потенціал (S); 2-й – організаційна конкурентоспроможність (O); 3-й – інформаційне забезпечення (I); 4-й – виробнича діяльність (P); 5-й – технологічна конкурентоспроможність (T); 6-й – фінансовий потенціал (F); 7-й – маркетингова діяльність (M); 8-й – інвестиційна діяльність (C).

Зазначимо, що автор не ставить у дослідженні мету надати повний перелік часткових індикаторів для кожного критерія оцінювання. Це можна досить ефективно зробити за допомогою Fuzzy DEMATEL-методу [15]. Відзначимо також, що цей перелік критеріїв оцінювання та їх часткових

індикаторів може бути адаптований відповідно до цілей конкурентного аналізу та реляційного простору підприємства.

Етап 2. Нечітке оцінювання важливості визначених критеріїв оцінювання конкурентоспроможності підприємства та їх часткових індикаторів на основі застосування Fuzzy АНР [14].

Розглянемо застосування цієї процедури для основних критеріїв оцінювання. Вона передбачає виконання таких кроків.

Крок 1. Побудова кожним експертом матриці парних порівнянь критеріїв оцінювання на основі лінгвістичної шкали (терм-множини), наведеної в табл. 1: $Q^k = \|q_{ij}^k\|_{N \times N}$, де q_{ij}^k – лінгвістична оцінка k -м експертом переважності i -го критерія над j -м при їх парному порівнянні, $i, j = 1, 2, \dots, N$ ($N = 8$); $k = 1, 2, \dots, K$.

Крок 2. Переведення лінгвістичних оцінок у нечіткі числа на основі шкали, наведеної в табл. 1,

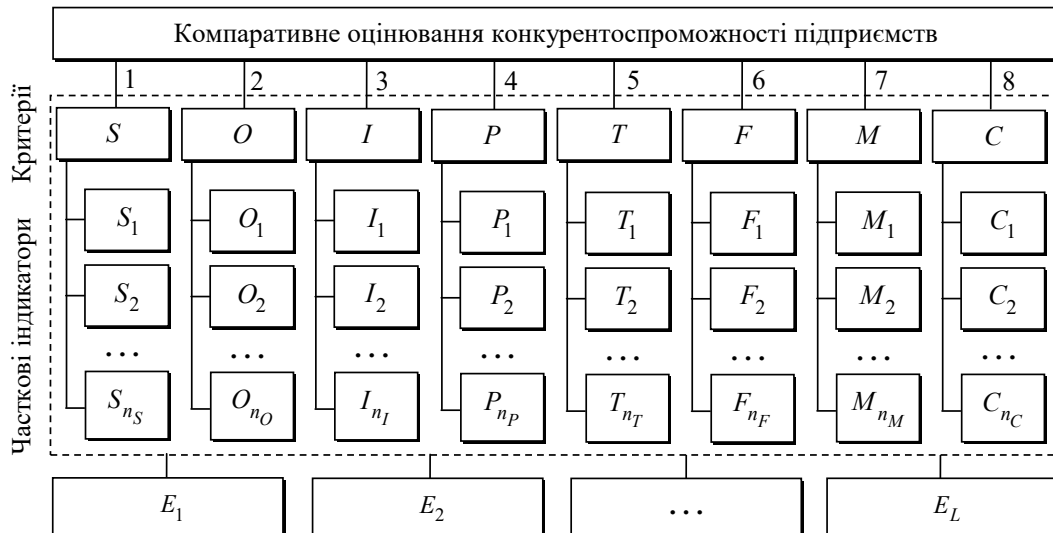


Рис. 2. Ієрархія проблеми компаративного оцінювання підприємств

Джерело: розроблено автором

Таблиця 1

Шкала переведення лінгвістичних термів у нечіткі триангулярні числа

Лінгвістичні терми для визначення відносної важливості критеріїв (i -го критерія з j -м)	Позначення	\tilde{a}_{ij}	\tilde{a}_{ji}
Рівноцінні (Equal)	E	(1; 1; 1)	(1; 1; 1)
Помірна перевага (Moderate)	M	(2; 3; 4)	(1/4; 1/3; 1/2)
Сильна перевага (Strong)	S	(4; 5; 6)	(1/6; 1/5; 1/4)
Дуже сильна перевага (Very Strong)	VS	(6; 7; 8)	(1/8; 1/7; 1/6)
Надзвичайно сильна перевага (Extremaly Strong)	ES	(8; 9; 9)	(1/9; 1/9; 1/8)
Проміжні (intermediate) нечіткі значення			
Дуже слабка перевага (між E та M)	EiM	(1; 2; 3)	(1/3; 1/2; 1)
Перевага (між M та S)	MiS	(3; 4; 5)	(1/5; 1/4; 1/3)
Сильна перевага (між S та VS)	SiVS	(5; 6; 7)	(1/7; 1/6; 1/5)
Дуже сильна перевага (між VS та ES)	VSiES	(7; 8; 9)	(1/9; 1/8; 1/7)

та відповідних триангулярних нечітких чисел з відповідними функціями належності (рис. 3): $Q^k \rightarrow \tilde{F}^k$. Таким чином, одержимо нечіткі матриці парних порівнянь визначених критеріїв оцінювання, побудовані експертами: $\tilde{F}^k = \|\tilde{f}_{ij}^k\|_{N \times N} = \|(\alpha_{ij}^k; \beta_{ij}^k; \gamma_{ij}^k)\|_{N \times N}$, $k = 1; 2; \dots; K$.

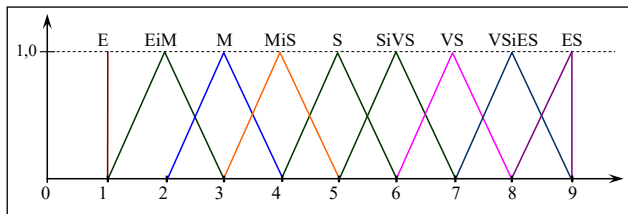


Рис. 3. Трикутні функції належності термів під час застосування ГАНР

Крок 3. Обчислення інтегральної нечіткої матриці парних порівнянь визначених напрямів на основі агрегації нечітких матриць $\tilde{F}^1, \tilde{F}^2, \dots, \tilde{F}^K$ за допомогою такого співвідношення:

$$\tilde{F} = \frac{1}{K} \bigoplus_{k=1}^K \tilde{f}_{ij}^k = \left(\frac{1}{K} \sum_{k=1}^K \alpha_{ij}^k; \frac{1}{K} \sum_{k=1}^K \beta_{ij}^k; \frac{1}{K} \sum_{k=1}^K \gamma_{ij}^k \right) = \|(\alpha_{ij}; \beta_{ij}; \gamma_{ij})\|_{N \times N} = \|\tilde{f}_{ij}\|_{N \times N}. \quad (1)$$

Крок 4. Відповідно до методології Fuzzy ANP [14] для одержаної матриці \tilde{F} розрахуємо нечіткі числа:

$$\tilde{s}_i = (\sqrt[N]{\alpha_{i1} \times \dots \times \alpha_{iN}}; \sqrt[N]{\beta_{i1} \times \dots \times \beta_{iN}}; \sqrt[N]{\gamma_{i1} \times \dots \times \gamma_{iN}}) = (\alpha_i; \beta_i; \gamma_i), \quad i = 1, 2, \dots, N.$$

Далі обчислимо:

$$\tilde{r} = \tilde{s}_1 (+) \tilde{s}_2 (+) \dots (+) \tilde{s}_N = (\alpha_1 + \alpha_2 + \dots + \alpha_N; \beta_1 + \beta_2 + \dots + \beta_N; \gamma_1 + \gamma_2 + \dots + \gamma_N) = (r_\alpha; r_\beta; r_\gamma)$$

$$\text{та } \tilde{r}^{-1} = \left(\frac{1}{r_\gamma}; \frac{1}{r_\beta}; \frac{1}{r_\alpha} \right).$$

Нечіткі вагові коефіцієнти критеріїв оцінювання конкурентоспроможності одержимо на основі таких співвідношень: $\tilde{V}_i = (\alpha_i; \beta_i; \gamma_i) \times \left(\frac{1}{r_\gamma}; \frac{1}{r_\beta}; \frac{1}{r_\alpha} \right) = \left(\frac{\alpha_i}{r_\gamma}; \frac{\beta_i}{r_\beta}; \frac{\gamma_i}{r_\alpha} \right) = (V_i^\alpha; V_i^\beta; V_i^\gamma)$. Ці значення потребують нормалізації. Для цього, використовуючи метод COA (Centre Of Area) [15], спочатку дефазифікуємо одержані числа за допомогою такого співвідношення $\tilde{V}_i^{def} = \frac{(V_i^\gamma - V_i^\alpha) + (V_i^\beta - V_i^\alpha)}{3} + V_i^\alpha$, а потім для безпосередньої нормалізації скористаємося такою формулою:

$$\tilde{W}_i = \left(V_i^\alpha / \sum_{i=1}^N \tilde{V}_i^{def}; V_i^\beta / \sum_{i=1}^N \tilde{V}_i^{def}; V_i^\gamma / \sum_{i=1}^N \tilde{V}_i^{def} \right) = (W_i^\alpha; W_i^\beta; W_i^\gamma).$$

Для зручності переозначимо ці вагові коефіцієнти таким чином: $\tilde{W}^S = \tilde{W}_1$, $\tilde{W}^O = \tilde{W}_2$, $\tilde{W}^I = \tilde{W}_3$, $\tilde{W}^P = \tilde{W}_4$, $\tilde{W}^T = \tilde{W}_5$, $\tilde{W}^F = \tilde{W}_6$, $\tilde{W}^M = \tilde{W}_7$, $\tilde{W}^C = \tilde{W}_8$.

Аналогічним чином визначаються вагові коефіцієнти часткових індикаторів для кожного критерія оцінювання. Позначимо їх так:

$$\tilde{w}_j^S = (w_{1j}^S, w_{2j}^S, w_{3j}^S), j = 1, \dots, n_S;$$

$$\tilde{w}_j^O = (w_{1j}^O, w_{2j}^O, w_{3j}^O), j = 1, \dots, n_O;$$

$$\tilde{w}_j^I = (w_{1j}^I, w_{2j}^I, w_{3j}^I), j = 1, \dots, n_I;$$

$$\tilde{w}_j^P = (w_{1j}^P, w_{2j}^P, w_{3j}^P), j = 1, \dots, n_P;$$

$$\tilde{w}_j^T = (w_{1j}^T, w_{2j}^T, w_{3j}^T), j = 1, \dots, n_T;$$

$$\tilde{w}_j^F = (w_{1j}^F, w_{2j}^F, w_{3j}^F), j = 1, \dots, n_F;$$

$$\tilde{w}_j^M = (w_{1j}^M, w_{2j}^M, w_{3j}^M), j = 1, \dots, n_M;$$

$$\tilde{w}_j^C = (w_{1j}^C, w_{2j}^C, w_{3j}^C), j = 1, \dots, n_C;$$

Етап 3. Оцінювання підприємств-конкурентів за частковими індикаторами кожного критерію. Його зручно виконувати з використанням лінгвістичних оцінок на основі терм-множини $T = \{\text{надзвичайно низький} - \text{Extremely Low (EL)}, \text{дуже низький} - \text{Very Low (VL)}, \text{низький} - \text{Low (L)}, \text{середній} - \text{Medium (M)}, \text{високий} - \text{High (H)}, \text{дуже високий} - \text{Very High (VH)}, \text{надзвичайно високий} - \text{Extremely High (EH)}\}$. Семантика термів задається нечіткими триангулярними числами на інтервалі [0; 6] з відповідними функціями належності (рис. 4): EL: (0; 0; 1); VL: (0; 1; 2); L: (1; 2; 3); M: (2; 3; 4); H: (3; 4; 5); VH: (4; 5; 6); EH: (5; 6; 6).

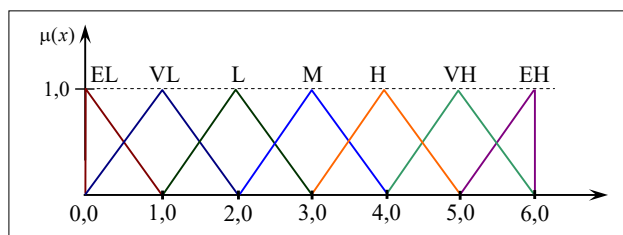


Рис. 4. Трикутні функції належності термів оцінювання

Нехай із урахуванням трикутного представлення лінгвістичних оцінок експертів за частковими індикаторами кожного критерія для i -го підприємства після агрегації матимемо такі нечіткі значення: $\tilde{R}_{ij}^S = (R_{1ij}^S; R_{2ij}^S; R_{3ij}^S)$, $\tilde{R}_{ij}^O = (R_{1ij}^O; R_{2ij}^O; R_{3ij}^O)$, $\tilde{R}_{ij}^I = (R_{1ij}^I; R_{2ij}^I; R_{3ij}^I)$, $\tilde{R}_{ij}^P = (R_{1ij}^P; R_{2ij}^P; R_{3ij}^P)$, $\tilde{R}_{ij}^T = (R_{1ij}^T; R_{2ij}^T; R_{3ij}^T)$, $\tilde{R}_{ij}^F = (R_{1ij}^F; R_{2ij}^F; R_{3ij}^F)$, $\tilde{R}_{ij}^M = (R_{1ij}^M; R_{2ij}^M; R_{3ij}^M)$, $\tilde{R}_{ij}^C = (R_{1ij}^C; R_{2ij}^C; R_{3ij}^C)$, (j – номер відповідного часткового індикатора).

Введемо такі позначення:

$$\tilde{R}_j^{S*} = \max_i \tilde{R}_{ij}^S = (\max_i R_{1ij}^S; \max_i R_{2ij}^S; \max_i R_{3ij}^S) = (R_{1j}^{S*}; R_{2j}^{S*}; R_{3j}^{S*});$$

$$\tilde{R}_j^{O*} = \max_i \tilde{R}_{ij}^O = (\max_i R_{1ij}^O; \max_i R_{2ij}^O; \max_i R_{3ij}^O) = (R_{1j}^{O*}; R_{2j}^{O*}; R_{3j}^{O*});$$

$$\tilde{R}_j^{I*} = \max_i \tilde{R}_{ij}^I = (\max_i R_{1ij}^I; \max_i R_{2ij}^I; \max_i R_{3ij}^I) = (R_{1j}^{I*}; R_{2j}^{I*}; R_{3j}^{I*});$$

$$\tilde{R}_j^{P*} = \max_i \tilde{R}_{ij}^P = (\max_i R_{1ij}^P; \max_i R_{2ij}^P; \max_i R_{3ij}^P) = (R_{1j}^{P*}; R_{2j}^{P*}; R_{3j}^{P*});$$

$$\tilde{R}_j^{T*} = \max_i \tilde{R}_{ij}^T = (\max_i R_{1ij}^T; \max_i R_{2ij}^T; \max_i R_{3ij}^T) = (R_{1j}^{T*}; R_{2j}^{T*}; R_{3j}^{T*});$$

$$\tilde{R}_j^{F*} = \max_i \tilde{R}_{ij}^F = (\max_i R_{1ij}^F; \max_i R_{2ij}^F; \max_i R_{3ij}^F) = (R_{1j}^{F*}; R_{2j}^{F*}; R_{3j}^{F*});$$

$$\tilde{R}_j^{M*} = \max_i \tilde{R}_{ij}^M = (\max_i R_{1ij}^M; \max_i R_{2ij}^M; \max_i R_{3ij}^M) = (R_{1j}^{M*}; R_{2j}^{M*}; R_{3j}^{M*});$$

$$\tilde{R}_j^{C*} = \max_i \tilde{R}_{ij}^C = (\max_i R_{1ij}^C; \max_i R_{2ij}^C; \max_i R_{3ij}^C) = (R_{1j}^{C*}; R_{2j}^{C*}; R_{3j}^{C*}).$$

Етап 4. Для визначення нечітких значень конкурентоспроможності підприємств за кожним напрямом аналізу скористаємося модифікованим Fuzzy SAW-методом та формулами (2) – (9).

$$\tilde{S}_i = \frac{\bigoplus_{j=1}^{n_s} \tilde{w}_j^S(x) \tilde{R}_{ij}^S}{\bigoplus_{j=1}^{n_s} \tilde{w}_j^S(x) \tilde{R}_{ij}^{S*}} = \left(\frac{\sum_{j=1}^{n_s} w_{1j}^S \times R_{1ij}^S; \sum_{j=1}^{n_s} w_{2j}^S \times R_{2ij}^S; \sum_{j=1}^{n_s} w_{3j}^S \times R_{3ij}^S}{\sum_{j=1}^{n_s} w_{1j}^S \times R_{1ij}^{S*}; \sum_{j=1}^{n_s} w_{2j}^S \times R_{2ij}^{S*}; \sum_{j=1}^{n_s} w_{3j}^S \times R_{3ij}^{S*}} \right) = (S_{1i}; S_{2i}; S_{3i}); \quad (2)$$

$$\tilde{O}_i = \frac{\bigoplus_{j=1}^{n_o} \tilde{w}_j^O(x) \tilde{R}_{ij}^O}{\bigoplus_{j=1}^{n_o} \tilde{w}_j^O(x) \tilde{R}_{ij}^{O*}} = \left(\frac{\sum_{j=1}^{n_o} w_{1j}^O \times R_{1ij}^O; \sum_{j=1}^{n_o} w_{2j}^O \times R_{2ij}^O; \sum_{j=1}^{n_o} w_{3j}^O \times R_{3ij}^O}{\sum_{j=1}^{n_o} w_{1j}^O \times R_{1ij}^{O*}; \sum_{j=1}^{n_o} w_{2j}^O \times R_{2ij}^{O*}; \sum_{j=1}^{n_o} w_{3j}^O \times R_{3ij}^{O*}} \right) = (O_{1i}; O_{2i}; O_{3i}); \quad (3)$$

$$\tilde{I}_i = \frac{\bigoplus_{j=1}^{n_l} \tilde{w}_j^I(x) \tilde{R}_{ij}^I}{\bigoplus_{j=1}^{n_l} \tilde{w}_j^I(x) \tilde{R}_{ij}^{I*}} = \left(\frac{\sum_{j=1}^{n_l} w_{1j}^I \times R_{1ij}^I; \sum_{j=1}^{n_l} w_{2j}^I \times R_{2ij}^I; \sum_{j=1}^{n_l} w_{3j}^I \times R_{3ij}^I}{\sum_{j=1}^{n_l} w_{1j}^I \times R_{1ij}^{I*}; \sum_{j=1}^{n_l} w_{2j}^I \times R_{2ij}^{I*}; \sum_{j=1}^{n_l} w_{3j}^I \times R_{3ij}^{I*}} \right) = (I_{1i}; I_{2i}; I_{3i}); \quad (4)$$

$$\tilde{P}_i = \frac{\bigoplus_{j=1}^{n_p} \tilde{w}_j^P(x) \tilde{R}_{ij}^P}{\bigoplus_{j=1}^{n_p} \tilde{w}_j^P(x) \tilde{R}_{ij}^{P*}} = \left(\frac{\sum_{j=1}^{n_p} w_{1j}^P \times R_{1ij}^P; \sum_{j=1}^{n_p} w_{2j}^P \times R_{2ij}^P; \sum_{j=1}^{n_p} w_{3j}^P \times R_{3ij}^P}{\sum_{j=1}^{n_p} w_{1j}^P \times R_{1ij}^{P*}; \sum_{j=1}^{n_p} w_{2j}^P \times R_{2ij}^{P*}; \sum_{j=1}^{n_p} w_{3j}^P \times R_{3ij}^{P*}} \right) = (P_{1i}; P_{2i}; P_{3i}); \quad (5)$$

$$\tilde{T}_i = \frac{\bigoplus_{j=1}^{n_t} \tilde{w}_j^T(x) \tilde{R}_{ij}^T}{\bigoplus_{j=1}^{n_t} \tilde{w}_j^T(x) \tilde{R}_{ij}^{T*}} = \left(\frac{\sum_{j=1}^{n_t} w_{1j}^T \times R_{1ij}^T; \sum_{j=1}^{n_t} w_{2j}^T \times R_{2ij}^T; \sum_{j=1}^{n_t} w_{3j}^T \times R_{3ij}^T}{\sum_{j=1}^{n_t} w_{1j}^T \times R_{1ij}^{T*}; \sum_{j=1}^{n_t} w_{2j}^T \times R_{2ij}^{T*}; \sum_{j=1}^{n_t} w_{3j}^T \times R_{3ij}^{T*}} \right) = (T_{1i}; T_{2i}; T_{3i}); \quad (6)$$

$$\tilde{F}_i = \frac{\bigoplus_{j=1}^{n_f} \tilde{w}_j^F(x) \tilde{R}_{ij}^F}{\bigoplus_{j=1}^{n_f} \tilde{w}_j^F(x) \tilde{R}_{ij}^{F*}} = \left(\frac{\sum_{j=1}^{n_f} w_{1j}^F \times R_{1ij}^F; \sum_{j=1}^{n_f} w_{2j}^F \times R_{2ij}^F; \sum_{j=1}^{n_f} w_{3j}^F \times R_{3ij}^F}{\sum_{j=1}^{n_f} w_{1j}^F \times R_{1ij}^{F*}; \sum_{j=1}^{n_f} w_{2j}^F \times R_{2ij}^{F*}; \sum_{j=1}^{n_f} w_{3j}^F \times R_{3ij}^{F*}} \right) = (F_{1i}; F_{2i}; F_{3i}); \quad (7)$$

$$\tilde{M}_i = \frac{\bigoplus_{j=1}^{n_m} \tilde{w}_j^M(x) \tilde{R}_{ij}^M}{\bigoplus_{j=1}^{n_m} \tilde{w}_j^M(x) \tilde{R}_{ij}^{M*}} = \left(\frac{\sum_{j=1}^{n_m} w_{1j}^M \times R_{1ij}^M; \sum_{j=1}^{n_m} w_{2j}^M \times R_{2ij}^M; \sum_{j=1}^{n_m} w_{3j}^M \times R_{3ij}^M}{\sum_{j=1}^{n_m} w_{1j}^M \times R_{1ij}^{M*}; \sum_{j=1}^{n_m} w_{2j}^M \times R_{2ij}^{M*}; \sum_{j=1}^{n_m} w_{3j}^M \times R_{3ij}^{M*}} \right) = (M_{1i}; M_{2i}; M_{3i}); \quad (8)$$

$$\tilde{C}_i = \frac{\bigoplus_{j=1}^{n_c} \tilde{w}_j^C(x) \tilde{R}_{ij}^C}{\bigoplus_{j=1}^{n_c} \tilde{w}_j^C(x) \tilde{R}_{ij}^{C*}} = \left(\frac{\sum_{j=1}^{n_c} w_{1j}^C \times R_{1ij}^C; \sum_{j=1}^{n_c} w_{2j}^C \times R_{2ij}^C; \sum_{j=1}^{n_c} w_{3j}^C \times R_{3ij}^C}{\sum_{j=1}^{n_c} w_{1j}^C \times R_{1ij}^{C*}; \sum_{j=1}^{n_c} w_{2j}^C \times R_{2ij}^{C*}; \sum_{j=1}^{n_c} w_{3j}^C \times R_{3ij}^{C*}} \right) = (C_{1i}; C_{2i}; C_{3i}). \quad (9)$$

Етап 5. Визначення інтегрального рівня конкурентоспроможності підприємств.
Введемо такі позначення:

$$\tilde{S}^* = (\max_i S_{1i}; \max_i S_{2i}; \max_i S_{3i});$$

$$\tilde{O}^* = (\max_i O_{1i}; \max_i O_{2i}; \max_i O_{3i});$$

$$\tilde{I}^* = (\max_i I_{1i}; \max_i I_{2i}; \max_i I_{3i});$$

$$\tilde{P}^* = (\max_i P_{1i}; \max_i P_{2i}; \max_i P_{3i});$$

$$\tilde{T}^* = (\max_i T_{1i}; \max_i T_{2i}; \max_i T_{3i});$$

$$\tilde{F}^* = (\max_i F_{1i}; \max_i F_{2i}; \max_i F_{3i});$$

$$\tilde{M}^* = (\max_i M_{1i}; \max_i M_{2i}; \max_i M_{3i});$$

$$\tilde{C}^* = (\max_i C_{1i}; \max_i C_{2i}; \max_i C_{3i}).$$

Для обчислення нечіткої інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності i -го підприємства $T\tilde{C}_i$ (рис. 5) скористаємося формулою (10):

$$T\tilde{C}_i = (\tilde{W}^S(x) \tilde{S}_i(+) \tilde{W}^O(x) \tilde{O}_i(+) \tilde{W}^I(x) \tilde{I}_i(+) \tilde{W}^P(x) \tilde{P}_i(+) \tilde{W}^T(x) \tilde{T}_i(+) \tilde{W}^F(x) \tilde{F}_i(+) \\ (+) \tilde{W}^M(x) \tilde{M}_i(+) \tilde{W}^C(x) \tilde{C}_i(+) / (\tilde{W}^S(x) \tilde{S}^*(+) \tilde{W}^O(x) \tilde{O}^*(+) \tilde{W}^I(x) \tilde{I}^*(+) \\ (+) \tilde{W}^P(x) \tilde{P}^*(+) \tilde{W}^T(x) \tilde{T}^*(+) \tilde{W}^F(x) \tilde{F}^*(+) \tilde{W}^M(x) \tilde{M}^*(+) \tilde{W}^C(x) \tilde{C}^*(+)). \quad (10)$$

Задля практичного застосування запропонованого алгоритму методичний підхід реалізований у вигляді фреймворку в пакеті “Fuzzy Logic Toolbox” обчислювальної системи “Matlab” і містить блок визначення вагових коефіцієнтів критеріїв та їх часткових індикаторів, блоки обчислення нечітких значень рівня конкурентоспроможності за напрямками аналізу та інтегрального рівня, блок дефазифікації цих значень. Розрахункова схема дає змогу проводити імітаційне моделювання залежно від модифікації переліку визначених критеріїв та індикаторів оцінювання й корекції міркувань експертів.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, запропонована методика конкурентного

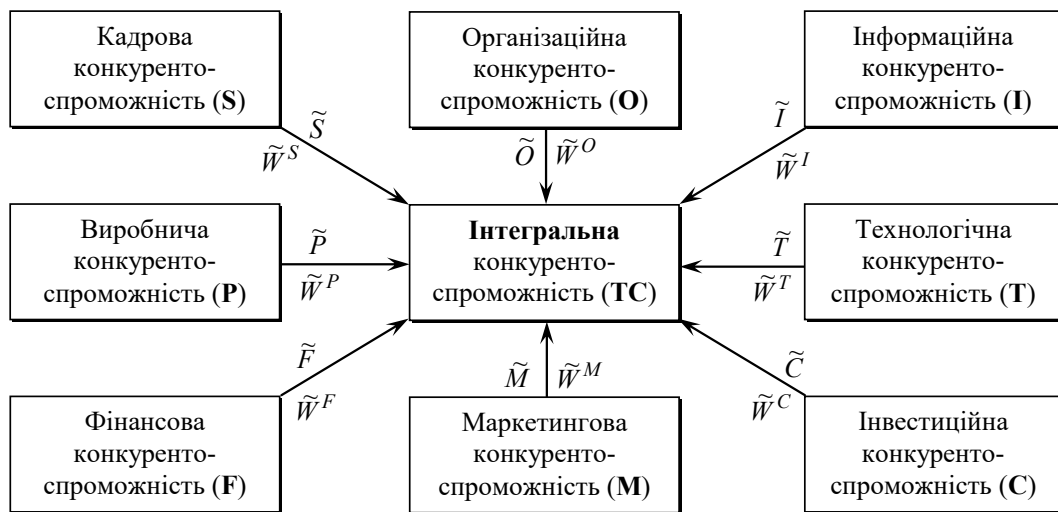


Рис. 5. Визначення інтегральної оцінки конкурентоспроможності підприємства

Джерело: розроблено автором

аналізу підприємств дає змогу більш комплексно та гнучко підійти до процесу їх компаративного оцінювання за рахунок більш повного врахування суб'єктивних, неформалізованих, нечітких вхідних даних, думок і суджень експертів.

Розроблений методичний підхід може бути використаний для здійснення бенчмаркінгу, побудови конкурентного профіля підприємства, стратегічного планування діяльності підприємств задля розроблення конкурентних стратегій на основі портфельного аналізу (матриць General Electric-McKinsey, Shell DPM, SPACE) та їх ефективної реалізації.

Подальші розвідки з цієї теми дослідження можуть бути спрямовані на застосування нечітких методів багатокритерійного аналізу (FUZZY TOPSIS, COPRAS, VIKOR, DEMATEL, AHP, MOORA, ARAS, LINMAP, PROMETEE, ELECTRE тощо) для порівняльного оцінювання конкурентоспроможності підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ансофф І. Стратегическое управление. Москва : Экономика, 1989. 519 с.
2. Балан В. Стратегічне управління : практикум. Київ : Наукова столиця, 2018. 524 с.
3. Грант Р. Современный стратегический анализ. 5-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 560 с.
4. Гриценко К. Метод оцінювання конкурентоспроможності страхових компаній на основі нечіткої логіки. *Фінансовий менеджмент*. 2011. № 1 (1). С. 79–84.
5. Драган О. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. Київ : ДАККіМ, 2006. 160 с.
6. Лисенко К. Методичний підхід до оцінювання рівня конкурентоспроможності диверсифікованих підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6966> (дата звернення: 1.08.2020).
7. М'ячин В. Оцінка конкурентоспроможності промислової інноваційної продукції за допомогою методу нечіткої логіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 16. Ч. 2. С. 68–71.
8. М'ячин В., Алейнікова К. Сучасні та перспективні методи оцінки конкурентоспроможності інноваційних підприємств та конкурентоспроможності інноваційної продукції. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 22. Ч. 2. С. 134–137.
9. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / пер. с англ. 12-е изд. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2006. 928 с.
10. Тригуб А., Білецький О., Овчаренко О. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства засобами нечіткої логіки. *Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*. 2015. № 2 (2). С. 30–35.
11. Хасси Д. Стратегия и планирование. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 560 с.

12. Фляйшер К., Бенсуссан Б. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе. Москва : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. 541 с.

13. Azarova A., Zhytkevych O. Mathematical methods of identification of Ukrainian enterprises competitiveness level by fuzzy logic using. *Економічний часопис – XXI*. 2013. № 9.10 (2). С. 59–62.

14. Chang D.Y. Applications of the extent analysis method on fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research*. 1996. Vol. 95 (3). P. 649–655.

15. Deng Q., Liu X., Liao H. Identifying Critical Factors in the Eco-Efficiency of Remanufacturing Based on the Fuzzy DEMATEL Method. *Sustainability*. 2015. Vol. 7. № 11. P. 15527–15547.

16. Porter M.E. Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. Simon and Schuster, 2008. 390 p.

17. Wheelen T.L., Hunger D.L., Hoffman A.N., Bamford C.E. Strategic Management and Business Policy. Globalization, innovation, and sustainability. Pearson Education Limited, 2018. 851 p.

18. Zadeh L.A. Fuzzy Sets as a Basis for a Theory of Possibility. *Fuzzy Sets and Systems*. 1978. Vol. 1. № 1. P. 89–100.

REFERENCES:

1. Ansoff I. (1989) *Strategicheskoe upravlenie*. Moskva: Jekonomika, 519 p. (in Russian).
2. Balan V. (2018) *Stratehichne upravlinnia. Praktykum* [Strategic management. Workshop]. 2-he vyd., pererob. i dop. Kyiv: Naukova stolytsia, 524 p. (in Ukrainian).
3. Grant R. (2008) *Sovremennyj strategicheskij analiz: 5-e izd.* [Contemporary strategy analysis: fifth edition]. SPb: Piter, 560 p. (in Russian).
4. Hrytsenko K. (2011) *Metod otsiniuvannia konkurentospromozhnosti strakhovykh kompanij na osnovi nechitkoi lohiky* [Assessing the competitiveness of the enterprise by means of fuzzy logic]. *Finansovyy menedzhment*, no. 1 (1), pp. 79–84 (in Ukrainian).
5. Drahan O. (2006) *Upravlinnia konkurentospromozhnosti pidpriemstv: teoretychni aspekty*. Monohrafiia [Management of enterprise competitiveness: theoretical aspects. Monograph]. Kyiv: DAKKKiM, 160 p. (in Ukrainian).
6. Lysenko K. (2019) Methodical approach to assessment of the competitiveness level of diversified enterprises. *Efektivna ekonomika* [Online], no. 3. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6966> (accessed 01 Aug 2020) (in Ukrainian).
7. M'iachyn V. (2016) *Otsinka konkurentospromozhnosti promyslovoi innovatsijnoi produktsii za dopomohoiu metodu nechitkoi lohiky* [Assessment of competitiveness of industrial innovation product by fuzzy logic]. *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*. Serii: Ekonomichni nauky, vyp. 16, ch. 2, pp. 68–71 (in Ukrainian).
8. M'iachyn V., Alejnikova K. Suchasni ta perspektyvni metody otsinky konkurentospromozhnosti innovatsijnoi produktsii [Modern and promising methods of assessing the competitiveness of innovative enterprises and competitiveness of innovative products].

Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo. Vyp. 22, ch. 2, pp. 134–137 (in Ukrainian).

9. Tompson A., Striklend A. (2006) *Strategicheskij menedzhment: koncepcii i situacii dlja analiza* [Strategic management: concepts and cases]. Moscow : Izdatel'skij dom "Vil'jams", 928 p. (in Russian).

10. Tryhub A., Bilets'kyj O., Ovcharenko O. (2015) Otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva zasobamy nechitkoi lohiky [Assessing the enterprise competitiveness by means of fuzzy logic]. *Ekonomichnyj visnyk DVNZ UDKhTU*, no. 2 (2), pp. 30–35.

11. Hassi D. (2008) *Strategija i planirovanie* [Strategy and planning]. SPb.: Piter, 560 p. (in Russian).

12. Fljajsher K., Bensussan B. (2005) *Strategicheskij i konkurentnyj analiz. Metody i sredstva konkurentnogo analiza v biznese* [Strategic and Competitive Analysis. Methods and Techniques for Analyzing Business Competition]. Moscow : BINOM. Laboratorija znanij, 541 p. (in Russian).

13. Azarova A., Zhytkevych O. (2013) Mathematical methods of identification of Ukrainian enterprises competitiveness level by fuzzy logic using. *Ekonomichnyj chasopys* – XXI, no. 9.10(2), pp. 59–62.

14. Chang D.Y. (1996) Applications of the extent analysis method on fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research*, vol. 95 (3), pp. 649–655.

15. Deng Q., Liu X., Liao H. (2015). Identifying Critical Factors in the Eco-Efficiency of Remanufacturing Based on the Fuzzy DEMATEL Method. *Sustainability*, vol. 7, no. 11, 15527–15547.

16. Porter M.E. (2008) *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Simon and Schuster. 390 p.

17. Wheelen T.L., Hunger D.L. Hoffman A. N., Bamford C.E. (2018) *Strategic Management and Business Policy. Globalization, innovation, and sustainability*. Pearson Education Limited, 851 p.

18. Zadeh L.A. (1978) Fuzzy Sets as a Basis for a Theory of Possibility. *Fuzzy Sets and Systems*, vol. 1, no. 1, 89–100.

GEOECONOMICS OF THE COASTAL REGIONS: THE DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL PROGRAMS OF PREPARATION OF MASTERS¹

ГЕОЕКОНОМІКА ПРИМОРСЬКИХ РЕГІОНІВ: НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ

UDC 334.021:658:69.009

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-11>**Wen Mingming**Ph.D., Associate Professor
School of Management, Guangdong
Ocean University, China**Velychko Volodymyr**Ph.D., Assistant, Department
of Entrepreneurship and Business
AdministrationO. M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv**Grytskov Evgen**Ph.D., Associate Professor,
Department of Entrepreneurship
and Business Administration
O. M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv

It is determined that at the present stage, there is a necessity to form a system of geoeconomics of coastal regions on the basis of ensuring the development of the educational master's program in the directions. The purpose of the study is to determine directions of development and implementation of educational master program in geoeconomics of the coastal regions. To achieve the purpose, the following tasks are solved: description of the educational master program in geoeconomics of the coastal regions; the practice of implementation of educational master program in geoeconomics of coastal regions. It has been determined that the geoeconomics of coastal regions is a system of economic relations of stakeholders at the level of coastal regions, which are formed on the basis of economic indicators, methods and models using geographic information systems and technologies, allowing to monitor changes in the economic system permanently, to predict and make informed management decisions, taking into account the spatial characteristics of coastal regions.

Key words: geoeconomics of the coastal regions, educational master's program, directions for the formation and implementation of the master's program.

Определено, что на современном этапе возникает необходимость формирования системы геоэкономики приморских

регионов на основе обеспечения развития образовательной программы подготовки магистров представленного направления. Целью исследования является определение направлений разработки и реализации образовательной магистерской программы по геоэкономике приморских регионов. Для достижения цели решаются задачи: характеристика образовательной магистерской программы по геоэкономике приморских регионов; практика реализации образовательной магистерской программы по геоэкономике приморских регионов. Определено, что геоэкономика приморских регионов представляет собой систему экономических отношений стейкхолдеров на уровне приморских регионов, которые формируются на основе экономических показателей, методов и моделей с использованием геоинформационных систем и технологий, что позволяет постоянно отслеживать изменения в экономической системе, прогнозировать и принимать обоснованные управленческие решения, учитывая пространственные характеристики приморских регионов.

Ключевые слова: геоэкономика приморских регионов, образовательная магистерская программа, направления формирования и реализации магистерской программы.

Визначено, що на сучасному етапі виникає необхідність формування системи геоekonomіки приморських регіонів на основі забезпечення розвитку освітньої програми підготовки магістрів із представленого напрямку. Метою дослідження є визначення напрямів розробки та реалізації освітньої магістерської програми з геоekonomіки приморських регіонів. Для досягнення мети вирішуються завдання: характеристика освітньої магістерської програми з геоekonomіки приморських регіонів; практика реалізації освітньої магістерської програми з геоekonomіки приморських регіонів. Визначено, що геоekonomіка приморських регіонів являє собою систему економічних відносин стейкхолдерів на рівні приморських регіонів, що формуються на основі економічних показників, методів і моделей з використанням геоінформаційних систем і технологій, що дозволяє постійно відстежувати зміни в економічній системі, і приймати обґрунтовані управлінські рішення, з огляду на просторові характеристики приморських регіонів. Застосування геоінформаційного інструментарію на рівні приморських регіонів здійснюється відповідно запропонованих етапів: формування інформаційно-аналітичного забезпечення щодо розвитку приморських регіонів; створення просторового забезпечення щодо розвитку приморських регіонів; застосування геоінформаційних систем для характеристики економічних показників розвитку приморських регіонів; розробка геоінформаційних карт економічних показників розвитку приморських регіонів; здійснення моніторингу змін економічних показників розвитку приморських регіонів; обґрунтування отриманих результатів. Визначені напрями формування та реалізації освітньої магістерської програми з геоekonomіки приморських регіонів. У результаті дослідження визначені напрями та особливості формування та реалізації магістерської програми з геоekonomіки приморських регіонів, яка дозволяє підготувати кваліфікованих спеціалістів, що забезпечують розвиток приморських регіонів, сформувати теоретико-методичну платформу. Ця програма поєднує економічні та геопросторові напрями й характеристики приморських регіонів, що надає можливості формування та реалізації обґрунтованих управлінських рішень щодо їх функціонування.

Ключові слова: геоekonomіка приморських регіонів, освітня магістерська програма, напрями формування та реалізації магістерської програми.

Problem Statement. The formation of a modern policy of development of the regions is an important task that affects the functioning of the state. Development and implementation of the directions of development of the regions demands the use of modern tools, including geoeconomics, which is an innovative system on the basis of which the development of managerial decisions, analysis and monitoring of economic indicators

using geographic information systems are provided. This approach allows to visualize a complex regional system in space to provide the mapping between them. In regional development the maritime regions, which have certain characteristics and have a significant impact on the development of the state, are of special importance. At the present stage there is a necessity of formation of system of geoeconomics of the coastal regions on the basis of ensuring the development of the educational master's programme in the directions. Thus, the research topic is relevant and important for the development of the coastal regions.

¹ This article (monograph) is supported by the project of Enhancing School With Innovation of Guangdong Ocean University's (230420023) and by the program for scientific research start-up funds of Guangdong Ocean University

Literature Review. Scientists are engaged in solving the problems of the formation and implementation of the regional economy, such as S. Varnalii [1], A. Holikov [2], B. Danylyshyn [3], S. Dorohuntsov [4], V. Lyshylenko [5], T. Serikova [6], V. Semenov [7], M. Khvesyk [8] and others.

The development and application of geoinformation systems were solved in [9].

However, the issues of defining and applying the geoeconomics of the coastal regions on the basis of theoretical and practical aspects through the introduction of a modern master's program remain unresolved.

Materials and methods. The study uses general and special methods, where a particular attention is focused on analytical and expert methods, generalization and systematization, economic and mathematical modeling and geoinformation analysis.

Research Objective. The purpose of the study is to determine the directions of development and implementation of educational master's program in geoeconomics of the coastal regions.

To achieve the goal, the following tasks are solved:

- characteristics of the educational master's program in geoeconomics of the coastal regions;
- practice of realization of the educational master's program on geoeconomics of coastal regions.

Key Results. Summarizing the existing theoretical and methodological issues, there is proposed the definition of geoeconomics of the coastal regions, which is a system of economic relations of stakeholders at the level of the coastal regions, which are formed on the basis of economic indicators, methods and models using geographic information systems

and technologies, allowing to permanently monitor changes in the economic system, to predict and make informed management decisions, taking into account the spatial characteristics of coastal regions.

The application of GIS tools at the level of the coastal regions is carried out according to the proposed stages:

1. The formation of information-analytical providing of development of coastal regions.
2. The creation of spatial development of coastal regions.
3. The use of GIS to characterize the economic indicators of the development of coastal regions.
4. The development of GIS maps of the indicators of economic development of coastal regions.
5. The monitoring of changes in economic indicators of development of the coastal regions.
6. Justification of the results.

The stages of implementation of geographic information systems based on the generated GEODATA, mapping, and spatial software, are proposed under. Along with this, you can apply the results of the evaluation of territorial development, land use regions, which are shown in Figures 1–2.

In the coastal regions of Ukraine, as in other regions, there is a low rate of their development, which requires radical action to increase the spatial, urban, environmental and investment factors.

Geoinformation support of the coastal regions of China is presented in Figures 3–8.

It should be noted that for training of specialists of geoeconomics of the coastal regions, the national geospatial data infrastructure is applied, which is designed for the collection, processing, storage,



Figure 1. Geographic information map of integrated indicators of territorial development of land use of regions, rel.

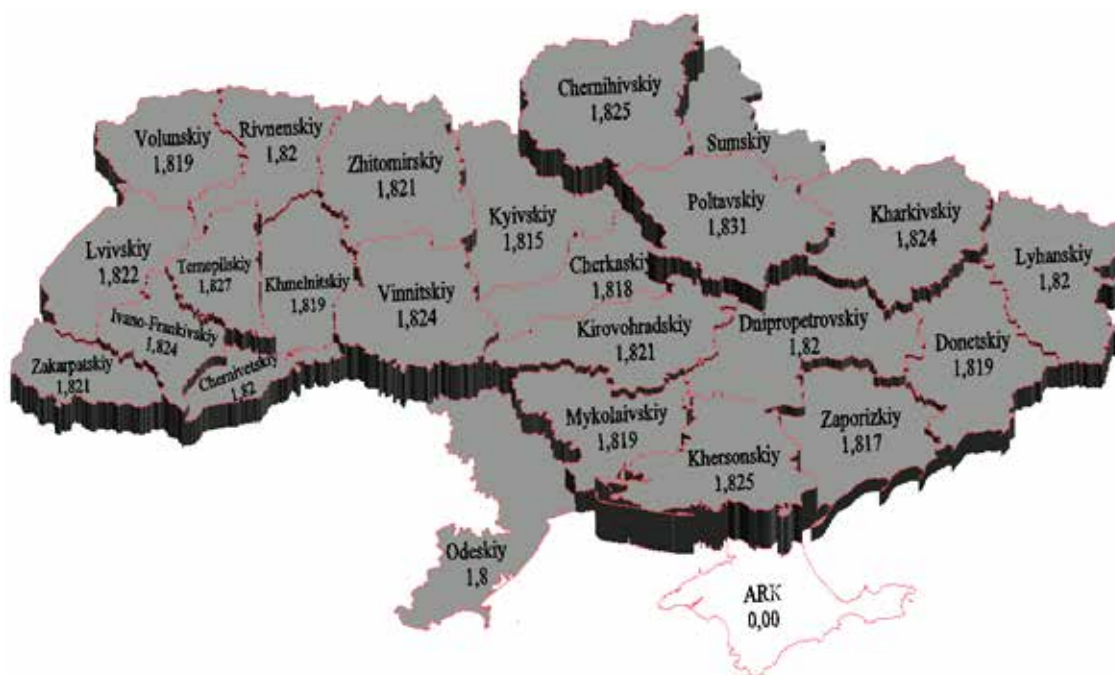


Figure 2. Geoinformation three-dimensional model of monitoring the state of territorial development of land use of regions, rel.



Figure 3. Geoinformation map according to the indicator Container Throughput (10000 TEUs) of coastal regions of China



Figure 4. Geoinformation map according to the Index (preceding year = 100) of the coastal regions of China

dissemination and effective use of information defined in a certain space-time coordinates of objects and phenomena that are directly or indirectly related to the location of such objects on the Ground [9].

Basic geopositioning data is information on: the reference system of coordinates and altitudes; the state border; administrative and territorial units, including their boundaries; territorial communities, including the boundaries of their territories; the drainage facilities and hydraulic structures; settlements, including the road network; buildings and structures; roads; railways; engineering communications; airports, sea and river ports; land cover and soils; land plots; register of streets and addresses of objects; geographical names; digital elevation model; orthophoto [9].

In the theme of geospatial data, all types of geospatial data, which are generated based on the basic geospatial data or as separate data sets, are included.

Functioning of the national geospatial data infrastructure approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine determines:

- 1) composition of base geospatial data and geospatial data specified in the Annex to the Law;
- 2) the bodies of Executive power, bodies of local self-government and other holders responsible for creating and updating geospatial data and metadata;
- 3) the organization of production, updating, processing, storage, representation, visualization, use of geospatial data and metadata, other activities with them [9].

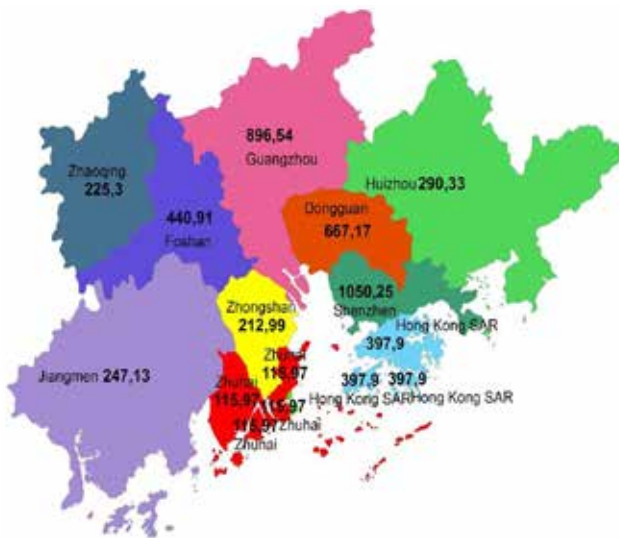


Figure 5. Geographic information map according to the Labor Force (10000 persons) of the coastal regions of China

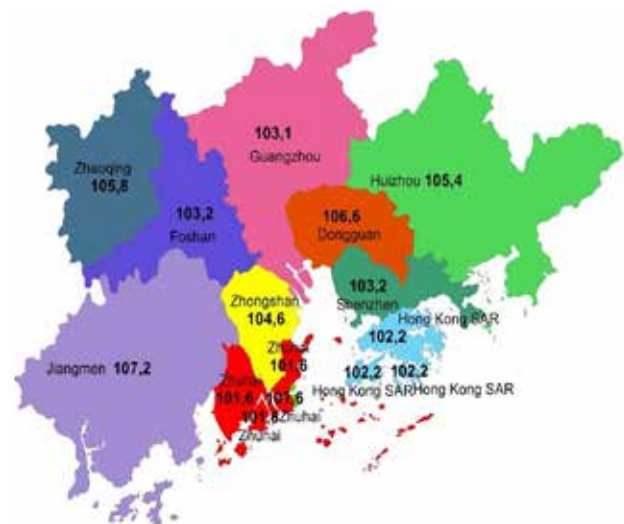


Figure 6. Geographic information map according to the Per Capital GDP (Index-preceding year = 100) of the coastal regions of China



Figure 7. Geoinformation map according to the indicator of Total Exports (100 million USD) of the coastal regions of China



Figure 8. Geographic information map according to Total Imports (100 million USD) of the coastal regions of China

The underlying geospatial data should not contain information constituting a state secret and other information, access to which is restricted in accordance with law (information restricted).

Metadata provide background information on the composition, structure, quality, territorial coverage, features, terms of use of geospatial data and services and may contain other supplementary information.

Responsibility for the accuracy, completeness, precision and relevance of geospatial data and metadata carries the holder of the treatment [9].

It is determined that users' access to geospatial data and metadata is provided through geoportals of data holders and the official website of the national geospatial data infrastructure. The central executive body that implements the state policy in the field

of national geospatial data infrastructure provides users with access to geospatial data and metadata of the national geospatial data infrastructure through the national geoportal. Access to geospatial data and metadata of executive authorities and local governments is provided free of charge to all users, unless otherwise provided by law. Executive and local governments publish all geospatial data and metadata on the Internet, except for data related to restricted information. Executive authorities and local governments are obliged, and individuals and legal entities have the right to publish metadata in their possession through the services of the national geoportal. Executive and local governments are required to publish geospatial data and metadata on their official websites and / or geoportals on the Internet

and to display them through access services on the national geoportal. In case the Executive authority or the local authority does not have its own geoportal, he or she has the right to apply to any other holder of the geoportal in accordance with its sectoral or geographical coverage for the promulgation of such geospatial data, metadata, and, in the case of agreement, to perform other actions with them. Reduction of volume and/or reduction in the quality of existing organs of executive power and bodies of local self-government geospatial data and metadata for publication on the Internet is not allowed. If the geospatial information authority of Executive power or body of local self-government existing in the form that gives you the opportunity to reflect them in vector form, the above-mentioned authorities are ensured by the publication of such data on the Internet in vector form. If the producer of data to be transferred to an executive body or a local self-government body performs actions with them in vector form, such geospatial data must be transferred to the relevant body, including in vector form. Data holders, including executive authorities and local governments, have the right to create and develop access to each other's data without the use of national geoportal services. Data holders have the right to restrict access to geospatial data and metadata in accordance with the Law of Ukraine "On Access to Public Information". Users' access to the national portal of geospatial data from the territory of the aggressor state is subject to blocking [9].

As part of the national geospatial data infrastructure, a national geo-portal and other geoportal for sectoral or territorial scope are established and operated. The creation, operation and development of the national geoportal provides a Central Executive authority that implements the state policy in the sphere of national geospatial data infrastructure. Holder of the national geoportal is the Central Executive authority that implements the state policy in the sphere of national geospatial data infrastructure. Intellectual property rights at the national geoportal belong to the state in person of Central body of Executive power that implements the state policy in the sphere of national geospatial data infrastructure. At the national geoportal, basic geospatial data and metadata, and geospatial data and metadata for geographic information systems are displayed, which in accordance with the legislation are ensured by the bodies of state power and bodies of local self-government, it is possible to display other geospatial data and metadata. In the national geoportal bodies of Executive power and bodies of local self-government the following network services are established and operated: 1) search services, which provide the identification of geospatial data and metadata; 2) view services for geospatial data and metadata; 3) access services geospatial data and metadata, including in

the forms of downloading data and application programming interfaces; 4) transformation services geospatial data with the goal of achieving interoperability; 5) other services for the implementation of geopositioning data and metadata, including services for the provision of administrative services. Network geoportal services are created and evolve based on the suggestions of users, providing ease of operation in the Internet on the basis of common web browsers and editors without the need for a specially created for this technology and software around the clock without restrictions. At the request of geospatial data holders and with the consent of the central executive body implementing the state policy in the field of national geospatial data infrastructure, geospatial data and metadata of such geospatial data holders are displayed on the national geoportal using access services. The list of grounds for refusal to display geospatial data and metadata on the national geoportal is determined by the Cabinet of Ministers of Ukraine in the Procedure for functioning of the national geospatial data infrastructure [9].

Conclusions. As a result of the research, the directions and features of formation and realization of the master's program on geoeconomics of the coastal regions, which allows to prepare the qualified experts providing development of coastal regions, to form the theoretical and methodical platform, are defined. This program combines economic and geospatial directions and characteristics of the coastal regions, which provides opportunities for the formation and implementation of sound management decisions for their operation.

REFERENCES:

1. Varnalii Z. S. (2005) Rehiony Ukrainy: problemy ta priorityty sotsialno-ekonomichnoho rozvytku [Regions of Ukraine: problems and priorities of socio-economic development]: monohrafiia. Kyiv (in Ukrainian)
2. Holikov A. P., Deyneka O. H., Pozdniakova L. O., Chernomaz P. O. (2009) Rehionalna ekonomika ta pryrodokorystuvannia [Regional economy and nature management]. Kyiv: Tsentr navch. literatury (in Ukrainian)
3. Danylyshyn B. M., Dorohuntsov S. I., Mishchenko V. S., Koval Ya. V., Novotorov O. S., Palamarchuk O. M. (1999) Pryrodno-resursnyy potentsial staloho rozvytku Ukrainy [Natural resource potential of sustainable development of Ukraine]. Kyiv, RVPS Ukrainy (in Ukrainian)
4. Dorohuntsov S. I., Oliynyk Ya. B., Stepanenko A. V. (2001) Teoriia rozmishchennia produktyvnykh syl i rehionalnoi ekonomiky [Theory of location of productive forces and regional economy]. Kyiv, «Stafed-2» (in Ukrainian)
5. Lyshylenko V. I. (2013) Rehionalna ekonomika [Regional economy]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury (in Ukrainian)
6. Sierikova T. M., Hikovata N. K., Shumska H. M. (2011) Rehionalna ekonomika u skhemakh i tablytsiakh [Regional economy in schemes and tables]. Kharkiv: Vyd KhNEU (in Ukrainian)

7. Semenov V. F. (2013) Rehionalna ekonomika [Regional economy]. Kyiv: TsUL (in Ukrainian)

8. Khvesyk M. A., Horbach L. M., Pastushenko P. P. (2005) Rozmishchennia produktyvnykh syl ta rehionalna ekonomika [Location of productive forces and regional economy]. Kyiv: (in Ukrainian)

9. Pro natsionalnu infrastrukturu heoprostorovykh danykh [About the national infrastructure of geospatial data]. Zakon Ukrainy. Dokument 554-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554-20>.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: монографія / за ред. З. С. Варналія. К.: 2005. 498 с.

2. Голіков А. П., Дейнека О. Г., Позднякова Л. О., Черномаз П. О. Регіональна економіка та природокористування: навч. посіб. К.: Центр навч. літератури, 2009. 352 с.

3. Данилишин Б. М., Дорогунцов С. І., Міщенко В. С., Коваль Я. В., Новоторов О. С., Паламарчук О. М. Природно-ресурсний потенціал сталого розвитку України. Київ, РВПС України. 1999. 716 с.

4. Дорогунцов С. І., Олійник Я. Б., Степаненко А. В. Теорія розміщення продуктивних сил і регіональної економіки: навч. посіб. К.: «Стафед-2», 2001. 144 с.

5. Лишиленко В. І. Регіональна економіка: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 225 с.

6. Сєрікова Т. М., Гіковата Н. К., Шумська Г. М. Регіональна економіка у схемах і таблицях: навчально-практичний посібник Х.: Вид ХНЕУ, 2011. 176 с.

7. Семенов В. Ф. Регіональна економіка: навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2013. 566 с.

8. Хвесик М. А., Горбач Л. М., Пастушенко П. П. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка: навч. посібн. К.: Кондор, 2005. 344 с.

9. Про національну інфраструктуру геопросторових даних. Закон України. Документ 554–IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554-20>.

КОНТРОЛІНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПРИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВНУТРІШНІХ РЕЗЕРВІВ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

CONTROLLING AS AN EFFECTIVE TOOL FOR COST MANAGEMENT IN OPTIMIZING THE INTERNAL RESERVES OF THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISE

УДК 658.5:658.3:621

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-12>**Ведєніна Ю.Ю.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського**Мажаренко К.П.**старший викладач кафедри
менеджменту
Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського**Різнченко Л.В.**старший викладач кафедри
менеджменту
Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського**Viedienina Yuliia**Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi
National University**Mazharenko Katerina**Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi
National University**Riznichenko Liudmyla**Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi
National University

В сучасних умовах функціонування вітчизняної галузі машинобудування знаходиться у важкому стані під впливом кризових явищ як національного, так і світового рівня. Стійкості динаміки прибутковості підприємств машинобудівної галузі заважає низка суттєвих факторів. Для виживання у мінливому зовнішньому ринковому середовищі керівництво має використовувати концептуально нові підходи свого стратегічного поля. Одним із ефективних інструментів управління підприємством у складному багатофакторному середовищі є контролінг. У даній статті пропонується розглянути концепцію управління витратами з метою оптимізації внутрішніх резервів організації, охарактеризувавши її переваги та недоліки. Розглянуто концепцію ощадливого виробництва як інструмент оптимізації виробничого та управлінського процесів, її базові поняття. Представлено практичний аспект впровадження концепції ощадливого виробництва загалом та окремих її інструментів для розробки індивідуальної системи підвищення ефективності підприємства. Дійшли висновку щодо необхідності впровадження інструментів системи контролінгу в діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств за сучасних умов економічного розвитку.

Ключові слова: контролінг, управління витратами, ощадливе виробництво, машинобудування, виробнича сфера, втрати, концепція.

В современных условиях функционирования отечественная отрасль машиностро-

ения находится в тяжелом состоянии под влиянием кризисных явлений как национального, так и мирового уровня. Устойчивой динамике прибыльности предприятий машиностроительной отрасли мешает ряд существенных факторов. Для выживания в нестабильной внешней рыночной среде руководство должно использовать концептуально новые подходы своего стратегического поля. Одним из эффективных инструментов управления предприятием в сложной многофакторной среде является контроллинг. В данной статье предлагается рассмотреть концепцию управления затратами с целью оптимизации внутренних резервов организации, охарактеризовать ее преимущества и недостатки. Рассмотрена концепция бережливого производства как инструмента оптимизации производственного и управленческого процессов, ее базовые понятия. Представлен практический аспект внедрения концепции бережливого производства как системы и отдельных ее инструментов, при разработке планов улучшения эффективности работы предприятия. Пришли к выводу о необходимости внедрения инструментов контроллинга в деятельности отечественных машиностроительных предприятий в современных условиях экономического развития.

Ключевые слова: контроллинг, управление затратами, бережливое производство, машиностроение, производственная сфера, потери, концепция.

In modern conditions of functioning, the domestic engineering industry is in a difficult state under the influence of crisis phenomena of both national and world levels. The stable dynamics of profitability of enterprises in the machine-building industry is hampered by a number of significant factors. To survive in an unstable external market environment, management must use conceptually new approaches to its strategic field. Controlling is one of the most effective tools for managing an enterprise in a complex multi-factor environment. This article proposes to consider the concept of cost management in order to optimize the internal reserves of organizations, to characterize its advantages and disadvantages, and to draw a conclusion about the need to introduce controlling at machine-building enterprises of Ukraine in modern conditions of economic development. A set of common methods of lean manufacturing is established. Typological description of typological methods of lean manufacturing with a focus on providing the expected result from the introduction into the practice of enterprises is substantiated. The research allowed identifying the most effective combination of the proposed alternatives. Presented practical aspect of implementing the concept of lean production as a whole and its individual tools for developing individual systems improve the efficiency of enterprise. The improvement of technological process and increase of its productivity at the machine-building enterprise on the basis of introduction of principles of lean manufacturing is submitted in the paper. It is substantiated that the gradual, element-by-element implementation of the principles and tools of lean production, using the concept of cost management in the direction of optimizing internal reserves, will be profitable and practical. On the basis of the analysis of instruments of strategic controlling, highlighting the advantages and disadvantages of individual tool recommendations on the use of strategic controlling in machine-building enterprises. The validity of the effectiveness of the controlling, on the basis of the results of changes in the management system, and the enterprise activity indicators after its introduction have been substantiated.

Key words: controlling, cost management, lean production, machine building, manufacturing industry, waste, concept.

Постановка проблеми. Ситуація, що склалася сьогодні на промислових підприємствах України, зокрема тих, що функціонують в галузі машинобудування, є доволі складною і проблематичною. Це викликає необхідність зміни концептуальної складової фірмової стратегії на більш ефективну, таку, що вже зарекомендувала себе в організаціях, які

вже є лідерами світового ринку. Ця стратегічна складова не може бути реалізована на підприємствах машинобудівного сектору економіки України без системи контролінгу, що передбачає оперативну систему взаємозв'язку між різними складовими частинами діяльності підприємства. Адже, контролінг – це система управління досягненням

кінцевих цілей фірми, а його інструментальний аспект відповідає за розробку методів і техніки для постановки управлінського обліку, планування, проведення економічних розрахунків, інформаційного забезпечення. Отже, контролінг в рамках системного підходу має діяти як механізм підтримки і підвищення ефективності управління, забезпечувати вироблення і реалізацію необхідних цілеспрямованих керуючих впливів на всі умови і елементи системи, від яких залежить функціонування підприємства.

Концепцією, яка забезпечить розвиток машинобудівних підприємств в умовах кризи, може стати так зване «ощадливе виробництво», сутність якого полягає у зменшенні всіх видів втрат у процесі виробництва. Перед нами постає задача, пов'язана з необхідності оцінки використання запропонованої концепції управління витратами, що діятиме як механізм оптимізації внутрішніх резервів. Вирішення зазначеної проблематики допоможе змінити економічну ситуацію на вітчизняних підприємствах, що безперечно, вплине і на розвиток економіки країни в цілому. Наразі спрямованість інтересів системи контролінгу зміщується в бік регулювання динамічних бізнес-систем і бізнес-процесів. В умовах інноватизації виробничих процесів на сучасних підприємствах постановка даної системи є необхідною умовою динамічного зростання і сталого розвитку бізнесу, досягнення поточної ефективності та стратегічної конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань у сфері контролінгу, управління витратами, ощадливого виробництва та машинобудівного комплексу України займалися зарубіжні та вітчизняні науковці, а саме Барабась Д.О., Вакуленко А.В., Веденіна Ю.Ю., Вовк Ю.С., Іванова Н. Ю., Колос І.В., Лисицин В.Д., Лисенко О.І., Лозовицький Д.С., Маркіна І.А., Омеляненко Т.В., Фалько С.Г., Щербина О.В. та інші.

Проте, незважаючи на значну увагу приділену вивченню закордонного досвіду, формуванню принципів та інструментарію ощадливого виробництва практична складова та результативність впровадження в діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств досліджена недостатньо, тому немає єдиного підходу до самого розуміння його сутності.

Постановка завдання. Метою роботи є обґрунтування впровадження систем контролінгу у формі концепції управління витратами з метою оптимізації внутрішніх резервів та з врахуванням сучасного стану розвитку підприємств машинобудівної галузі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Машинобудування є рушійною силою економіки будь-якої країни, оскільки забезпечує домінуючу частину галузей національного господарства, виготовляючи техніку для виробництва товарів, а також справляє вплив на сферу послуг, як складову забезпечення інструментарію та сервісу. Наразі сучасний стан справ вітчизняної машинобудівної галузі є доволі невтішним. Після подій на Сході та Півдні нашої країни значна частка машинобудівних підприємств або залишилися на окупованих територіях, або припинила своє існування внаслідок національної кризи та відриву від раніше існуючих економічних зв'язків. Особливо це позначилося на підприємствах середнього та великого бізнесу (табл. 1).

Для кожного машинобудівного підприємства вкрай важливим стає забезпечення зростаючих темпів його прибутковості, що може бути досягнуто завдяки багатьом впливовим факторам, зокрема налагодженій системі внутрішньовиробничих зв'язків, прискоренні строків виробництва, виробленні якісної продукції, зменшенні виробничих витрат тощо. Для більшості підприємств нині складно залишатися конкурентоспроможними, не погіршуючи свій стан і рівномірно збільшуючи

Таблиця 1

Динаміка кількості та структури машинобудівних підприємств залежно від їх розміру

Роки	Кількість підприємств, од.	У тому числі					
		великі		середні		малі	
		од.	% від структури	од.	% від структури	од.	% від структури
2010	4 736	52	1,1	921	19,4	3 736	79,5
2011	4 791	61	1,3	916	19,1	3 814	79,6
2012	4 546	54	1,2	937	20,6	3 555	78,2
2013	5 103	46	0,9	904	17,7	4 153	81,4
2014	4 460	33	0,8	786	17,6	3 641	81,6
2015	4 483	23	0,5	721	16,1	3 739	83,4
2016	4 209	19	0,4	718	17,1	3 472	82,5
2017	4 481	17	0,4	737	16,4	3 727	83,2
2018	4 703	25	0,5	737	15,7	3 941	83,8

Джерело: на основі [1]

прибутковість. Це спричинено низкою чинників, зокрема, доволі низьким попитом на міжнародному ринку, повільною динамікою інноваційної активності, застарілим і витратним в ході свого обслуговування обладнанням, низьким фінансуванням з боку держави [2]. Тому вітчизняні машинобудівні підприємства, зважаючи на реальний стан ринку, знаходяться в доволі скрутному становищі тому для свого виживання повинні пристосуватись до швидких змін оточуючого середовища. Для цього їх керівництву потрібно застосовувати концептуально нові підходи при формуванні свого стратегічного бачення. Стратегічним завданням сучасного підприємства постає формування цілісної системи управління витратами на рівні суб'єктів господарювання за усіма сферами їх діяльності, місцями виникнення та центрами витрат у розрізі системи контролінгу. Тут основними складовими системи мають стати: стратегічні орієнтири розвитку організації (рівень зміни стратегічних показників); матеріальні, вартісні та соціальні цілі (ціннісні орієнтири); виробнича програма (кількісні та якісні параметри продукції, асортимент, інноваційна продукція тощо); господарські процеси (від науково-дослідних робіт, постачання, виробництва, збуту до інвестування); фінансовий менеджмент (процес управління коштами та їх раціонального використання для безперебійного функціонування); економічні показники (вимірювання явища чи процесу в господарській діяльності).

Система контролінгу виконує функцію інтегратора діяльності функціональних підсистем підприємства у процесі його господарювання з притаманними лише йому функціями розробки і створення нових управлінських технологій та інструментарію їх реалізації й зосереджена на питаннях створення предметних технологій вирішення управлінських завдань та розробці оптимальних методів їх здійснення. Отже, ціллю впровадження контролінгу має стати оптимізація виконання функції інтегратора роботи функціональних підсистем у процесі господарювання підприємства. Одним із рішень цієї проблеми, в процесі запровадження систем контролінгу та з метою оптимізації внутрішніх резервів діяльності машинобудівних підприємств, є концепція управління витратами.

Перед розглядом запропонованої концепції важливим буде висвітлити різноманітність орієнтування підприємств стосовно їх філософії бізнесу (див. рис. 1). Слід звернути увагу на те, що сьогодні велика кількість промислових підприємств пострадянського простору досі використовує ідею орієнтації на виробництво, яка мала місце в радянській планово-адміністративній системі [3]. За сучасних ринкових умов така орієнтація є неефективною, і тому повинна використовуватися як виключення. У світовій практиці набуває поширення ідея все більшої орієнтації на споживача, а не на продукцію



Рис. 1. Вектори орієнтації стратегій підприємств виробничої сфери

або виробництво, оскільки така модель призводить до невпинного зростання попиту на товар та зміцнення економіки за рахунок постійного пристосування до вимог споживачів. Зрозуміло, що така орієнтація на вимоги споживачів вимагає від підприємств не тільки постійного спостереження за зовнішніми змінами ринку, але і постійного контролю за змінами внутрішніх складових. Для оптимізації процесу управління, високого рівня оперативності обліку та контролю на підприємствах існує нагальна необхідність у застосуванні принципів контролінгу – функціонально відокремленого напрямку економічної роботи на підприємстві, пов'язаного з реалізацією фінансово-економічної інформативної функції в менеджменті для прийняття оперативних та стратегічних управлінських рішень [4].

Кожне вітчизняне машинобудівне підприємство на сьогодні має потребу у підвищенні ефективності своєї діяльності. Контролінг може її задовольнити за рахунок внутрішніх резервів самого підприємства.

Необхідність впровадження складових контролінгу обумовлена такими умовами: законодавчі (нормативно-законодавчі документи, що забезпечують економічну свободу в рамках податкового законодавства); методичні (адаптація закордонного облікової системи до вітчизняної практики); практичні (запровадження нових технологій управління; підвищення конкурентоспроможності на ринку; достатній рівень ресурсного забезпечення; нові форми управління персоналом; орієнтація підприємства на споживача)

У рамках сталого економічного розвитку, для українського бізнесу вкрай важливим інструментом стає інвестування підприємства саме в технології управління, як головного чинника зменшення втрат, адже аналітичні інструменти та сервіси контролінгу розповсюджуються надзвичайно швидко у найрізноманітніших предметних сферах сучасного менеджменту [5].

При впровадженні ідей концепції ощадливого виробництва на підприємстві варто зробити наголос на присутності в системі управління підприємством принципів контролінгу, оскільки саме такий фундамент є необхідною основою для формування філософії ощадливого виробництва всередині

підприємства. Концепція ощадливого виробництва була помічена американськими дослідниками у японської компанії Toyota у 1980-х роках. Причиною такої уваги до японської системи виробництва став неабиякий експорт японських автомобілів у США, після якого американський автопром звинуватив японських виробників у демпінгу [6].

Раніше концепція мала такі назви, як TPS (Toyota Production System), а також JIT. При цьому варто зауважити, що, на відміну від JIT, концепція ощадливого виробництва є більш загальною, і може бути пристосована для всього підприємства, а не для окремого виробничого або реалізаційного процесу. Ощадливе виробництво – концепція управління виробничим підприємством, яка базується на постійному прагненні до усунення всіх видів втрат (табл. 2). При його використанні кожен співробітник компанії залучається до процесу оптимізації бізнесу, а стратегічно підприємство стає максимально орієнтованим на споживача.

Концепція, яка була винайдена, стала головною складовою управління японських компаній. На сьогодні всі японські фірми включають в свою систему елементи інструментарію ощадливого виробництва, або використовують весь його потенціал. Крім того, концепція ощадливого виробництва доволі широко розповсюджена у США, Великобританії та Бразилії. Більше половини підприємств цих країн використовують механізми ощадливого виробництва [9].

До основних інструментів концепції ощадливого виробництва відносяться 5S, VSM, TPM, JIT, Kanban, Kaizen та інші [10–11]. Кожен з інструментів ощадливого виробництва спрямований на мінімізацію втрат, або ж їх цілковите усунення. Наприклад, інструмент 5S – покликаний правильно організувати робоче місце працівників, його ідея полягає у використанні 5 принципів, що починаються на літеру S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke (організованість, акуратність,

чистота, стандартизація, дисципліна відповідно). Досвід і практика використання даної концепції показують, що її впровадження у виробничий процес є доволі перспективною і прибутковою ідеєю.

Незважаючи на те, що концепція ощадливого виробництва є широко розповсюдженою у світовій практиці, вона, як і будь-яка інша, не є ідеальною та не позбавлена недоліків. Характеристику основних переваг та недоліків ощадливого виробництва приведено на рис. 2. Наприклад, якщо підприємство має нерегулярне постачання сировини, матеріалів, комплектуючих тощо, концепція ощадливого виробництва може виявитися неспроможною до використання своїх переваг, оскільки налагоджений механізм роботи підприємства буде нерівномірним й відбуватиметься затримка виробничого продукту. Виходячи з цих міркувань, підприємство або повинно вирішувати проблемні питання запровадивши концепцію ощадливого виробництва повністю, або впроваджувати її поетапно, частково, вирішуючи поточні проблеми у міру накопичення в економічному та виробничому аспектах. Особливо запропонована концепція необхідна підприємствам машинобудівного сегменту промисловості, оскільки саме з машин і обладнання починається створення будь-якої виробничої системи господарювання – будь то виробничий цех, комплекс, підприємництво, або підприємницька промислова група.

Для реалізації вищеперелічених цілей на кожному окремому машинобудівному підприємстві може бути запроваджено відділ з оптимізації виробничих процесів, який займатиметься впровадженням ідей ощадливого виробництва на практиці. Якщо підприємство не зацікавлене у створенні такого відділу, або з якихось інших причин такий відділ не може бути створено (недостатньо коштів, відсутність кваліфікованих фахівців тощо), то слід розпочати роботу з впровадження посади

Таблиця 2

Класифікація втрат у концепції ощадливого виробництва

Джерело втрат	Вид втрат
無駄(муда) – дія, яка не викликає додавання цінності до продукту виробництва, при цьому витрачаючи ресурси	втрати внаслідок перевиробництва
	втрати часу внаслідок очікування
	втрати внаслідок непотрібного транспортування
	втрати внаслідок зайвих етапів обробки
	втрати через зайві запаси
	втрати внаслідок непотрібних переміщень
	втрати внаслідок випуску дефектної продукції
無理(мурі) – перевантаження окремої трудової одиниці	нереалізований творчий потенціал співробітників
	перевантаження працівників, співробітників або потужностей внаслідок недостатнього досвіду, підвищеної інтенсивності праці тощо
斑(мура) – нерегулярність, нерівномірність виконання роботи	припинення плавного ритму роботи оператора, надходження деталей і механізмів, порушення графіку виробництва

Джерело: на основі [7; 8]

ПЕРЕВАГИ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ

1. Економія часу: концепція виключає втрати часу, які не впливатимуть на цінність продукту (нецільові маршрути, переміщення робітниками інструментів та знарядь праці тощо).

2. Контроль якості: ощадливе виробництво пропонує не контроль якості виготовленої продукції, а контроль якості всіх виробничих процесів, що скорочуватиме питому вагу втрат від браку на виробництві та покращуватиме характеристики продукції.

3. Економія фінансових ресурсів: якщо на кожному виробничому етапі зменшуються виробничі втрати, то відповідним чином знижуються грошові виробничі витрати.

4. Економія місця: організація робочого простору, коли всі необхідні інструменти та деталі перебувають у межах досяжності (визначається перелік інструментів, необхідних для виконання конкретної операції, та встановлюється їх місце знаходження). Запропонований підхід покращує організацію управління виробництвом і запасами, сприяє економії за рахунок скорочення непотрібних просторів.

5. Безперервне вдосконалення: передбачає нескінченний пошук способів та засобів отримання переваги і над конкурентами, і над собою.

НЕДОЛІКИ ВПРОВАДЖЕННЯ

1. Проблеми постачання: ощадливе виробництво є залежним від постачальників, які не завжди можуть забезпечити надійні та безперебійні поставки. Постачальники не завжди готові дотримуватися жорстких графіків поставок або продавати меншу кількість продукції, що може призводити до високих накладних витрат та створювати ситуацію, яка впливатиме на хід виробничого процесу. Часта зміна постачальників не вигідна підприємству.

2. Висока вартість впровадження: перехід до концепції ощадливого виробництва ускладнений через його високу вартість. Інколи впровадження системи ощадливого виробництва починається з повного демонтажу наявних установок та обладнання. Необхідне тривале навчання персоналу призводить до додаткових витрат.

3. Опір з боку працівників: капітальний ремонт усіх виробничих систем може призвести до стресу та відмови від роботи співробітників, які звикли до старої системи. Ощадливе виробництво забезпечує наявність співробітника нової формації сфери контролю якості. Необхідна робота фахівця з достатнім досвідом і навичками переконання в умовах опору персоналу.

4. Незадоволення клієнтів: будь-які порушення в ланцюзі постачань можуть негативно позначитися на роботі з клієнтами. Також через затримку доставки можуть виникати тривалі маркетингові проблеми.

Рис. 2. Переваги та недоліки впровадження концепції ощадливого виробництва

спеціаліста з ощадливого виробництва. Фахівець, який обійматиме цю посаду буде зобов'язаний: розробляти методологію та план впровадження концепції ощадливого виробництва на підприємстві; здійснювати збір інформації для розробки проекту вдосконалення виробничих процесів; планувати та узгоджувати календарний план та бюджет проекту за встановленою методикою; розробляти документацію в частині проектних рішень; підготувати звітність за результатами реалізації проекту; розробляти нормативні документи з управління проектами підприємства. Спеціаліст з ощадливого виробництва повинен обов'язково володіти навичками і знаннями у сфері впровадження новітньої технології і стати поширювачем нових знань серед персоналу підприємства. Він зможе отримати потрібні навички та знання

внаслідок виконання підприємством спільних проєктів щодо впровадження технологій ощадливого виробництва з консалтинговими компаніями.

Для розвитку ефективної виробничої системи ощадливе виробництво не має обмежуватися функціями окремого робітника або відділу. У цьому процесі мають бути задіяні всі співробітники – від директора до робітника, що формуватиме високий рівень згуртованості виробничого колективу.

Вирішенням проблем недостатнього взаємозв'язку і непорозумінь між різними ланками і відділами підприємницької системи також може стати створення на підприємстві відділу контролінгу, який не тільки забезпечуватиме зворотній зв'язок співробітників з керівництвом, а і змусить персонал підприємства, працювати злагоджено, як єдиний механізм, забезпечуючи сталий розвиток

і уникаючи великої кількості трудових конфліктів. Створення такого відділу, або ж, якщо такий вже існує, збільшення його повноважень, вирішить значну кількість питань, пов'язаних з оперативністю внутрішньо-підприємницьких зв'язків між виробничою та управлінською ланками. Це забезпечить зменшення втрат часу при прийнятті та впровадженні управлінських рішень за рахунок постійного контролю вимог персоналу до покращення та запровадження сучасних методів і умов праці, удосконалив систему вирішення трудових спорів і опір змінам у колективі стане менш відчутним. Відділ контролінгу має виконувати на підприємстві не тільки контроль за фінансовою складовою діяльності, а й бути системою нагляду за виконанням вимог щодо якості, стратегічного та оперативного планування, і, щонайважливіше, контролю за узгодженістю діяльності персоналу.

На сучасних вітчизняних машинобудівних підприємствах існує невирішена проблема, пов'язана з впровадженням концепції управління витратами у напрямі забезпечення оптимізації внутрішніх резервів. Невирішеними залишається велике коло питань, пов'язаних зі гарантуванням фінансово-економічної стабільності, створенням сприятливого трудового клімату в колективі машинобудівних підприємств, спричиненого недосконалістю системи контролінгу, або недостатністю впливу його інструментів на такі важливі складові його діяльності, як поліпшення фінансово-економічного стану, контролю за дотриманням стандартів якості, запровадження міжнародної стандартизації, своєчасністю та достатністю виплат заробітної плати, безперебійністю поставок виробничих запасів, формування портфелю замовлень тощо.

Без вирішення перерахованих проблем вітчизняне машинобудівне виробництво не здатне повністю і відразу перейти на японську концепцію і цілковито зосередитися на її ідеях. Тому, в реаліях сьогодення, є сенс саме поступового переходу на принципи перспективного ощадливого виробництва, коли поелементно, будуть впроваджуватися його інструменти, що призведе до поліпшення виробництва та стабілізації економічної ситуації. Впровадження даної концепції передбачає створення відділу контролінгу, що дозволить налагодити роботу всіх складових роботи підприємства, стабілізувати фінансовий стан, оптимізувати витрати на виробництво, врахувати інтереси споживачів продукції, збільшити прибутковість підприємства та благополуччя його колективу.

Управління витратами постає найважливішим сегментом виробничого менеджменту, а забезпечення його ефективності передбачає мінімізацію їх загальної величини та є надзвичайно важливим в процесі господарювання. Використання механізму формування витрат, надасть змогу максимального розкриття інформації щодо виготовлення

та реалізації продукції, забезпечить можливість збільшення прибутковості підприємства. Воно може покращити свою рентабельність, не тільки дослідивши свої вимоги до процесів від проектування до розповсюдження, а й розуміючи як саме діяльність щодо створення цінностей поєднується з потребами постачальників та споживачів. Отже, впровадження інструментарію контролінгу на вітчизняних машинобудівних підприємствах дозволить: досягти оптимізації управління; створити і оцінити ресурси та потенціал підприємства; досліджувати ідеї конкурентних підприємств; здійснювати аналіз отриманих даних; застосовувати інновації; орієнтуватися на майбутню діяльність.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у ході дослідження було окреслено основні тенденції розвитку вітчизняної машинобудівної галузі, охарактеризовано концепцію управління витратами з метою оптимізації внутрішніх резервів, за використання інструментів контролінгу, як засобу її втілення. У сучасних умовах господарювання, запропоновано використання складових контролінгу для поступового виведення із посткризового стану вітчизняних машинобудівних підприємств. Охарактеризовано основні переваги та недоліки при застосуванні даної концепції в практичній діяльності. Обґрунтовано, що вигідним і практичним стане саме поступове, поелементне впровадження принципів та інструментів ощадливого виробництва, при застосуванні концепції управління витратами у напрямі оптимізації внутрішніх резервів. Доведено, що у міру економічного розвитку і збільшення фінансової та матеріальної стабільності інноваційні підприємства прагнуть впровадити цю концепцію, але на початку зобов'язані забезпечити функціонування ефективного відділу контролінгу. Він буде не тільки здійснювати аналіз і контроль фінансової складової, але виконуватиме функції, пов'язані з дотриманням вимог до якості, виконання стратегічного та оперативних планів, контролю та узгодженістю діяльності керівництва та персоналу підприємства, що передбачає наявність зворотнього зв'язку (вертикальна взаємодія) і посилення взаємовідносин між непідпорядкованими один одному підрозділами (горизонтальна взаємодія). Це забезпечить стрімке зростання продуктивності, зменшить кількість трудових конфліктів і спорів, унеможливить втрати часу, оптимізує витрати, налагодить механізм роботи підприємства і забезпечить його постійне вдосконалення, що стане запорукою стабілізації роботи та забезпечить його конкурентоспроможність на ринках.

Перспективним напрямом подальших досліджень є визначення можливих форм і видів впровадження інструментарію ощадливого виробництва у діяльності машинобудівних підприємств та формування єдиних підходів до формування його сутності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сайт державної служби статистики в Україні. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 30.06.2020)
2. Веденіна Ю. Ю., Буряк Є.В., Цимбал О. С. Визначення факторів прибутковості підприємств машинобудівного комплексу України. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 38. С. 136-142.
3. Лозовицький Д.С. Контролінг. Львів: Видавництво ЛьвДУВС, 2012. 310 с.
4. Маркіна І. А., Таран-Лала О. М., Гунченко М. В. Контролінг для менеджерів. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 304 с.
5. Фалько С. Г., Иванова Н. Ю. Миссия контроллинга и проблемы классификации его объектов. *Контроллинг: журнал объединения контроллеров*. 2010. № 1(34). С. 36–43.
6. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства; пер. с англ. Москва : Институт комплексных стратегических исследований, 2008. 208 с.
7. Перейра Р. Руководство по бережливому производству. URL: <http://wkazarin.ru/wp-content/uploads/2013/09/LSSAGLM.pdf> (дата звернення: 30.06.2020)
8. Масааки Имаи. Гемба кайдзен: Путь к снижению затрат и повышению качества; пер. с англ. Москва: «Альпина Бизнес Букс», 2005. 346 с.
9. Лисицин В.Д., Лисенко О.І., Вовк Ю.С. Роль «ощадливого виробництва» в діяльності підприємства. *Вісник НТУУ «КПІ»*. 2009. № 1. С. 39–61.
10. Колос І.В. Типологія методів ощадливого виробництва. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. 3 (8). URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/8_2017/28.pdf (дата звернення: 30.06.2020)
11. Омеляненко Т.В., Щербина О.В., Барабась Д.О., Вакуленко А.В. Ощадливе виробництво: концепція, інструменти, досвід. Київ : КНЕУ, 2009. 157 с.
2. Viedienina Yu. Yu., Buriak Ye.V., Tsybmal O. S. Vyznachennia faktoriv prybutkovosti pidpriemstv mashynobudivnoho kompleksu Ukrainy. *Infrastruktura rynku*. [Determining the factors of profitability of enterprises of the machine-building complex of Ukraine. Market infrastructure]. 2019. № 38. pp. 136-142.
3. Lozovyskyi D.S. (2012) Kontrolinh [Controlling]. Lviv: Vydavnytstvo LvDUVS. (in Ukrainian)
4. Markina I. A., Taran-Lala O. M., Hunchenko M. V. (2013) Kontrolinh dlia menedzheriv [Controlling for managers]. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
5. Falko S. H., Yvanova N. Yu. Myssyia kontrolynha y problemy klasyfikatsyy eho ob'ektiv. *Kontrolynh: zhurnal ob'edyneniya kontrollerov* [Controlling mission and problems of classification of its objects. Controlling: controller association log]. 2010. № 1(34). pp. 36–43.
6. Ono T. (2008) Proyzvodstvennaia sistema Toioty. Ukhodia ot massovoho proyzvodstva [Toyota production system. Leaving mass production]; per. s anhl. Moskva : Ynstytut kompleksnykh stratehicheskikh yssledovanyi. (in Russian)
7. Pereira R. (2013) Rukovodstvo po berezhlyvomu proyzvodstvu [A guide to lean manufacturing]. Available at: <http://wkazarin.ru/wp-content/uploads/2013/09/LSSAGLM.pdf> (accessed 30 june 2020)
8. Masaaky Ymay. (2005) Hemba kaidzen: Put k snyzheniyu zatrat y povysheniyu kachestva [Gemba Kaizen: A way to reduce costs and improve quality]; per. s anhl. Moskva: «Alpyna Byznes Buks». (in Russian)
9. Lysytsyn V.D., Lysenko O.I., Vovk Yu.S. Rol «oshchadlyvoho vyrobnytstva» v diialnosti pidpriemstva. *Visnyk NTUU "KPI"* [The role of "lean production" in the enterprise. Bulletin of NTUU "KPI"]. 2009. № 1. pp. 39–61.
10. Kolos I.V. Typolohiia metodiv oshchadlyvoho vyrobnytstva. *Shhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia* [Typology of lean production methods. Eastern Europe: Economy, Business and Management] 2017. Vyp. 3 (8). Available at: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/8_2017/28.pdf. (accessed 30 june 2020)
11. Omelianenko T.V., Shcherbyna O.V., Barabas D.O., Vakulenko A.V (2009) Oshchadlyve vyrobnytstvo: kontseptsiiia, instrumenty, dosvid [Lean production: concept, tools, experience]. Kyiv: KNEU (in Ukrainian)

REFERENCES:

1. Sait derzhavnoi sluzhby statystyky v Ukraini [Web-site of the State Statistics Service in Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 30 june 2020)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ДИДЖИТАЛ-ІННОВАЦІЙ

TRENDS OF PERSONNEL RECRUITMENT DEVELOPMENT THROUGH THE PRISM OF DIGITAL INNOVATION

УДК 005.953

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-13>

Вонберг Т.В.¹

к.е.н., доцент,
доцент кафедри управління персоналом
та економіки праці

ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Головко А.А.²

студентка
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Vonberg Tetyana

Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

Holovko Anna

Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

У статті розглянуто основні тенденції розвитку рекрутингу персоналу. Доведено вплив диджитал – інновацій на рекрутинг персоналу та його розвиток. Узагальнено дослідження щодо визначення категорії «рекрутинг». Основними критеріями ефективності рекрутингу визначено швидкість, якість та економія ресурсів. Представлено результати дослідження, які дозволяють спостерігати зміни, що відбуваються в джерелах пошуку персоналу останніми роками: все частіше для пошуку використовують соціальні мережі та відносно нові канали – Viber, Telegram, Instagram. Доведено, що фундаментальною складовою процесів сучасного рекрутингу персоналу є адаптація до численних сучасних технологій, які дозволяють суттєво підвищити ефективність рекрутингу. Розглянуто та охарактеризовано основні чинники впливу на ефективність рекрутингу персоналу із врахуванням диджитал-інновацій. До них віднесено мобільні технології, технології штучного інтелекту, хмарні технології та бренд роботодавця.

Ключові слова: диджиталізація, інновації, мобільні технології, технології штучного інтелекту, рекрутинг персоналу, хмарні технології.

В статье рассмотрены основные тенденции развития рекрутинга персонала.

Доказано влияние диджитал – инноваций на рекрутинг персонала и его развитие. Проведен обзор исследований касательно изучения категории «рекрутинг». Основными критериями эффективности рекрутинга определены скорость, качество и экономия ресурсов. Представлены результаты исследования, которые позволяют наблюдать изменения, происходящие в источниках поиска персонала в последние годы: все чаще для поиска используют социальные сети и относительно новые каналы – Viber, Telegram, Instagram. Доказано, что фундаментальной составляющей процессов современного рекрутинга персонала является адаптация к многочисленным современным технологиям, что позволяет существенно повысить эффективность рекрутинга. Рассмотрены и охарактеризованы основные факторы влияния на эффективность рекрутинга персонала с учетом диджитал-инноваций. К ним отнесены мобильные технологии, технологии искусственного интеллекта, облачные технологии и бренд работодателя.

Ключевые слова: диджитализация, инновации, мобильные технологии, технологии искусственного интеллекта, рекрутинг персонала, облачные технологии.

The main tendencies of personnel recruitment development are considered in the article. The degree of research of the problem is analyzed. The influence of digital innovations on staff recruitment and development is proved. The research on definition of a category "recruiting" is generalized. Recruitment is a complex, multifunctional process, that begins with awareness of the need for new employees, their search and selection, selection and evaluation of candidates for the required requirements, characteristics for various positions for the company, and aimed at making a final decision on employment of the desired candidates. with the necessary knowledge, skills, abilities, competencies, etc. The main criteria for the effectiveness of recruitment are speed, quality and resource savings. The results of the research are presented, which allow to observe the changes taking place in the sources of personnel search in recent years. In particular, job search sites are already less effective. Their place was taken by various social networks. It is proved that new channels are becoming more widespread – Viber, Telegram, Instagram. It is proved that the fundamental component of modern recruitment processes is the adaptation to numerous modern technologies that can significantly increase the efficiency of recruitment. The main factors influencing the efficiency of staff recruitment, taking into account digital innovations, are considered and characterized. These include mobile technology, artificial intelligence technology, cloud technology and the employer brand. The percentage of job seekers searching for a job via a mobile device is increasing every year. Mobile technologies allow the candidate not only to apply for a job using a smartphone, but also to pass an interactive assessment, schedule an interview yourself or go to the link to a video interview. Artificial intelligence technologies can be used to perform complex tasks, such as recognizing faces in a photo, social interpretation, and selecting candidates. The use of cloud storage allows access to the necessary information to any employee anywhere and from any device. A positive employer brand will help strengthen a positive reputation in the eyes of candidates and employees. All this will increase the efficiency of staff recruitment.

Key words: digitalization, innovation, mobile technologies, artificial intelligence technologies, staff recruitment, cloud technologies.

Постановка проблеми. Переконані, персонал будь-якої компанії є тією рушійною силою, що дозволяє компанії розвиватися, бути ефективною, сучасною, привабливою для стейкхолдерів, створювати потрібні на ринку продукти чи надавати актуальні послуги, рухатися вперед врешті рещт. Саме тому менеджери все більше уваги починають приділяти процесам з управління персоналом. Досвід відомих і успішних світових компаній переконує, що вкладення фінансових

ресурсів у цю сферу є найкращою інвестицією. Серед усіх процесів з управління персоналом, на наш погляд, найбільш важливим і відповідальним є процес рекрутингу персоналу. Не дарма світові гіганти витрачають не лише значні фінансові, а й часові ресурси на пошук і залучення в компанію найкращих спеціалістів, використовуючи сучасні методики рекрутингу. Зрозуміло, що помилка під час професійного добору та залучення персоналу може дуже дорого коштувати компанії, адже зводить нанівець всі зусилля HR-фахівців, знижуючи ефективність подальших заходів з управління персоналом. Дійсно, знайти компетентного фахівця, котрий буде поділяти цінності організації

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5370-5467>

<http://www.researcherid.com/rid/K-7594-2018>

² ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3579-6614>

та ідеально «впишеться» не лише в своє робоче місце, а й у існуючий колектив дуже важко. На практиці відомі й численні випадки, коли цю доволі непросту задачу доручають рекрутинговим компаніям, які саме й спеціалізуються на якісному доборі, максимально задовольняючи в цьому питанні вимоги компанії-замовника.

Останнім часом всі складові рекрутингу персоналу видозмінюються, що породжено, переважно, динамічним розвитком диджитал-технологій. Диджитал-інновації дозволяють зовсім по-іншому поглянути на процес залучення компетентних спеціалістів і значно підвищують ефективність всього процесу рекрутингу персоналу.

Саме на цих питаннях ми й хочемо зупинитися в статті, оскільки вважаємо цей напрям надзвичайно актуальним, важливим для досліджень, а також, через постійні зміни та вдосконалення, ще й недостатньо розкритим в наукових колах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Варто наголосити, що останнім часом з'являється все більше публікацій на досліджувану нами тему. Зокрема, питання рекрутингу піднімається в наукових та практичних роботах таких дослідників, як А.В. Василик [1], С.О. Цимбалюк [2], К.Г. Наумік, І.Ю. Жилиєва [3], Г.І. Писаревська [4], О.В. Хитра [5], Я.С. Семєняк [6], Т.С. Шульгіна [7], К.О. Литвиненко [8] тощо.

Проте, незважаючи на наявність наукових праць, що розкривають численні аспекти рекрутингу персоналу, аналізуючи ступінь дослідження проблематики сучасними вченими-науковцями, хочемо відмітити наявність широкого поля для подальших досліджень. Зокрема, мова йде про дослідження останніх тенденцій розвитку рекрутингу, що мають місце через стрімкий розвиток диджитал-технологій. Диджитал-інновації провокують численні наслідки та суттєві зміни в усіх сферах, і царина рекрутингу персоналу не є виключенням.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення тенденцій розвитку рекрутингу персоналу під впливом диджитал-інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У нинішніх умовах існування бізнесу головною цінністю є кваліфіковані кадри. Неякісні процеси добору та залучення персоналу, як наслідок, приносить значні збитки будь-якому підприємству, тому означене питання є одним із ключових у будь-якій компанії. Останнім часом поряд із терміном «професійний добір» науковці та практики все частіше почали вживати термін «рекрутинг персоналу».

Дослідженням поняття «рекрутинг» займалося чимало зарубіжних та вітчизняних науковців, проте дане питання і до сьогодні залишається дискусійним, оскільки кожен автор інтерпретує поняття за власним баченням, і виокремлює певні головні, на його думку, аспекти.

Провівши критичний аналіз визначень поняття рекрутингу, вважаємо доцільним наголосити на тому, що дане поняття абсолютно логічно розглядати з різних сторін. Зокрема, йдеться про процедуру добору, відбору та залучення; про створення бази даних; про бізнес-процес тощо. Так, К.Г. Наумік висловила цікаву думку, називаючи рекрутинг бізнес-процесом [3, с. 58], адже і справді, рекрутинг приносить дохід, може існувати самостійно, а також подібно до бізнес-процесу, на вході рекрутер одержує замовлення, а на виході – замовник отримує компетентного працівника.

Враховуючи означене вище, під рекрутингом будемо розуміти складний, багатофункціональний процес, який починається з усвідомлення потреби в нових працівниках, їх пошуку та добору, вибору та оцінювання кандидатів за необхідними вимогами, характеристиками на різноманітні позиції для компанії, і направлений на прийняття підсумкового рішення щодо працевлаштування необхідних компанії бажаних кандидатів із необхідними знаннями, вміннями, навичками, компетенціями тощо. При чому, під час реалізації цього процесу особливого значення набувають такі критерії ефективності, як швидкість пошуку працівників, якість та максимальна економія ресурсів, де якість, на наш погляд, має бути на першому місці. Недарма рекрутинг все частіше називають «пошуком талантів», адже результатом цього процесу має бути залучення на вакантне робоче місце найкращого компетентного фахівця, що інколи здається справжнім мистецтвом.

Звичайно, ринок рекрутингових послуг в Україні – достатньо молодий напрям. Незважаючи на те, що зародження відбулося після набуття Україною незалежності, розвиватися рекрутинг почав лише після 2000 року. Разом із тим, останніми роками цей розвиток став доволі динамічним через появу диджитал-інновацій. На даний момент, попит на рекрутингові послуги досить високий з боку роботодавців, тому рекрутинг персоналу продовжує набирати оберти в Україні.

Вважаємо за доцільне зупинитися більш детально на змінах, що спостерігаються останніми роками в сфері добору та залучення персоналу, визначивши основні чинники, що впливають на ефективність рекрутингу персоналу крізь призму диджитал-інновацій.

Щоб усвідомити наявність змін та зрозуміти загальну картину щодо шляхів пошуку персоналу у рекрутингових компаніях, було проведено опитування серед працівників щодо методів та інструментів рекрутингу персоналу, які вони використовують.

Для пошуку кандидатів і закриття вакансій рекрутери агенцій виконують, зазвичай, такі види робіт:

- обробка рекомендацій (це можуть бути рекомендації як внутрішні, так і зовнішні);
- пошук кандидатів із існуючої бази, яка формується протягом тривалого часу;
- обробка відгуків із оголошень на так званих джоб-сайтах (rabota.ua, work.ua, jooble.ua);
- обробка відгуків із власного сайту (за наявності);
- цільовий пошук на сайтах роботи (rabota.ua, work.ua, olx, HeadHunter);
- обробка вхідних дзвінків (наслідок реклами у ЗМІ, опублікованих оголошень на інтернет-порталах, роздачі буклетів, проклейки оголошень);
- пошук та спілкування з потенційними кандидатами у LinkedIn;
- опрацювання контактів, наданих центрами зайнятості;
- обробка відгуків у Facebook (розміщення оголошень на сторінках професійних спілок та публікація вакансій);
- обробка відгуків розміщених оголошень у Instagram, Telegram;
- обробка контактів, знайдених чат-ботами.

Останній рік працівники рекрутингових агенцій значно частіше почали практикувати проведення онлайн-співбесід через Skype, Viber, Zoom; проведення оцінювання кандидатів у онлайн-режимі. А в умовах карантину практично всі рекрутери перейшли у роботу в онлайн-форматі.

Цікаво порівняти тенденцію змін джерел пошуку кандидатів різницею у 4 роки (інформацію отримано за допомогою експертного опитування рекрутерів). Результати представлені на рис. 1 та рис. 2.

Отже, аналізуючи джерела пошуку у 2016 і 2019 роках, бачимо такі зміни: сайти пошуку роботи вже приносять меншу результативність, тому

соціальні мережі просто витісняють їх. У рекрутингових компаніях значно збільшився відсоток використання соціальних мереж – Facebook (у 3 рази) та LinkedIn (аж у 9 разів). Із переліку джерел зі зрозумілих причин зникла мережа ВКонтакте, але з'явилися нові канали – Viber, Telegram, Instagram. Результативність від опрацювання існуючих баз кандидатів та рекомендацій відносно стабільні, але трохи все ж зменшилися. ЗМІ (сюди віднесли й категорію проклейки оголошень та роздачу буклетів) діють локально, тому займають малий відсоток у загальному.

Фундаментальною складовою процесів сучасного рекрутингу персоналу є адаптація до численних сучасних технологій, які дозволяють суттєво підвищити ефективність рекрутингу. Компаніям доводиться адаптуватися до цифрового світу, якщо вони хочуть залишатися на ринку і бути успішними. Ті, хто вчасно не почав використовувати диджитал-можливості, вже значно програють тим, хто вчасно перебудувався.

Сьогодні використання застарілого обладнання та програмного забезпечення – це величезна перешкода для найму найбільш талановитих і успішних кандидатів, адже вони вимагають дещо іншого підходу до найму. І, якщо рекрутери не зможуть адаптувати свої методи пошуку і відбору кандидатів під умови сучасного світу, то дійсно хороших співробітників їм знайти буде складно. Більш того, утримувати та залучати найкращих співробітників без використання диджитал-інновацій також просто неможливо [9].

Розглянемо і охарактеризуємо основні чинники впливу на ефективність рекрутингу персоналу із врахуванням диджитал-інновацій (рис. 3).

Отже, до таких чинників можна віднести, по-перше, мобільні технології. Очевидно, що з

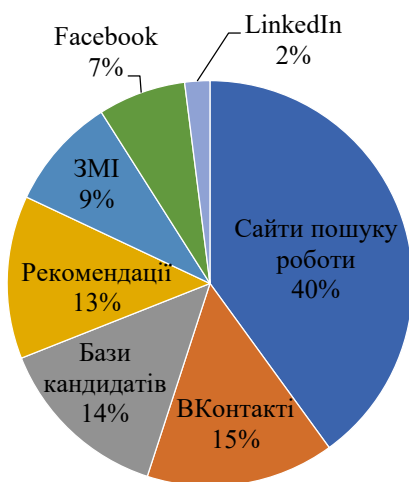


Рис. 1. Джерела пошуку персоналу у 2016 році

Джерело: складено авторами

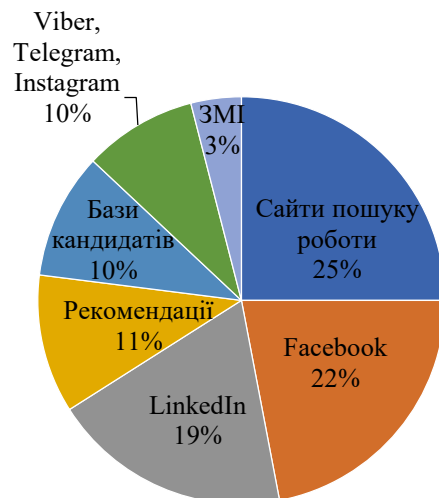


Рис. 2. Джерела пошуку персоналу у 2019 році

Джерело: складено авторами



Рис. 3. Основні чинники впливу на ефективність рекрутингу персоналу, спричинені диджитал-інноваціями

Джерело: складено авторами

кожним роком людство все частіше використовує свої смартфони, а за допомогою різноманітних додатків з легкістю вирішує повсякденні завдання. Найпростішим підтвердженням може бути, зокрема, додаток «Дія», що дозволяє вже сьогодні легко та швидко мобільно отримувати державні послуги, щоденно вирішуючи задачі, на які раніше потрібні були тижні. Те саме стосується і процесів найму, адже сучасний кандидат на вакантне робоче місце воліє зробити процес пошуку перш за все швидким та зручним для себе.

Цікаво, що відповідно даним Glassdoor за 2019 рік у США 58% користувачів шукали роботу за допомогою смартфона [10]. На жаль, подібної статистики по Україні немає, проте, з впевненістю можна стверджувати, що відсоток пошукачів, що здійснюють пошук роботи через мобільний пристрій, щорічно збільшується. Мобільні технології дозволяють кандидату не лише подати заявку на роботу за допомогою смартфона, але і пройти інтерактивну оцінку, запланувати співбесіду самостійно або перейти по посиланню на відео-інтерв'ю, яке можна пройти в будь-який час в режимі онлайн, причому це займає в рази менше часу, ніж класичний процес рекрутингу.

Цілком очевидно, що мобільна версія сайту компанії має позитивно вразити кандидата та викликати бажання в майбутньому працювати у цій компанії. А для цього у кандидата, як мінімум, не повинно бути проблем із використанням мобільної версії, мається на увазі її адаптивність до різних браузерів, можливість працювати на різних девайсах тощо. Мобільна версія має бути зручною та зрозумілою, що значно підвищить в кінцевому рахунку ефективність рекрутингу персоналу.

По-друге, вагомим фактором можна виокремити технології штучного інтелекту. Останніми роками їх по праву можна вважати вирішальними складовими найму персоналу, оскільки такі інструменти спрощують рекрутинг і роботу з кандидатами. Зокрема, системи на основі штучного інтелекту відстежують ефективність, охоплення і ранжування кандидатів.

Їх можна використовувати для виконання складних завдань, таких як розпізнавання осіб на фото, соціальна інтерпретація і відбір кандидатів. Однак,

проблема в тому, що не кожен рекрутер має можливість отримати вигоду з цієї аналітичної форми високого рівня. Більш того, більшість компаній не використовують належним чином дані, які у них вже є, не кажучи вже про штучний інтелект [9].

По-третє, варто згадати про хмарні технології, які суттєво спрощують процес зберігання та використання даних компанії, особливо, коли доступ до них має бути відкритим для багатьох співробітників.

Використання хмарних сховищ дозволяє отримати доступ до необхідної інформації будь-якому працівнику у будь-якому місці та з будь-якого пристрою. Це надзвичайно зручно при роботі в умовах карантину, у відрядженні або при використанні робочої системи, коли працівник має робочі дні «out of the office» (поза офісом). Так, традиційний процес пошуку, співбесіди і найму нових талантів, загальновідомо, ускладнюється через інформаційний розрив між відділами. Хмарні технології дозволяють усунути цей недолік.

Нарешті, пропонується розглянути такий значущий фактор впливу на ефективність рекрутингу, як бренд роботодавця. Лише останніми роками компанії почали приділяти достатньо уваги цьому явищу, що, на наш погляд, також породжено здебільшого розвитком диджитал-інновацій.

Всі ми розуміємо, що сьогодні йде боротьба не за робочі місця, про що ми могли говорити ще навіть десять років тому, а за компетентних та найкращих кандидатів. Тому, компанії дуже важливо сформувати позитивний бренд роботодавця, котрий допоможе зміцнити позитивну репутацію в очах кандидатів та співробітників, а отже дозволить залучити бажаних фахівців. Адже, насправді кандидати оцінюють майбутнього роботодавця ще задовго до співбесіди. Готуючись до неї, вони шукають відгуки співробітників на різноманітних сайтах і форумах, читають коментарі в Google та аналізують оцінки; також популярною є інформація про публічну діяльність компанії в Facebook та інших соціальних мережах, адже сучасні кандидати полюбляють відкриті та публічні компанії, підшуковуючи роботу саме в них. Ці невеликі спостереження і стають для пошукачів роботи першим та, зазвичай, найвірнішим враженням [11].

Крім того, говорячи про бренд роботодавця, необхідно нагадати про важливість створення в компанії привабливої корпоративної культури, котра, відповідно до Доповіді про глобальну культуру за 2018 рік будується передусім на лідерстві, спільній меті, вдячності, успіху, можливостях тощо [12]. А для того, щоб «залучити таланти» в компанію потрібно й переглянути взаємодію компанії з кандидатами на вакантні робочі місця в напрямку взаємоповаги та соціальної відповідальності.

Висновки з проведеного дослідження. Вимогою сьогодення для сучасних компаній є

розширення горизонтів диджиталізації, адже без цього вони можуть поступитися позиціями на ринку. Враховувати диджитал-інновації у сфері рекрутингу персоналу є особливо актуальним питанням. Такі інновації дозволяють підвищити ефективність рекрутингу та допомогти залучити кращі кадри, котрі з часом принесуть свою працю прибуток компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Василик А.В., Іщенко О.В. Використання соціальних мереж у сучасному рекрутингу України. *Економічний простір*. 2018. № 131. С. 53-63.
2. Цимбалюк С.О. Рекрутинг персоналу: підручник. Київ: КНЕУ, 2019. 355, [5] с.
3. Наумік К.Г., Жилияєва І.Ю. Уточнення змісту поняття «рекрутинг» як інструменту гармонізації комунікаційних процесів в організації. *Проблеми економіки*. 2010. № 2. С. 56-60.
4. Писаревська Г.І. Розвиток ринку рекрутингових послуг в Україні. *Бізнес-Інформ*. 2013. № 10. С. 227-232.
5. Хитра О.В., Чаплій А.В. Особливості застосування рекрутингу в системі управління персоналом підприємства. *Класичний приватний університет*. 2019. № 4(15). С. 230-238.
6. Семєняк Я.С. Особливості надання рекрутингових послуг в Україні в сучасних економічних умовах. *Економіка і організація управління*. 2016. № 3(23). С. 410-416.
7. Шульгіна Т.С., Павленко К.О. Сучасні технології підбору персоналу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: економічні науки. 2017. № 23(3). С. 30-33.
8. Литвиненко К. О., Донецька А. І. Вплив соціальних медіа на розвиток менеджменту людських ресурсів. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7423> (Дата звернення: 15.06.2020).
9. Леонова Е. 5 технологий, которые помогут нанять намного быстрее. URL: <https://hurma.work/ru/blog/5-tehnologij-kotorye-pomogut-nanimat-namnogobystree/> (Дата звернення: 15.06.2020).
10. Zhao D. The Rise of Mobile Devices in Job Search: Challenges and Opportunities for Employers. URL: <https://www.glassdoor.com/research/mobile-job-search/> (Accessed: 15.06.2020).
11. Thieffels J. Is Your Recruiting Strategy Ready for the Challenges of the 2020s? URL: <https://www.tlnt.com/is-your-recruiting-strategy-ready-for-the-challenges-of-the-2020s/> (Accessed: 15.06.2020).
12. Global Culture Report. URL: https://www.octanner.com/content/dam/oc-tanner/documents/white-papers/2018/2018_Global_Culture_Report.pdf (Accessed: 15.06.2020).

REFERENCES:

1. Vasylyk A.V., Ishhenko O.V. (2018) Vykorystannja socialnykh merezh u suchasnomu rekrutyngu Ukrainy [Use of social networks in modern recruitment of Ukraine]. *Ekonomichnyj prostir*, no. 131, pp. 53-63.
2. Cymbaljuk S.O. (2019) *Rekrutyng personalu* [Staff recruitment]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
3. Naumik K.G., Zhilyaeva I.Yu. (2010) Utochnennia zmistu poniattia «rekrutyng» yak instrumentu harmonizatsii komunikatsiinykh protsesiv v orhanizatsii [Clarification of the meaning of the concept of "recruitment" as a tool for harmonization of communication processes in the organization]. *Problems of the economy*, no. 2, pp. 56-60.
4. Pisarevskaya G.I. (2013) Rozvytok rynku rekrutyngovykh posluh v Ukraini [Development of the recruitment services market in Ukraine]. *Business Inform*, no. 10, pp. 227-232.
5. Khitra O.V., Chapliy A.V. (2019) Osoblyvosti zastosuvannia rekrutyngu v systemi upravlinnia personalom pidpriemstva [Features of application of recruitment in the personnel management system of the enterprise]. *Classical private university*, no. 4(15), pp. 230-238.
6. Semenyak Ya.S. (2016) Osoblyvosti nadannia rekrutyngovykh posluh v Ukraini v suchasnykh ekonomichnykh umovakh [Features of providing recruitment services in Ukraine in modern economic conditions]. *Economics and organization of management*, no. № 3(23), pp. 410-416.
7. Shulgina T.S., Pavlenko K.O. (2017) Suchasni tekhnologii pidboru personalu [Modern technologies of personnel selection]. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, no. 23(3), pp. 30-33.
8. Litvinenko K.O., Donetsk A.I. (2019) Vplyv sotsialnykh media na rozvytok menedzhmentu liudskykh resursiv [Influence of social media on the development of human resources management]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy] (electronic journal), no. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7423> (accessed 15 June 2020).
9. Leonova E. (2019) 5 tekhnologiy, kotorye pomogut nanimat' namnogo bystree [5 technologies that will help to hire much faster]. Available at: <https://hurma.work/ru/blog/5-tehnologij-kotorye-pomogut-nanimat-namnogobystree/> (accessed 15 June 2020).
10. Zhao D. The Rise of Mobile Devices in Job Search: Challenges and Opportunities for Employers. Available at: <https://www.glassdoor.com/research/mobile-job-search/> (accessed 15 June 2020).
11. Thieffels J. Is Your Recruiting Strategy Ready for the Challenges of the 2020s? Available at: <https://www.tlnt.com/is-your-recruiting-strategy-ready-for-the-challenges-of-the-2020s/> (accessed 15 June 2020).
12. Global Culture Report. Available at: https://www.octanner.com/content/dam/oc-tanner/documents/white-papers/2018/2018_Global_Culture_Report.pdf (accessed 15 June 2020).

ВПЛИВ ЕТНОНАЦІОНАЛЬНИХ ЧИННИКІВ НА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

THE INFLUENCE OF ETHNO-NATIONAL FACTORS ON THE CORPORATE CULTURE MANAGEMENT PROCESS OF A MODERN ENTERPRISE

УДК 334.723.6

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-14>**Гусева О.Ю.**д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки
підприємств та соціальних технологій
Державний університет телекомунікацій
Труш М.С.старший викладач кафедри економіки
підприємств та соціальних технологій
Державний університет телекомунікацій**Guseva Olga**

State University of Telecommunications

Trush Maria

State University of Telecommunications

У статті розглянуто процес управління корпоративною культурою сучасного підприємства та визначено специфіку впливу на нього етнічних (національних) чинників. Систематизовано погляди різних науковців щодо сутності корпоративної культури як елементу управління підприємством. З'ясовано роль та місце корпоративної культури в системі управління сучасним підприємством. Проаналізовано та узагальнено значення корпоративної культури як інструменту ефективного управління підприємством, оцінено її вплив на підвищення конкурентоспроможності та формування позитивного іміджу підприємства. Наведено характеристики сутнісних ознак корпоративної культури, встановлено їх взаємозв'язок з національною культурою. Окреслено основні виміри українського «корпоративного духу», обґрунтовано вплив національного характеру та менталітету українців на формування й розвиток корпоративної культури вітчизняних підприємств.

Ключові слова: національна культура, корпоративна культура, сучасне підприємство, етнічні (національні) фактори, управління корпоративною культурою підприємства.

В статье рассмотрен процесс управления корпоративной культурой современного

предприятия и определена специфика воздействия на него этнических (национальных) факторов. Систематизированы взгляды разных ученых на сущность корпоративной культуры как элемент управления предприятием. Выяснены роль и место корпоративной культуры в системе управления современным предприятием. Проанализировано и обобщено значение корпоративной культуры как инструмента эффективного управления предприятием, оценено ее влияние на повышение конкурентоспособности и формирование положительного имиджа предприятия. Приведена характеристика сущностных признаков корпоративной культуры, установлена их взаимосвязь с национальной культурой. Обозначены основные измерения украинского «корпоративного духа», обосновано влияние национального характера и менталитета украинцев на формирование и развитие корпоративной культуры отечественных предприятий.

Ключевые слова: национальная культура, корпоративная культура, современное предприятие, этнические (национальные) факторы, управление корпоративной культурой предприятия.

Modern social development is marking by globalization processes, which accompanied by the formation of models of an open civil society and social market economy. The domestic social space is becoming multicultural in the sense of the presence of many national cultures. The enterprise as a socio-cultural phenomenon is an open social system that, in the process of its formation and development, produces its own culture and gets the opportunity to successfully and efficiently function within the framework of more complex socio-economic and sociocultural systems, namely: in corporate culture systems of large industrial complexes and transnational corporations, ethno-national and world culture and universal values. Therefore, taking into account ethno-national factors in the process of managing the corporate culture of modern enterprises is becoming increasingly important now. This article deals with the process of managing the corporate culture of a modern enterprise and identifies the specifics of the influence of ethnic (national) factors. The epistemological reflection of the existing concepts of corporate culture and the reconstruction of the concept of corporate culture in various theoretical approaches are carried out, the views of various scientists about the essence of corporate culture as an element of enterprise management are systematized. The role and place of corporate culture in the management system of a modern enterprise are clarified. The importance of corporate culture as a tool for effective enterprise management is analyzed and summarized, its influence on increasing competitiveness and forming a positive image of the enterprise is estimated. The characteristic of the essential features and basic socio-economic parameters of corporate culture is presented; their interrelation with the national culture is established. The main dimensions of the Ukrainian "corporate spirit" are outlined; the influence of the national character and mentality of Ukrainians on the formation and development of corporate culture of domestic enterprises is revealed and substantiated. Problems and obstacles to the introduction of corporate culture values at domestic enterprises are identified and the need for their widespread implementation is emphasized.

Key words: national culture, corporate culture, modern enterprise, ethnic (national) factors, corporate culture management.

Постановка проблеми. Сучасне підприємство як соціокультурне явище є відкритою соціальною системою, яка взаємодіє із соціокультурними системами різних типів і рівнів. В процесі свого формування, становлення й розвитку сучасне підприємство виробляє свою власну культуру, а також свою соціальну та культурну ідентичність, отримуючи можливість успішного та ефективного функціонування в межах більш складних соціально-економічних та соціокультурних систем, а саме в системах корпоративної культури великих промислових комплексів і транснаціональних корпорацій, в системах етнонаціональної та світової культури й загальнолюдських цінностей, тому вивчення специфіки впливу етнонаціональних чинників на

управління корпоративною культурою сучасних підприємств набуває все більшої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання національної культури в управлінні вперше порушили американські соціальні антрополози, представники етнопсихологічної школи Маргарет Мід і Рут Бенедикт [1]. Американські соціальні психологи Д. Левінсон та А. Інклес визначили ключові параметри національної культури та виокремили чинники, що впливають на її формування [2]. Г. Хофстеде сформував типологію корпоративних культур за національною ознакою [3]. З вітчизняних дослідників зазначеною проблематикою останнім часом займалися С. Ілляшенко, Н. Латова, Н. Могутнов, О. Харчишин, В. Щербина

[4; 5; 6]. Проте досі залишаються невизначеними питання впливу етнічних (національних) чинників на процес управління корпоративною культурою вітчизняних підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є визначення специфіки впливу етнонаціональних чинників на розвиток корпоративної культури сучасних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративна культура виникає й розвивається згідно зі всезагальними законами розвитку культури людського суспільства, спільноти, групи людей, кожної окремо взятої особистості. Вона являє собою частину системи культури певного регіону, країни, держави, нації, тому процеси її становлення й формування багато в чому визначаються закономірностями життєдіяльності та розвитку всієї єдиної системи культури.

Колектив підприємства також є частиною крупнішої спільноти людей на рівні корпорації, регіону, країни, нації, держави, декількох держав, транснаціональних корпорацій, глобального суспільства загалом.

Культура певного окремого підприємства є структурним елементом єдиної відкритої соціальної системи культури; вона не існує автономно чи ізольовано від інших соціокультурних та ціннісно-нормативних систем, а перебуває з ними у складних взаємозв'язках та формується під їх впливом.

Корпоративна культура є певним структурним елементом у системі таких ієрархічних рівнів:

1) макрорівень: рівень світової культури – загальнолюдські цінності та норми, актуальні для більшості культур світу;

2) мезорівень:

– рівень національної культури – особливості історичного розвитку, традиційні та релігійні цінності й норми, актуальні для конкретного суспільства;

– рівень регіональної культури – культурні особливості, які залежать від певних умов історичного розвитку, етнонаціонального складу населення, рівня урбанізації; цей рівень може включати не тільки великі регіони, але й культурну специфіку великих населених пунктів;

3) мікрорівень:

– організаційний рівень – рівень корпоративної культури окремого підприємства, на якому під впливом цінностей і норм інших культурних рівнів формується система корпоративних цінностей та внутрішньо-організаційних взаємодій між членами підприємства та взаємодій із зовнішнім середовищем;

– рівень групової культури – культурні особливості невеликих соціальних груп;

– рівень особистісної культури, ціннісні орієнтації, моральні норми, переконання окремої особистості.

На рівні світової спільноти формуються загальносвітові тенденції розвитку корпоративної культури, які задають напрямок руху для наступного рівня, а саме державного, на якому відбувається коригування загальносвітових тенденцій з урахуванням особливостей національної культури та релігії, специфіки й самобутності кожної держави. Природно, що це впливає і на корпоративні культури окремих підприємств, адже на цьому рівні необхідно враховувати специфіку галузі та виду діяльності підприємства, оскільки корпоративні культури різних галузей та видів діяльності не будуть однаковими, а також особливості самого підприємства, зокрема його розмір, чисельність персоналу, стадії життєвого циклу. На мікрорівні формується трудовий потенціал окремого підприємства, завдяки чому створюється певна вартість його людського капіталу. Це формує сукупну вартість людського капіталу цілої держави, впливаючи на добробут людства вже на рівні світової спільноти. Звичайно, така схема є досить умовною, тому що не враховує деякі чинники, які впливають на еволюцію культури. Проте вона повною мірою відбиває той факт, що корпоративна культура – це поняття, яке стосується не тільки окремого підприємства, але й усієї загальносвітової системи культури.

На формування й розвиток корпоративної культури впливають об'єктивні чинники зовнішнього середовища та суб'єктивні чинники внутрішнього середовища. Чинниками зовнішнього середовища є соціально-економічні чинники (підприємства, партнери, постачальники, конкуренти); соціально-політичні чинники (політична система, закони, державні органи та різноманітні організації); соціокультурні чинники (цінності, традиції, установки, національна культура). Чинниками внутрішнього середовища є світогляд засновника підприємства; колективний досвід, сформований під час створення й розвитку підприємства; психологічний клімат, структура й ресурси підприємства.

Визнаний фахівець у галузі організаційної та корпоративної культури Е. Шейн виокремлював первинні та вторинні чинники впливу на формування й розвиток культури підприємства. До первинних він відносив такі, що відбивають позицію керівництва стосовно підприємства, а саме систему заохочення, критерії відбору та просування працівників, реакцію керівництва на критичні ситуації у внутрішньому середовищі підприємства. Вторинними чинниками він вважав зовнішній і внутрішній вигляд підприємства, його структуру, комунікативну систему й організаційні процедури, міфотворчість щодо важливих подій та культурних героїв, історію, місію, філософію підприємства [7, с. 28–31].

Для досягнення успіхів в управлінні корпоративною культурою сучасного підприємства необхідно розробити стратегію формування ефективної

корпоративної культури з огляду на особливості становлення певного підприємства та чинники впливу на його розвиток.

Корпоративна культура пов'язана із системою взаємовідносин між працівниками підприємства, тому для успішного управління цією культурою потрібно добре розуміти процес формування й соціалізації особистості, тобто процес її «входження» в культуру, засвоєння знань, умінь, правил і норм спілкування, соціального досвіду. Сутність культури розкривається лише крізь призму діяльності людини. Культура не існує поза людиною, яка постійно намагається шукати сенс свого життя й діяльності. Навпаки, не існує ні людини, ні суспільства без культури чи поза культурою. В культурі розгортається духовний світ і сутнісні сили людини, а саме її здатності, потреби, світогляд, знання, вміння, соціальні почуття. Культура виступає мірилом реалізації та розвитку сутності людини в процесі її соціальної діяльності.

Не існує якоїсь однієї події, яка породжує культуру. Культура створюється внаслідок безлічі соціальних взаємодій, накладених на індивідуальний життєвий досвід, що змінюється з часом. Отже, для розуміння корпоративної культури необхідно враховувати широкий досвід людської діяльності як у внутрішньому середовищі підприємства, так і поза ним.

Кращому розумінню культури сприяють класифікаційні схеми поділу на культури високого й низького контексту. Базова структура культури створює контекст, фон, причому зміст і контекст нерозривно пов'язані між собою. Типові культури високого контексту існують в арабських та азійських країнах, де високо цінуються традиції, усні домовленості, а також не виникає необхідності у письмових контрактах. Низький контекст притаманний культурам промислово розвинених країн Заходу, де ділові відносини передбачають обов'язкові деталізовані контракти, чітко формалізовані міжособистісні контакти. Між крайніми проявами цих культур перебувають країни з ознаками обох типів, тому в сучасному культурному різноманітті підприємствам необхідно набувати рис мультикультурності та розвивати геоцентричний менталітет шляхом засвоєння найкращих якостей національної та корпоративної культури.

Отже, корпоративна культура сучасного підприємства перебуває в тісному взаємозв'язку із соціокультурними та ціннісно-нормативними системами всіх типів і рівнів складності. Найтісніший взаємозв'язок проявляється з домінуючою культурою суспільства. Специфіка національних культур певних країн, їх динаміка в історичній перспективі відбиваються на процесах становлення й розвитку корпоративних культур підприємств різних країн. Корпоративна культура підприємства формується під впливом національної культури, індивідуальної

культури кожного члену колективу підприємства та цінностей, притаманних підприємству. Це важливо брати до уваги під час дослідження корпоративної культури пострадянських підприємств транзитного суспільства.

З огляду на наявність на теренах колишнього СРСР культурних зразків суспільств різних історичних та соціокультурних типів наукове осягнення культури має містити не лише оцінку сучасного її стану, але й ретроспективний опис передумов її формування та розвитку, а також аналіз цінностей і норм, які можуть бути ефективними/неефективними в сучасних умовах задля культивування їх або заміни на більш актуальні та дієві.

Варто зауважити, що внаслідок певної інертності статичних елементів культурної системи певні цінності й норми можуть продовжувати функціонувати в сучасних умовах. Серед культурних характеристик українських підприємств радянського періоду можна відзначити такі:

- 1) патерналізм у внутрішньо-організаційних відносинах;
- 2) жорстка вертикальна ієрархія організаційних структур;
- 3) жорсткий контроль над каналами комунікації;
- 4) слабка горизонтальна, але добре налаштована вертикальна комунікація;
- 5) тенденція до концентрації влади в межах невеликого кола людей;
- 6) слабо розвинена колегіальність, тяжіння до волюнтаризму в процесі прийняття рішень;
- 7) цінування матеріальних ресурсів і боротьба за контроль над ними;
- 8) відсутність ринкової конкуренції, що в умовах капіталістичної реставрації виявляється стримуючим фактором розвитку як для суспільства загалом, так і для певного окремого підприємства [6, с. 35–39].

Разом з негативними особливостями культури радянських підприємств слід відзначити позитивні. Культура українських підприємств радянського періоду орієнтувалась на високу стабільність і передбачуваність, регламентованість та розмежування управлінських функцій, спеціалізацію та розвиток потенціалу працівників, чим можуть похвалитись далеко не всі підприємства сучасної України. Фундаментальними цінностями радянської культури, які цілеспрямовано культивувались на українських підприємствах того періоду, були й такі, як добросовісна праця на благо суспільства, турбота про збереження та примноження суспільного надбання, високе усвідомлення суспільного обов'язку; колективізм, взаємодопомога, взаємоповага, чесність, скромність; непримиримість до дармоїдства й користолюбства. Як найбільш яскраві приклади культури вітчизняних підприємств радянського періоду можна зазначити соціалістичне змагання, намагання приурочити трудові

досягнення підприємств до пам'ятних національних річниць, що створювало особливий психологічний клімат, формувало певну ідеологічну атмосферу та підвищувало ефективність діяльності вітчизняних підприємств за рахунок вироблення специфічних етичних, моральних, етнонаціональних та загальнолюдських цінностей. Звичайно, дійсність не завжди відповідала декларованим ідеалам, однак треба відзначити, що інтенсивно проводилась цілеспрямована культурна політика, яка нині відсутня в транзитному суспільстві, внаслідок чого деякі ефективні цінності піддаються ерозії та нівелюванню, тому деякі позитивні характеристики культури українських підприємств радянського періоду варто було би реабілітувати, звільнити від ідеологічної складової частини та адаптувати до новітніх умов, що забезпечило б їх адекватне функціонування [4, с. 114–118].

Необхідно підкреслити, що корпоративна культура українських підприємств відзначається особливою специфікою, яку необхідно враховувати під час накладання західних теоретичних схем управління на українську дійсність. Слепе впровадження іноземних норм і методів може призвести до небажаних наслідків, тому що певні управлінські технології не завжди приживаються на чужорідному ґрунті, тому під час запозичення іноземного досвіду та його впровадження в життєдіяльність окремих підприємств важливо розуміти, що адаптувати такий досвід можна лише з урахуванням особливостей національної культури, а також слід діяти ситуативно та брати до уваги всі можливі чинники. Наприклад, у сучасному українському суспільстві функціонують певні соціокультурні цінності, які своїм джерелом мають традиційну для країн Східної Європи релігійну конфесію, таку як православ'я, етична система якого не відповідає цінностям західного варіанта капіталізму, хоча має значний потенціал стимулювання господарської діяльності та гармонізації соціальних відносин.

Певне уявлення щодо специфіки співвідношення сучасної української культури взагалі та культури підприємства зокрема дають результати широкомасштабного дослідження підрозділів великої корпорації IBM за методикою нідерландського вченого Г. Хофстеде. Показники дослідження мали інтегральний і глибинно-психологічний характер: аналізуючи менталітет різних етнічних груп, вони відбивали світоглядний і національний рівні корпоративної культури. Це поклало початок етнометричному підходу, за якого базовим чинником корпоративної культури виступає національна культура. У зв'язку з цим Г. Хофстеде запропонував такі характеристики для вивчення зазначеного чинника [3, с. 3–9]:

1) індивідуалізм/колективізм, за допомогою яких описується характер взаємозв'язку індивіда з суспільством;

2) мужність/жіночність, тобто домінування у різних типах суспільств чоловічих або жіночих цінностей;

3) дистанція влади – ступінь нерівності, мала чи велика дистанція до влади в суспільстві, а також характер централізації влади й стиль керівництва;

4) неприйняття невизначеності, яка пов'язана з невідомістю майбутнього та безповоротністю минулого; у суспільствах зі слабким ступенем неприйняття індивіди готуються до невизначеності й намагаються ослабити її тиск; суспільства із сильним ступенем неприйняття намагаються контролювати майбутнє, забезпечити безпеку та мінімізувати ризики за допомогою технологій, законів, експертних оцінок та релігії;

5) довгострокова орієнтація – здатність суспільства до прагматизму та орієнтація на майбутнє, на протигагу традиціоналізму.

Треба зауважити, що в Україні проводилась незначна кількість досліджень за методикою Г. Хофстеде, проте вони дають певне уявлення про загальні соціокультурні характеристики нашої країни, які здійснюють значний вплив на корпоративну культуру сучасних вітчизняних підприємств. Наприклад, можна вказати на досить значну дистанцію влади в Україні та низький рівень індивідуалізму, що є наслідком тривалого перебування у складі СРСР [5, с. 165].

Положення етнометричного підходу неодноразово перероблювались. Група вчених у межах проєкту GLOBE доповнила характеристики вивчення національної культури у внутрішньому середовищі організації. У межах всесвітнього науково-дослідницького проєкту WVS (World Values Survey) американський учений Р. Інглхарт запропонував дослідження крос-культурних змін у корпораціях та визначив особливості впливу загальносвітових і національних цінностей на структуру й життєдіяльність підприємства [3, с. 9].

Етнометричний і крос-культурний напрями досліджень корпоративної культури набувають популярності в нашій країні. Дослідження трансформаційних процесів культури вітчизняних підприємств демонструють спрямованість на індивідуалізацію, тенденцію до зниження дистанції влади, зниження рівня патерналізму та підвищення «мужності» [8, с. 52–59].

Феномен вітчизняної корпоративної культури нині інтенсивно розвивається й модернізується, намагаючись набутти індивідуальних рис через відображення особливостей національної культури. Однак унаслідок глобалізації та поширення інформаційних технологій відбувається інтеграція протилежних моделей, а саме західної та східної, коли кожна з них переймає ті елементи, які можуть підвищити її ефективність. Згідно з дослідженнями Д. Майтрі та Т. Бредлі, Україна за вимірами

індивідуалізму та дистанції влади тяжіє до західної культури, проте досить чітко проглядається її проміжне положення між західною та східною культурами [5, с. 166].

Процес інтеграції з огляду на загальну глобалізацію світового простору є неминучим, але експерти, які впроваджують у систему управління певний тип корпоративної культури, мають контролювати цей процес, щоб уникнути повного поглинання однієї культури іншою. Національна культура є важливим чинником корпоративної культури, і саме вона здатна тримати у стані рівноваги процес запозичення іноземних моделей та сприяти їх ефективній адаптації.

Отже, в загальних рисах культуру транзитного українського суспільства можна охарактеризувати за такими ознаками, як поєднання традиційно українських, радянських (патерналістських) і модерністських капіталістичних цінностей західної ринкової економіки; гетерогенність культури (класові, конфесійні, національні, регіональні субкультури й політичні цінності); відчуження та атомізованість суспільства, низький рівень соціальної солідарності, відсутність консенсусу щодо основних економічних цінностей [4, с. 118]. Це свідчить про незавершеність транзиту української культури, що відбивається на колективній свідомості, яка «виглядає різновекторним суперечливим еkleктичним поєднанням прогресивних та консервативних елементів світобачення практично всіх суспільних груп і прошарків» [9, с. 193].

У цьому контексті виникає питання про те, яким чином співвідноситься амбівалентна й гетерогенна культура українського суспільства з корпоративною культурою сучасного підприємства. Відповідь необхідно шукати в соціокультурних та соціально-економічних механізмах управління корпоративною культурою сучасних підприємств. Корпоративна культура, як і вся культура людства загалом, формується в процесі спільної діяльності людей. Головна відмінність корпоративної культури від культури загалом полягає в тому, що культура в загальному сенсі формується спонтанно в ході життєдіяльності й розвитку людства, тоді як корпоративна культура підприємства створюється людьми шляхом свідомого конструювання з подальшим управлінням її розвитком. Підприємства сьогодні не можуть не враховувати сучасні суспільні виклики, відповідно, не можуть не управляти своєю корпоративною культурою.

Висновки з проведеного дослідження. Культура будь-якого суспільства являє собою відкриту соціальну систему. Культурі сучасного українського суспільства як системі притаманні власна специфіка й динаміка, що пов'язані з транзитним станом та низкою значних протиріч, які є наслідком впливу соціально-економічних,

соціально-політичних, етнонаціональних, ментальних, релігійно-духовних, етично-моральних чинників на соціокультурний розвиток. Зазначені чинники здійснюють значущий вплив як на розвиток культури загалом, так і на формування й розвиток культури окремих суб'єктів господарювання, зокрема сучасних підприємств. Культура суспільства загалом та культура певного підприємства являють собою певні структурні елементи єдиної відкритої соціальної системи культури, які є взаємозалежними та здатними до взаємопроникнення. Сучасне підприємство під час взаємодії із зовнішнім соціокультурним простором суспільства виявляється сприйнятливим до його трансформаційних змін та під впливом певних чинників набуває відповідних характеристик. Таким чином, під час дослідження корпоративної культури сучасного підприємства необхідно враховувати специфіку впливу на неї етнонаціональних чинників; особливостей національної культури й ментальності; історичних, економіко-господарських, соціокультурних та інтелектуальних передумов її становлення; її сучасного стану та новітніх тенденцій розвитку в умовах транзитних трансформацій сучасного суспільного розвитку, а також впливу процесів етнокультурного ренесансу на фоні глобалізаційних економічних та соціокультурних викликів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Mead M., Benedict R. A humanist in anthropology. New York : CUP, 2005. 180 p.
2. Inkeles A., Levinson D. National Character: the Study of Modal Personality and Sociocultural System. The Handbook of Social Psychology. McGraw Hill, 1969. Vol. 4.
3. Колонтай М. Влияние национальных культур на становление и развитие менеджмента в разных странах (исследование Гирта Хофстеде). URL: http://old.research.by-pdf_1999_n2r06.pdf (дата звернення: 29.07.2020).
4. Ілляшенко С., Овчаренко М. Умови та особливості становлення корпоративної культури вітчизняних підприємств. *Проблеми економіки*. 2012. № 3. С. 114–118.
5. Латова Н., Латов Ю. Восточнославянские страны на ментальной карте мира по Г. Ховстеду. *Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: Экономическая*. Вып. 38-1. С. 161–168.
6. Щербина С. Организационная культура как фактор перехода к рыночной экономике : дисс. ... канд. социол. наук : спец. 22.00.08. Москва, 1999. 146 с.
7. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / пер. с англ. 4-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2013. 352 с.
8. Кремнева Н. Формирование корпоративной культур: инновации и стереотипы. *СОЦИС*. 2007. № 7. С. 52–59.
9. Мартинюк І. Чи стабільні демократичні перетворення в Україні? *Українське суспільство*. Двадцять

років незалежності. Соціологічний моніторинг : у 2 т. Т. 1 : Аналітичні матеріали / за ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ : Інститут соціології НАН України, 2011. С. 193.

REFERENCES:

1. Mead M. Benedict R. A humanist in anthropology. New York : CUP, 2005. 180 p.
2. Inkeles A., Levinson D. National Character: the Study of Modal Personality and Sociocultural System. The Handbook of Social Psychology. McGraw Hill, 1969. Vol. 4.
3. Kolontay M. (1999) Vliyaniye natsional'nykh kul'tur na stanovleniye i razvitiye menedzhmenta v raznykh stranakh (issledovaniye Girta Khofstede) [electronic journal]. Available at: <http://old.research.by/pdf/1999n2r06.pdf>. (accessed 29.07.2020).
4. Ilyashenko S., Ovcharenko M. (2012) Umovy ta osoblyvosti stanovlennya korporativnoyi kul'tury vitchyznyanykh pidpryyemstv [Conditions and features of formation of corporate culture of domestic enterprises]. *Problemy ekonomiky*, no 3, pp. 114–118.
5. Latova N., Latov Yu. Vostochnoslavjanskiye strany na mental'noy karte mira po G. Khovstedu [East Slavic countries on the mental map of the world according to G. Hovsted.]. *Nauchnyye trudy Donetskogo natsional'nogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya ekonomicheskaya*, vol. 38-1, pp. 161–168.
6. Shcherbina S. (1999) Organizatsionnaya kul'tura kak faktor perekhoda k rynochnoy ekonomike [Organizational culture as a factor in the transition to a market economy] (PhD Thesis), Moscow.
7. Sheyn E. (2013) Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo [Organizational culture and leadership]. – St. Petersburg: Piter (in Russian).
8. Kremneva N. Formirovaniye korporativnoy kul'tur: innovatsii i stereotipy [Formation of corporate cultures: innovations and stereotypes]. *SOCIS*. 2007, no. 7, pp. 52–59.
9. Martynyuk I. (2011) Chy stabil'ni demokratychni peretvorenniya v Ukraini? Ukrayins'ke suspil'stvo. Dvadtsyat' rokiv nezalezhnosti [Are democratic transformations stable in Ukraine? Ukrainian society. Twenty years of independence] : Sociological monitoring. Kiev: Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine (in Ukrainian).

СТАНОВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИЙ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

FORMATION OF INNOVATIVE MANAGEMENT OF COMPANIES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA THROUGH THE PRISM OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

УДК 338.242.2

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-15>**Дорогая И.И.**

доктор философии в экономике,
доцент департамента «Менеджмент»
Молдавская Экономическая Академия
(ASEM)
(г. Кишинэу, Республика Молдова)

Dorogaia Irina

Academy of Economic Studies of Moldova

Статья посвящена актуальной теме, которая содержит совокупность таких составляющих, как ориентация каждого государства в отдельности, а также всего мирового пространства на процесс устойчивого развития; использование концепции инновационного менеджмента и рассмотрение инноваций как части программы устойчивого развития. Инновационный менеджмент – это наука, которая включает разнообразные подходы и рассматривает инновации различных форм и масштабов, основной целью которой является инициирование, развитие и продвижение инноваций и инновационных процессов на различных уровнях управления. В то же время концепция устойчивого развития, в реализации которой заинтересована и Республика Молдова, придерживается определенных ориентиров, а именно удовлетворение потребностей общества в настоящем периоде не должно ущемлять интересы будущих поколений по различным направлениям.

Ключевые слова: инновации, инновационный менеджмент, инновационный процесс, управление изменениями, стратегия, стратегическое развитие компании, устойчивое развитие, концепция устойчивого раз-

вития, нормативы, принципы, социальная ответственность.

Стаття присвячена актуальній темі, яка містить сукупність таких складових, як орієнтація кожної держави окремо, а також усього світового простору на процес сталого розвитку; використання концепції інноваційного менеджменту та розгляд інновацій як частини програми сталого розвитку. Інноваційний менеджмент – це наука, яка включає різноманітні підходи та розглядає інновації різних форм і масштабів, основною метою якої є ініціювання, розвиток і просування інновацій та інноваційних процесів на різних рівнях управління. Водночас концепція сталого розвитку, в реалізації якої зацікавлена й Республіка Молдова, дотримується певних орієнтирів, а саме задоволення потреб суспільства в теперішньому періоді не має обмежувати інтереси майбутніх поколінь за різними напрямками.

Ключові слова: інновації, інноваційний менеджмент, інноваційний процес, управління змінами, стратегія, стратегічний розвиток компанії, сталий розвиток, концепція сталого розвитку, нормативи, принципи, соціальна відповідальність.

This article is devoted to a topic that is relevant today, which contains a set of components: firstly, it is the orientation of each state separately, as well as the entire world space in the process of sustainable development, and secondly, the use of the concept of innovative management and consideration of innovation as part of a sustainable development. Innovation management is a science that includes a variety of approaches and considers innovations of various forms and scales, the main goal of which is to initiate, develop and promote innovations and innovative processes at various levels of management. Innovation is an integral part of the strategy of an enterprise that is interested in gaining a competitive advantage in the long term. At the same time, the concept of sustainable development, in the implementation of which the Republic of Moldova is interested, adheres to certain guidelines, namely, meeting the needs of society in the current period should not infringe on the interests of future generations in various areas. In total, more than 170 tasks have been identified, which are combined into 17 main goals or areas of implementation – in the field of ecology, nature management, gender equality, overcoming poverty and many other indicators. Thus, considering the development of new directions in management, in our opinion, it is necessary first of all to compare them with the implementation of this concept. The focus on the concept of sustainable development should occur both at the enterprise level (micro-level) and at the level of the state system (macro-level), in our understanding, the micro-level should reach each specific individual, that is, already in childhood, without thinking about conceptual concepts, the child needs to instill the values that are present in the concept. If we talk about the policy of the company's management, then the desire to implement the concept should be achieved by establishing a balance between economic, social and environmental goals. The problem of management today is that, focusing mainly on economic goals, which are also difficult to achieve, given the current instability and variability of the business environment, an entrepreneur should think about higher goals, values that do not contradict the social concepts of society, and also compliance with environmental regulations.

Key words: innovation, innovation management, innovation process, change management, strategy, strategic development of the company, sustainable development, the concept of sustainable development, standards, principles, social responsibility.

Постановка проблемы. Сегодняшний мир характеризуется высокой степенью непредсказуемости, изменчивости и противоречивости. Сегодня как никогда сложно управлять бизнесом. Несмотря на постоянное появление инноваций, которые, на первый взгляд, призваны облегчить работу менеджменту компаний, со стороны конкурентов появляются еще более изощренные механизмы и элементы менеджмента и маркетинга. Кроме этого, большую неопределенность имеют факторы макросреды предприятия, а именно экономические, политические, социальные.

Огромное влияние на бизнес-среду оказала ситуация, связанная с COVID-19, которая прямо воздействовала на деятельность практически всех компаний, заставив их либо в корне поменять внутренний механизм работы, либо остановиться на неопределенный срок, что, естественно, повлияло на выживаемость предприятий в долгосрочной перспективе.

В таких условиях крайне сложно внедрять и продвигать инновации, но в то же время инновационный процесс требует определенных ресурсов, а именно временных, денежных, наличия

специалистов, и, что немаловажно, наличия инновационных идей. Кроме этого, экономика Республики Молдова, имеющая приоритетную цель интеграции в Европейское Сообщество, придерживается реализации целей Концепции устойчивого развития. Проблема заключается в том, что, ориентируясь в основном на экономические цели, которые тоже тяжело реализовать с учетом сегодняшней нестабильности и изменчивости бизнес-среды, предприниматель должен задумываться и о более высоких целях, ценностях, которые не противоречат социальным концептам общества, а также соблюдению экологических нормативов.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию вопросов инновационного менеджмента посвящено много научных трудов. Среди зарубежных и молдавских исследователей широко известны работы таких специалистов, как Дж.А. Шумпетер, П. Друкер, М.Л. Тушман, С.А. О'Рейли, С.Л. Браун, К.М. Ейшенхардт, Дж.А. Крситиансен, А.В. Барышева, А.В. Сурин, О.П. Молчанова, Б.Н. Чернышев, Т.Г. Попадюк, В.Г. Медынский, Е.И. Хрищев, А.П. Котелник, С.П. Бараненко, М.Н. Дудин, Н.В. Лясников [1–8].

Все эти авторы акцентируют внимание на важности инноваций и необходимости их стимулирования, разработки и внедрения, характеризуют различные виды инноваций и инновационных стратегий, используемых предприятиями. Также исследователи уточняют роли и функции инноваций, придавая им особое значение в современном турбулентном пространстве.

В то же время относительно концепции устойчивого развития проведено немало исследований. Начиная с 1987 года, когда Генеральной Ассамблеей ООН была провозглашена необходимость рассмотрения устойчивого развития как важнейшей цели цивилизации, появилось много трудов, обосновывающих наиболее важные проблемы в обществе. А.В. Петер, Т. Джексон, Д.М. Гришиани, Н.Н. Марфенин, Б.М. Миркин и многие другие освящают различные проблемы современного общества, связанные с загрязнением окружающей среды, исчезновением природных ресурсов, возрастанием бедности, снижением качества жизни и т. д. [11].

Постановка задания. Целью исследования является проведение концептуальной взаимосвязи между теориями инновационного менеджмента и концепцией устойчивого развития, рассмотрение этих понятий в практике молдавских предприятий, выявление проблем взаимодействия концепций и необходимости их преодоления.

Изложение основного материала исследования. В общем смысле инновационная активность в классическом ее представлении реализует три функции, а именно воспроизводственную, инвестиционную и стимулирующую.

Воспроизводственная функция предполагает дополнительную возможность финансирования производственного процесса. Ее имплементация происходит следующим образом: средства, полученные от реализации инновации, можно частично или полностью (в зависимости от решения менеджмента) инвестировать в дальнейшее производство или его расширение [5–8].

Инвестиционная функция предполагает получение прибыли от внедрения и реализации инновации, которая может распространяться на инвестиции в различные проекты. Так, инвестиционная функция может частично приобретать форму воспроизводственной [5–8].

Стимулирующая функция предполагает, что успех от реализации инновационного процесса ведет к постоянному поиску новых идей. Получение прибыли от воплощения инновации (продуктовой или процессной) прямо реализует основную цель предприятия, следственно, стимулирует его к новому инновационному процессу. Таким образом, предприниматель проявляет больше интереса по отношению к потребностям клиентов, стимулирует инновационную активность персонала, меняет схемы взаимоотношений с поставщиками и подрядчиками [5–8].

Некоторые исследователи выделяют преобразующую функцию инноваций, которая заключается во взаимосвязи теории и практики, то есть осуществляет переход от научных и концептуальных аспектов к практической реализации нововведений. Так, успешные научные исследования, которые перерастали в открытия, способны перевернуть ход событий или даже осуществить научно-техническую революцию.

На наш взгляд, сегодня огромное значение приобретает социальная функция инноваций, которая прежде всего должна предусматривать соответствие между всеми научными исследованиями и их влиянием на общество. Социальная функция инноваций может проявляться по-разному, а именно через повышение качества товаров и услуг, экологическую составляющую товаров и процессов производства, экономию ресурсов при освоении новых типов производства, повышение качества жизни при использовании инноваций в здравоохранении и т. д.

Из-за важности социальной функции инноваций в 1970-е годы появляется термин «социальные инновации», который впервые начали использовать французские авторы Жак Фурнье, Жак Аталли и Пьер Розанваллон. Сегодня этот термин широко используется в литературе и бизнес-практике.

Уточним, что стратегия устойчивого развития придерживается реализации 17 основных направлений, которые имеют определенные нормативы реализации до 2030 года [11]:

- 1) ликвидация нищеты;
- 2) ликвидация голода;
- 3) хорошее здоровье и благополучие;
- 4) качественное образование;
- 5) гендерное равенство;
- 6) чистая вода и санитария;
- 7) доступная (недорогая) и чистая энергия;
- 8) достойная работа и экономический рост;
- 9) индустриализация, инновации и инфраструктура;
- 10) уменьшение неравенства;
- 11) устойчивые города и населенные пункты;
- 12) ответственное потребление и производство;
- 13) борьба с климатическими изменениями;
- 14) сохранение морских экосистем;
- 15) сохранение экосистем суши;
- 16) мир, правосудие и эффективные институты;
- 17) партнерство в интересах устойчивого развития.

Сегодня в Республике Молдова практически все показатели уступают общеевропейским. Так, к примеру, по категории «здоровье и благополучие» индикатор средней продолжительности жизни в Республике Молдова составляет 72,2 года, тогда как в общем по европейским странам – 81 год, восприятие состояния здоровья как хорошее и очень хорошее в Молдове всего лишь у 46,2% населения, тогда как в странах Европы – у 67,5, а по показателю «чистая вода и санитария» население, не имеющее ванной комнаты, душевой или санитарного узла, в Молдове составляет 41,5%, тогда как в Европе – 1,9%. Такая существенная разница наблюдается и по другим показателям. Более подробно сравнительный анализ индикаторов устойчивого развития представлен в работе [9].

Перечислим основные преимущества, которые могут нести инновации современному обществу с учетом стратегии устойчивого развития.

1) Инновации способствуют экономическому развитию путем создания новых отраслей экономики, а также путем реализации воспроизводственной и инвестиционной функций.

2) Инновации во многом призваны улучшать условия жизни людей (облегчать условия труда, совершенствовать быт и др.).

3) Инновации позволяют уменьшить издержки производства, тем самым делая продукцию более доступной и, возможно, качественной.

4) Многие инновации позволяют сберегать существующие энергоносители, ресурсы, что влияет как на увеличение прибыли производителя (путем снижения издержек), так и на достижение одной из основных целей устойчивого развития, которая заключается в ресурсосбережении.

5) Развитие инновационной деятельности существенным образом влияет на образовательный уровень предприятия, увеличение количества

компетентных специалистов, на макроуровне продвижение инноваций способствует повышению уровня развития страны, общества.

Таким образом, приходим к выводу, что реализация стратегии устойчивого развития невозможна без стимулирования и продвижения инноваций. В дополнение к этому утверждению выступает девятый пункт Концепции устойчивого развития, который рассматривает индустриализацию, инновации и инфраструктуру. Очевидно, составляющие компоненты этого и других направлений невозможно реализовать без корректно спланированной и организованной инновационной деятельности.

Созданием и развитием инноваций в Республике Молдова заинтересованы все частные и государственные структуры. Несмотря на острую необходимость и целесообразность поддержания инновационной инфраструктуры, исследования, проведенные в 2019 году Национальным бюро статистики (НБС), показывают, что инновационный климат недостаточно развит. Эта ситуация усугубляется настоящим положением, связанным с кризисом, вызванным пандемией COVID-19. Данные исследования представлены в табл. 1.

Согласно проведенному исследованию, за 2017–2018 годы количество инновационных предприятий составило 605, или 18% из общего количества предприятий, включенных в исследование, причем этот показатель на 10% меньше, чем за период 2015–2016 лет. Из общего числа инновационно активных предприятий 40% внедрили одновременно несколько типов инноваций, а именно продуктовых, процессных, организационных и маркетинговых, 20% реализовали продуктовые и процессные инновации, 40% – организационные и маркетинговые [10].

Из общего количества инновационных предприятий 52% задействованы в индустрии (48% из них задействованы в перерабатывающей промышленности), а 48% – в сфере услуг, из которых 22% задействованы в оптовой торговле, 11% – в перевозках и складировании, 8% – в информации и коммуникациях [10].

Для представления более полной картины предоставим табл. 2, которая раскрывает основные инновационные отрасли молдавских предприятий.

Данные табл. 2 характеризуют слабую инновационную активность молдавских предприятий. Так, всего 1% предприятий добывающей промышленности использует какие-либо инновации в деятельности, в перерабатывающей промышленности этот показатель намного больше (48,1%), но также не достигает даже половины всех предприятий, включенных в выборку, крайне низок и процент инновационных предприятий, занимающихся добычей и поставкой электро- и термозергии,

Таблица 1

Инновации Республики Молдова по типам за 2015–2018 годы (согласно исследованию НБС) [10]

Показатель	2015–2016 годы		2017–2018 годы	
	количество предприятий	структура инновационных предприятий, %	количество предприятий	структура инновационных предприятий, %
Количество предприятий, включенных в исследование (всего)	3 233	х	3 326	х
Количество инновационных предприятий (всего):	673	100	605	100
– количество предприятий, внедривших несколько типов инноваций (продуктовых, процессных, организационных, маркетинговых)	276	41	244	40,3
Количество предприятий, внедривших продуктовые и/или процессные инновации	155	23	119	19,7
– количество предприятий, внедривших только производственные инновации	57	8,5	51	8,4
– количество предприятий, внедривших только процессные инновации	56	8,3	37	6,1
– количество предприятий, внедривших инновационные продукты и услуги	42	6,2	31	5,1
– количество предприятий, внедривших организационные и маркетинговые инновации	242	36,0	242	40,0
– в частности, количество предприятий, внедривших только организационные инновации	72	10,7	81	13,4
– количество предприятий, внедривших только маркетинговые инновации	99	14,7	91	15,0
– количество предприятий, внедривших организационные и маркетинговые инновации	71	10,5	70	11,6

Таблица 2

Инновационные предприятия Республики Молдова по направлениям деятельности в 2017–2018 годах (согласно исследованиям НБС)[10]

Показатель	Количество предприятий, включенных в исследование	Количество инновационных предприятий	Структура инновационных предприятий, %
<i>Всего предприятий</i>	3 326	605	100
Производственная деятельность, всего	1 374	317	52,4
Добывающая промышленность	52	6	1,0
Перерабатывающая промышленность	1 188	291	48,1
Добыча и поставка электро- и термознергии, газа, горячей воды и кондиционированного воздуха	30	7	1,2
Поставка воды, канализация, распределение отходов	104	13	2,1
<i>Услуги, всего</i>	1 952	288	47,6
Оптовая торговля	890	135	22,3
Транспорт и складирование	609	64	10,6
Информация и коммуникации	249	51	8,4
Финансовая деятельность и страхование	60	15	2,5
Профессиональная и научно-техническая деятельность	144	23	3,8

газа, горячей воды и кондиционированного воздуха (1,2%), это же можно сказать и о деятельности, связанной с поставкой воды, канализацией и распределением отходов (2,1%). Показатели

инновативности на предприятиях сферы услуг немногим больше, но их также можно охарактеризовать как недостаточные. Так, финансы и страхование имеют 2,5%, профессиональная и

научно-техническая деятельность – 3,8%, информация и коммуникации – 8,4%, транспорт и складирование – 10,6%, наибольший показатель инновативности зафиксирован в оптовой торговле, где он составляет 22,3% [10].

Данные табл. 1, 2 говорят о слабой инновационной среде национальных предприятий и необходимости ее развития путем стимулирования на микро- и макроуровнях. Выгода от использования инноваций очевидна, в то же время их социальная составляющая не всегда ставится на первый план предпринимателями. Предприятия, переживающие не самые лучшие времена, видят в инновациях в большей степени средство получения дополнительной прибыли, а в меньшей – цель реализации стратегии устойчивого развития. В то же время одни и другие цели могут дополнять друг друга, а зачастую и приносить синергетический эффект от их внедрения.

Схематично совмещение двух подходов, а именно инновационного менеджмента и концепции устойчивого развития, представлено на рисунке. Наш подход предполагает рассмотрение функций, которые реализуют инновации на предприятии, через призму составляющих концепции устойчивого развития.



Рис. 1. Реализация целей стратегии устойчивого развития через функции инноваций

На государственном уровне Республика Молдова подписала Рамочную программу партнерства с Организацией Объединенных Наций в целях устойчивого развития на 2018–2022 годы [12]. Согласно повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, это документ, задающий направления развития экономики и социальной сферы страны в долгосрочной перспективе. Рамочные программы развития разрабатываются на пять лет как план действий, который направлен на достижение максимальных результатов.

Обратимся к Цели устойчивого развития (ЦУР) 9, которая звучит так: «создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям», далее в программе прописаны конкретизирующие

ее направления. Так, зафиксированы подцель 9.1 «Развивать высококачественную, надежную, устойчивую и стойкую материальную и деловую инфраструктуру в регионах в целях поддержки экономического роста, развития и благополучия населения, уделяя особое внимание обеспечению недорогого и равноправного доступа для всех», 9.2 «Содействовать всеохватной и устойчивой индустриализации, чтобы к 2030 году повысить уровень занятости и долю промышленного производства в ВВП до уровня, приближенного к среднему в странах Центральной и Восточной Европы». Также представляют интерес цели, связанные с увеличением доступа к финансовым услугам для расширения производственно-сбытовой деятельности предпринимателей, модернизация и переоборудование инфраструктуры промышленных предприятий, превращение их в «устойчивые предприятия» через повышение их эффективности, применение безотходных и экологически безопасных технологий и т. д. [12].

Выводы из проведенного исследования.

Предприятия Республики Молдова действуют в сложных условиях, ведь затянувшийся экономический кризис и негативное влияние нового вызова внешней среды, связанного с пандемией, создают еще больше проблем, а с ними и дополнительную ответственность. Сохранение рабочих мест, выплата заработной платы, удержание места на рынке, постоянно растущая конкуренция – это лишь некоторые проблемы, с которыми они сталкиваются. В таких условиях внедрение инноваций становится еще более сложным. В то же время для того, чтобы повысить свою эффективность и конкурентоспособность, их внедрение является необходимым. Проведенное исследование показывает слабую инновационную активность национальных предприятий. В то же время Концепция устойчивого развития, курс на реализацию которой взяла Республика Молдова, предусматривает использование инноваций в деятельности предприятий всех видов. На наш взгляд, объединение двух подходов, а именно целей и функций инновационного менеджмента в сочетании с реализацией целей устойчивого развития, не только даст инновационному предприятию конкурентное преимущество, но и поможет реализовать социальные или экологические цели (может, и их сочетание) на макроуровне.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Brown S.L., Eisenhardt K.M. Competing on the edge: strategy as structured chaos. Boston : Harvard Business School Press, 1998.
2. Christiansen J.A. Building the innovative organization: Management systems that encourage innovation. N.Y. : St. Martin's Press, 2000.
3. Drucker P. Innovation and entrepreneurship. Practice and principles. New York : HarperCollins Publishers Inc. 1993.

4. Kettunen J., Ilomaki K., Kalliokoski P. Making Sense of Innovation Management. Helsinki : Teknologia teollisuus, 2007.

5. Инновационный менеджмент : учебное пособие / под ред. А.В. Барышевой. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007.

6. Сурин А.В., Молчанова О.П. Инновационный менеджмент. Москва : ИНФРА-М, 2008.

7. Инновационный менеджмент и экономика организаций (предприятий) / под ред. Б.Н. Чернышева, Т.Г. Попадюк. Москва : Инфра-М, 2007.

8. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент : учебник. Москва : ИНФРА-М, 2008.

9. Дорогая И.И. Концепция устойчивого развития и управление изменениями компании. *Statistical methods and information technologies for the analysis of socio-economic development* : XX International Scientific-practical Conference (May 21, 2020, Khmelnytsky, Ukraine). Khmelnytsky. 2020. С. 33–38. ISBN 978-617-7572-36-6.

10. Rezultatele activității de inovare a întreprinderilor în Republica Moldova în anii 2017–2018. URL: <https://statistica.gov.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=6541#idc=457&> (дата обращения: 20.07.2020).

11. Цели в области устойчивого развития. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals> (дата обращения: 20.07.2020).

12. Рамочная программа партнерства Республики Молдова и Организации Объединенных Наций в целях устойчивого развития на 2018–2022 годы. URL: www.md.undp.org (дата обращения: 20.07.2020).

REFERENCES:

1. Brown S.L., Eisenhardt K.M. Competing on the edge: strategy as structured chaos. Boston: Harvard Business School Press, 1998.

2. Christiansen J.A. Building the innovative organization: Management systems that encourage innovation. N.Y.: St. Martin's Press, 2000.

3. Drucker Peter, Innovation and entrepreneurship. Practice and principles. New York: HarperCollins Publishers Inc. 1993.

4. Jari Kettunen, Kaisa Ilomaki, Petri Kalliokoski. Making Sense of Innovation Management. Helsinki: Teknologia teollisuus, 2007.

5. Innovatsionnii management. Uchebnoie posobie. [Innovation Management: A Study Guide], red. Barishevoi A.V., Moscow: "Dashkov i Ko", 2007 (in Russian).

6. A.V. Surin, O.P. Molchanova, Innovatsionnii management [Innovation Management], Moscow: INFRA-M, 2008 (in Russian).

7. Innovationnii memedjment i economica organizatsii (predpriatii) [Innovation management and economics of organizations (enterprises)]: red. B.N. Chernysheva, T.G. Popadyuk, Moscow, INFRA-M, 2007 (in Russian).

8. V.G. Medynsky. Innovationnii menedjment. [Innovation management] : textbook. Moscow, INFRA-M, 2008 (in Russian).

9. Dorogaia I. Kontseptsia ustoichivogo razvitia I upravlenie izmeneniami kompanii.[Sustainable development concept and company change management], p. 33-38, XX International Scientific-practical Conference "Statistical methods and information technologies for the analysis of socio-economic development", May 21, 2020, Khmelnytsky, Ukraine, 2020, ISBN 978-617-7572-36-6 (in Russian).

10. Rezultatele activității de inovare a întreprinderilor în Republica Moldova în anii 2017–2018. Available at: <https://statistica.gov.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=6541#idc=457&> (accessed 20 July 2020).

11. Tseli v oblasti ustoichivogo razvitia. [Sustainable Development Goals]. Available at: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goal> (accessed 20 July 2020).

12. Ramochnaia programma partnerstva Respubliki Moldova I Organizatsii Obiedinennih Natsii v tseleah ustoichivogo razvitia na 2018–2022 godi. [Partnership Framework of the Republic of Moldova and the United Nations for Sustainable Development 2018–2022]. Available at: www.md.undp.org (accessed 20 July 2020).

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РІВНЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING OF STAFF LOYALTY LEVEL

УДК 330.46:339.138

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-16>**Квіта Г.М.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної
кібернетики та маркетингу
Київський національний університет
технологій та дизайну

Шіковець К.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної
кібернетики та маркетингу
Київський національний університет
технологій та дизайну

Казнодій В.О.

студент
Київський національний університет
технологій та дизайну

Kvita Halyna

Kyiv National University of Technologies
and Design

Shikovets Catherine

Kyiv National University of Technologies
and Design

Kaznodiy Vitaliy

Kyiv National University of Technologies
and Design

У статті розкрито поняття лояльності персоналу. Зазначено, що лояльність персоналу – це доброзичливе, коректне, щире, шанобливе ставлення до керівництва, співробітників, інших осіб, їхніх дій, до компанії загалом; усвідомлене виконання співробітником своєї роботи відповідно до цілей і завдань компанії та в інтересах компанії, а також дотримання норм, правил і зобов'язань, включаючи неформальні, щодо компанії, керівництва, співробітників та інших суб'єктів взаємодії. Розкрито сутність та зміст поняття «маркетингова стратегія», запропоновано під маркетинговою стратегією компанії в Інтернеті розуміти напрям (вектор) дій компанії щодо створення його цільових ринкових позицій. Застосування економіко-математичного моделювання до оцінювання рівня лояльності персоналу дасть змогу створювати прогноз на основі множинної лінійної економетричної моделі, що описує залежність рівня лояльності персоналу в організації від трьох найбільш впливових факторів, таких як стосунки в колективі, займана посада та рівень заробітної плати й бонуси. Це дасть можливість керівництву компанії підвищити ефективність роботи персоналу та позитивно вплине на інтернет-стратегію компанії загалом.

Ключові слова: інтернет-стратегія компанії, економіко-математичне моделювання, лояльність персоналу.

В статье раскрыто понятие лояльности персонала. Указано, что лояльность

персонала – это доброжелательное, корректное, искреннее, уважительное отношение к руководству, сотрудникам, другим лицам, их действиям, к компании в целом; осознанное выполнение сотрудником своей работы в соответствии с целями и заданиями компании и в интересах компании, а также соблюдение норм, правил и обязательств, включая неформальные, касательно компании, руководства, сотрудников и других субъектов взаимодействия. Раскрыты сущность и содержание понятия «маркетинговая стратегия», предложено под маркетинговой стратегией компании в Интернете понимать направление (вектор) действий компании по созданию его целевых рыночных позиций. Применение экономико-математического моделирования к оцениванию уровня лояльности персонала позволит создавать прогноз на основе множественной линейной эконометрической модели, описывающей зависимость уровня лояльности персонала в организации от трех наиболее влияющих факторов, таких как отношения в коллективе, занимаемая должность и уровень заработной платы и бонусы. Это позволит руководству компании повысить эффективность работы персонала и положительно повлияет на интернет-стратегию компании в целом.

Ключевые слова: интернет-стратегия компании, экономико-математическое моделирование, лояльность персонала.

The article reveals the concept of loyalty of the company's staff. It is noted that the loyalty of the staff is a friendly, correct, sincere, respectful attitude to the management, employees, other persons, their actions, to the company as a whole; conscious performance by the employee of his work in accordance with the goals and objectives of the company and in the interests of the company, as well as compliance with norms, rules and obligations, including informal, regarding the company, management, employees and other entities. The vast majority of Internet marketing strategies are aimed at: increasing targeted traffic to the site; increase customer conversions from the site and related site pages. Internet marketing design begins with identifying those communications that can be transferred to the Internet. For each company, the Internet marketing strategy depends on the reach of target groups and communication capabilities. The basic element of the company's marketing strategy on the Internet is the staff, and the key assessment of the effectiveness of its work is the level of loyalty. The essence and content of the concept of "marketing strategy" are revealed and it is suggested that the company's marketing strategy on the Internet be understood as the direction (vector) of the company's actions to create its target market positions. The application of economic and mathematical modeling to assess the level of staff loyalty will create a forecast based on a multiple linear econometric model. Namely: construction of a linear multifactor econometric model and determination of all its characteristics; testing for statistical significance of model parameters, multiple correlation coefficient, checking the adequacy of the model using Fisher's criterion; testing the model for the presence of multicollinearity by the Ferrara-Glober method, assessment of the significance of multicollinearity; testing the model for the presence of autocorrelation of errors by the Darbin-Watson test; testing the model for heteroscedasticity of residues using the Park test for each factor; calibrate the model and develop a recommendation to improve the marketing strategy. This will enable the company's management to increase staff efficiency and have a positive impact on the company's Internet strategy as a whole.

Key words: Internet strategy of the company, economic and mathematical modeling, staff loyalty.

Постановка проблеми. Побудова ринкових економічних відносин в Україні зумовлює, зокрема, вдосконалення маркетингової стратегії, яка формує ринкові стратегічні орієнтири та залишається нині слабкою.

В умовах інформатизації суспільства споживачі є активними користувачами Інтернету, тому змінюється поведінка споживача: послаблюється сила впливу маркетологів на споживача, споживач стає більш інформованим і вимогливим. Відповідно, дії маркетологів на основі передбачення попиту мають випереджати дії споживачів.

Це видозмінює теорію стратегічного маркетингу. Проте принциповим є те, що маркетингові стратегії в умовах інформатизації суспільства мають розроблятися на таких засадах, як адресність, персоніфікована пропозиція товарів, глобалізованість, незалежність масштабу та інтенсивності маркетингових заходів від розмірів підприємства, незначні транзакційні витрати й витрати на комунікації, обов'язкова оцінка ефективності реалізації [1, с. 245].

Отже, в межах цих принципових положень не вирішеною раніше частиною загальної проблеми

є розроблення типологізації маркетингових інтернет-стратегій. Саме економіко-математичне моделювання рівня лояльності персоналу дасть компанії можливості покращити маркетингову інтернет-стратегію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у розроблення теоретичних та методичних аспектів стратегічного маркетингу підприємства здійснили такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Г.Л. Багієв, В.М. Тарасевич, А.П. Наливайко, Л.В. Балабанова, В.Л. Корінєв, М.Х. Корецький, О.І. Дацій, Н.В. Карпенко, Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг.

Постановка завдання. У кожного підприємства маркетингова інтернет-стратегія залежить від досяжності цільових груп і можливостей комунікації. Базовим елементом маркетингової стратегії компанії в Інтернеті є персонал, а ключовою оцінкою ефективності його роботи є рівень його лояльності, тому застосування економіко-математичного моделювання до оцінювання рівня лояльності персоналу дасть можливості покращення інтернет-стратегії компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Використання віртуальних маркетингових комунікацій дає можливість ефективно вести бізнес в інтернет, а саме знижувати витрати, здійснювати ефективні маркетингові дослідження, автоматизувати процеси купівлі-продажу та інформування клієнтів, проводити аналіз ринку, підвищувати ефективність взаємодії покупця й продавця. З особливою актуальністю це питання постає на висококонкурентних ринках, де поширення інформації про товар та підприємство сприяє формуванню позитивного іміджу та дає можливість швидко реагувати на ринкові зміни й управляти ситуацією на ринку. Саме ці позиції є основою беззаперечних переваг маркетингових інтернет-комунікацій перед традиційними [2, с. 71].

Великого значення у розробленні та впровадженні маркетингової стратегії набуває лояльність персоналу.

Лояльність – це коректне, благонадійне ставлення до кого-небудь або чого-небудь [3].

Під лояльністю персоналу будемо розуміти доброзичливе, коректне, щире, шанобливе ставлення до керівництва, співробітників, інших осіб, їхніх дій, до компанії загалом; усвідомлене виконання співробітником своєї роботи відповідно до цілей і завдань компанії та в інтересах компанії, а також дотримання норм, правил і зобов'язань, включаючи неформальні, щодо компанії, керівництва, співробітників та інших суб'єктів взаємодії.

Під час дослідження були виявлені нематеріальні організаційні фактори, що підвищують незадоволеність трудовою діяльністю в організації та впливають на підвищення нелояльності, а саме відсутність справедливої оцінки та визнання

результатів діяльності; недостатня увага або формальне ставлення з боку керівництва; відсутність поваги до особистості співробітника з боку керівництва; низький рівень затребуваності результатів праці та трудових досягнень; неможливість самореалізації та відсутність перспектив кар'єрного росту, відсутність позитивних емоційних зв'язків та взаємодопомоги між співробітниками; конфлікти в колективі, відсутність взаєморозуміння з колегами; негативне ставлення до професійної діяльності в колективі; авторитаризм керівництва, керування без думок співробітників; зміст діяльності, що не викликає інтересу [4, с. 1].

Для оцінювання лояльності персоналу різних підрозділів компанії можливим є підхід, що базується на порівняльній оцінці показників лояльності, реалізації очікувань та можливостей реалізації мотивів щодо компанії загалом та кожного підрозділу зокрема [5, с. 105].

У статті для оцінювання рівня лояльності персоналу пропонується методичний підхід, який складається з шести кроків та базується на застосуванні економіко-математичної моделі, а саме лінійної багатофакторної регресії.

1) Побудова лінійної багатофакторної економічної моделі (включити всі відповідні фактори) та визначити всі її характеристики.

2) Тестування щодо статистичної значимості параметрів моделі, коефіцієнта множинної кореляції. Перевірка адекватності моделі за допомогою критерію Фішера.

3) Тестування моделі щодо наявності мультиколінеарності за методом Феррара-Глобера, оцінювання суттєвості мультиколінеарності.

4) Тестування моделі щодо наявності автокореляції помилок за критерієм Дарбіна-Уотсона.

5) Тестування моделі щодо гетероскедастичності залишків за допомогою тесту Парка для кожного фактору та для моделі загалом тестом Уайта.

6) Калібрування моделі та розроблення рекомендацій для поліпшення маркетингової стратегії.

В результаті інтерпретації змінних моделі ми отримали, що результуючою змінною Y є рівень лояльності співпрацівників в Україні. Факторами, які впливають на це, є X_1 – соціальне залучення в організацію; X_2 – стосунки в колективі; X_3 – займана посада; X_4 – рівень заробітної плати та бонуси; X_5 – можливості кар'єрного просування та розвитку; X_6 – реалізація очікувань; X_7 – організаційна справедливість; X_8 – проведення тренінгів та корпоративів керівництвом.

Побудова множинної моделі буде здійснюватися на основі даних, отриманих у результаті опитування працівників різних організацій. Отримана вибірка з оцінок 34 респондентів, які погодились надати свої відповіді на запитання, що стосувались їх задоволення своєю роботою та роботодавцем.

Побудова та аналіз економетричної моделі управління лояльністю персоналу будуть проводитися в програмі Statistica. Перший етап включає запуск програми Statistica і введення вхідних даних (рис. 1).

Наступний етап передбачає побудову моделі, визначення її характеристик, перевірку її адекватності та статистичної значимості.

Результати побудови множинної лінійної економетричної моделі та визначення найважливіших характеристик моделі й ступеня її адекватності представлені на рис. 2.

Отримуємо такі результати: $R = 0,9582$ – коефіцієнт множинної кореляції; $R^2 = 0,9182$ – коефіцієнт детермінації моделі; Adjusted $R^2 = 0,8920$ – скорегований коефіцієнт детермінації на число спостережень і число параметрів моделі; $F(8,25) = 35,080$ – критерій Фішера статистичної значимості моделі з числом ступенів свободи та рівнем значимості p . Розраховане значення статистики Фішера необхідно порівняти з табличним для числа ступенів свободи $k_1 = 8$, $k_2 = 25$, рівня значущості $\alpha = 0,05$ ($F_{0,05}(8,25) = 2,34$). Оскільки $35,080 > 2,34$,

то приймається гіпотеза, що побудована модель є статистично значущою, тобто зв'язок між залежною та пояснювальними змінними є істотним [6, с. 45].

Теоретична лінійна залежність між лояльністю персоналу та вісьмома різними факторами, що були враховані в моделі, має такий вигляд:

$$\hat{Y} = b_0 X_0 + b_1 X_1 + \dots + b_8 X_8,$$

де Y – рівень лояльності персоналу, а X_1, X_2, \dots, X_8 – фактори. Оскільки X_0, X_1, X_5, X_6, X_8 , за критерієм Стюдента $t(25)$ параметри не значимі в моделі, отже, необхідно провести подальше дослідження моделі.

Для перевірки гіпотези про значимість регресійної моделі використовується дисперсійний аналіз. Результати дисперсійного аналізу для досліджуваної моделі наведені на рис. 3. У таблиці наведено суму квадратів відхилень за регресією (Sums of Squares Regress); суму квадратів відхилень похибок (Sums of Squares Residual); дисперсію похибок (Mean Squares Residual); критерій Фішера.

Оскільки в моделі половина включених факторів виявились не статистично не значимими,

	1 Y	2 X1	3 X2	4 X3	5 X4	6 X5	7 X6	8 X7	9 X8
1	9	9	9	8	9	7	7	9	9
2	7	7	10	7	7	8	7	7	6
3	10	9	9	10	9	10	10	10	10
4	8	9	8	9	8	10	8	8	9
5	7	8	8	7	7	8	7	7	8
6	10	10	10	9	10	10	10	10	10
7	10	10	8	10	9	10	7	10	10
8	10	8	9	10	8	8	6	8	9
9	8	9	7	7	9	8	7	7	7
10	8	8	8	8	8	8	8	8	8
11	10	9	10	9	10	10	8	10	10
12	6	6	7	6	6	5	5	5	6
13	5	7	8	7	5	6	6	5	7
14	10	9	8	10	10	8	9	10	10
15	8	10	9	7	8	10	6	7	8
16	10	9	10	8	9	9	10	9	10
17	9	10	9	10	7	1	5	1	1
18	7	7	5	8	8	9	7	7	8
19	5	4	6	5	5	6	4	5	7
20	10	7	8	10	10	10	10	10	10
21	8	10	10	8	6	9	7	6	8
22	8	10	8	8	10	10	9	8	10
23	5	8	5	7	6	9	7	5	5
24	7	7	9	7	4	9	8	8	8
25	9	8	8	9	8	10	8	7	9
26	8	8	8	7	7	8	7	7	6
27	10	10	10	9	10	10	10	9	10
28	9	10	8	10	9	10	7	8	10
29	10	8	9	10	8	8	7	9	9
30	8	9	7	7	9	8	7	7	7
31	8	8	8	8	8	8	8	8	8
32	10	9	10	9	10	10	8	10	10
33	7	6	7	6	6	5	5	6	6
34	5	7	6	7	5	6	6	5	7

Рис. 1. Вхідні дані

Regression Summary for Dependent Variable: Y (Spreadsheet1)						
R= .95822949 R^2= .91820376 Adjusted R^2= .89202896						
F(8,25)=35,080 p<.00000 Std Error of estimate: .51733						
	Beta	Std Err. of Beta	B	Std Err. of B	t(25)	p-level
Intercept			-1,50578	0,733509	-2,05285	0,050693
X1	-0,001551	0,101458	-0,00181	0,118215	-0,01528	0,987927
X2	0,295912	0,078137	0,35516	0,093781	3,78711	0,000854
X3	0,412164	0,003253	0,49196	0,093372	4,95074	0,000042
X4	0,382169	0,112113	0,37029	0,108627	3,40879	0,002218
X5	-0,093562	0,117626	-0,07833	0,090481	-0,79542	0,433858
X6	-0,090434	0,097040	-0,09673	0,103795	-0,93193	0,360285
X7	0,364483	0,170798	0,30076	0,140935	2,13401	0,042835
X8	-0,147932	0,145403	-0,12534	0,123202	-1,01739	0,318712

Рис. 2. Результати регресійного аналізу

Analysis of Variance; DV: Y (Spreadsheet1)				
Effect	Sums of Squares	df	Mean Squares	F
Regress.	84,06966	8	10,50871	35,07969
Residual	7,48917	25	0,29957	
Total	91,55882			

Рис. 3. Дисперсійний аналіз

можна припустити, що в моделі присутня мультиколінеарність, тому доцільно перейти до її тестування.

Перевіримо модель на наявність мультиколінеарності. Для оцінювання ступеня мультиколінеарності використаємо алгоритм Феррара-Глобера. Зробимо одну з факторних змінних залежною, визначимо ці характеристики (рис. 4).

Variables currently in the Equation, DV: X1 (Spreadsheet1)							
Variable	Beta in	Partial Cor	Semipart Cor	Tolerance	R-square	t(26)	p-level
X2	0.378962	0.492070	0.318671	0.707119	0.292881	2.88216	0.007819
X3	0.271169	0.330466	0.197401	0.529928	0.470072	1.78535	0.085876
X4	0.602504	0.545243	0.366702	0.370430	0.629570	3.31657	0.002695
X5	0.511932	0.441563	0.277460	0.293749	0.706251	2.50944	0.010655
X6	0.013967	0.014603	0.008234	0.347525	0.652475	0.07447	0.941209
X7	-0.699239	-0.415365	-0.257433	0.135543	0.864457	-2.32830	0.027943
X8	-0.117565	-0.082033	-0.046405	0.155805	0.844195	-0.41970	0.678149

Рис. 4. Дисперсійний аналіз

Отримано значення коефіцієнтів частинних кореляцій та їх значимість за допомогою t-критерія Стюдента $t(26)$ шляхом порівняння табличних значень з отриманими. Робимо висновок, що між X_1 та X_3 , X_1 та X_4 , X_1 та X_5 , X_1 та X_7 , X_5 та X_8 , X_7 та X_4 , X_7 та X_8 , існує мультиколінеарна залежність, яку надалі необхідно усунути. Побудуємо моделі за методами покрокового включення й покрокового виключення незалежних змінних.

Отже, в результаті усунення мультиколінеарності була отримана адекватна модель залежності лояльності персоналу від трьох факторів, які виявились найбільш значимими в моделі та між якими немає мультиколінеарності. Отримана модель має такий вигляд:

$$\hat{Y} = -2,196 + 0,387X_2 + 0,401X_3 + 0,419X_4,$$

де Y – рівень лояльності персоналу до компанії, в якій він працює, іншими словами, готовність робітників рекомендувати свого роботодавця друзям та знайомим; X_2 – стосунки в колективі; X_3 – займана посада; X_4 – рівень заробітної плати та бонуси.

Проаналізуємо отриману модель. $R = 0,95$ – коефіцієнт множинної кореляції; $R^2 = 0,91$ – коефіцієнт детермінації моделі; Adjusted $R^2 = 0,9$ – скорегований коефіцієнт детермінації на число спостережень і число параметрів моделі; $F(3,30) = 86,82$ – критерій Фішера статистичної значимості моделі з числом ступенів свободи та рівнем значимості p . Розраховане значення статистики Фішера необхідно порівняти з табличним для числа ступенів свободи $k_1 = 2$, $k_2 = 65 - 2 - 1 = 62$, рівня значущості $\alpha = 0,05$ ($F_{0,05}(3;30) = 2,92$). Оскільки $86,82 > 2,92$, то приймається гіпотеза, що побудована модель є статистично значущою, тобто зв'язок між залежною та пояснювальними змінними є істотним.

Виконаємо аналіз параметрів та визначимо їх статистичну значимість. Отже, Beta (a_2) = (0,32) – стандартизовані значення коефіцієнтів

регресії (ваги) – оцінюються за стандартизованими даними з вибірковою середньою, яке дорівнює нулю, і стандартним відхиленням, яке дорівнює одиниці; Beta (a_3) = (0,40), Beta (a_4) = (0,43), Std. Error of Beta (a_2 ; a_3 ; a_4) = 0,07; 0,08; 0,08 – середнє квадратичне відхилення параметрів моделі для стандартизованих коефіцієнтів регресії; B (a_0 , a_2 , a_3 ; a_4) – нестандартизовані параметри моделі; Std. Error of B = (0,68; 0,08; 0,09; 0,07) – середнє квадратичне відхилення параметрів моделі; $t(30) = (-3,2; 4,89; 5,08; 5,62)$ – значимість параметрів за критерієм Стюдента. Отже, робимо висновок, що всі параметри є значимими в моделі. За усунення мультиколінеарності методом покрокового виключення отримана нова модель, де з восьми врахованих факторів найбільш впливовими на лояльність персоналу виявились стосунки в колективі (X_2), займана посада (X_3) та рівень заробітної плати й бонуси (X_4). Проте хоча модель є адекватною, а оцінки параметрів є статистично значимими, дослідження моделі на цьому не завершується, оскільки необхідно перевірити інші важливі передумови використання методу найменших квадратів, такі як наявність постійної дисперсії та відсутність автокореляції залишків.

Тестування моделі щодо наявності автокореляції помилок здійснювалося за критерієм Дарбіна-Уотсона та виявило її відсутність.

Дослідження моделі щодо наявності гетероскедастичності залишків проводилося на основі тесту Парка для кожного фактору в програмному засобі Microsoft Excel. Спочатку проведемо перевірку залишків щодо гетероскедастичності за тестом Парка за X_2 . Результати регресійного аналізу наведені на рис. 5.

Робимо висновок, що параметр X_2 є статистично незначимим у моделі, отже, залишки є гомоскедастичними. Аналогічно знаходимо рівняння регресії за тестом Парка для змінної X_3 та X_4 та отримаємо гомоскедастичність залишків, тому робимо висновок, що за тестом Парка у моделі відсутня гетероскедастичність залишків, а дисперсія помилок постійна, тому модель не потребує калібрування.

Оскільки побудована модель лояльності персоналу є адекватною, а її параметри є статистично значимими, то її можна використовувати для прогнозування. Щоб дослідити, як зміниться рівень лояльності персоналу від зміни факторних змінних на декілька відсотків, розрахуємо спочатку середні оцінки за факторами задоволення стосунками в колективі, задоволення робітників їх займаною посадою, задоволення рівнем заробітної плати та бонусами, а також середню оцінку за результуючою змінною на даний час. Результати розрахунків представлені в табл. 1.

За отриманими результатами можна зробити висновок, що середні оцінки за факторами

Тест Парка					
X2					
ВЫВОД ИТОГОВ					
Регрессионная статистика					
Множествен	0,116339693				
R-квадрат	0,013534924				
Нормирован	-0,01729211				
Стандартна	2,30987488				
Наблюдени	34				
Дисперсионный анализ					
	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	1	2,34261543	2,34261543	0,439060217	0,512321084
Остаток	32	170,7367028	5,335521963		
Итого	33	173,0793182			
Кoefficients					
Y-пересечен	0,24614061	4,575479875	0,053795584	0,957432481	-9,073806909 9,566088 -9,07381 9,566088
Переменные	-1,445616266	2,181679659	-0,662616191	0,512321084	-5,889552308 2,99832 -5,88955 2,99832

Рис. 5. Результати регресійного аналізу X₂Таблиця 1
Середні оцінки за факторними змінними

Змінна	Середня оцінка
X ₂	8,21
X ₃	8,15
X ₄	7,88
Y	8,21

перебувають на досить високому рівні, проте роботодавцям є над чим працювати для досягнення найвищої оцінки в лояльності персоналу. Саме тому буде проведено три різних прогнози залежно від зміни кожного фактору для визначення найбільш пріоритетних напрямів підвищення лояльності персоналу.

Нехай оцінка задоволеності персоналу стосунками в колективі збільшиться на 5%, а оцінки за факторами X₃ та X₄ залишаться незмінними, в такому разі Y = 8,37 (рис. 6), тобто збільшиться на 1,9% від рівня лояльності персоналу на даний час.

Predicting Values for (Spreadsheet1)			
variable: Y			
Variable	B-Weight	Value	B-Weight * Value
X2	0,386756	8,620000	3,33384
X3	0,480938	8,150000	3,91964
X4	0,419969	7,880000	3,30935
Intercept			-2,19636
Predicted			8,36647
-95,0%CL			8,15878
+95,0%CL			8,57416

Рис. 6. Результати прогнозування за підвищення оцінок за фактором X₂

Аналогічно нехай оцінка задоволеності персоналу займаною посадою збільшиться на 5%, а оцінки за факторами X₂ та X₄ залишаться

незмінними, в такому разі Y = 8,41 (рис. 7), тобто збільшиться на 2,4% від рівня лояльності персоналу на даний час.

Predicting Values for (Spreadsheet1)			
variable: Y			
Variable	B-Weight	Value	B-Weight * Value
X2	0,386756	8,210000	3,17527
X3	0,480938	8,560000	4,11683
X4	0,419969	7,880000	3,30935
Intercept			-2,19636
Predicted			8,40509
-95,0%CL			8,19284
+95,0%CL			8,61733

Рис. 7. Результати прогнозування за підвищення оцінок за фактором X₃

Нехай оцінка задоволеності персоналу рівнем заробітної плати збільшиться на 5%, а оцінки за факторами X₂ та X₃ залишаться незмінними, в такому разі Y = 8,37 (рис. 8), тобто збільшиться на 1,9% від рівня лояльності персоналу на даний час.

Predicting Values for (Spreadsheet1)			
variable: Y			
Variable	B-Weight	Value	B-Weight * Value
X2	0,386756	8,210000	3,17527
X3	0,480938	8,150000	3,91964
X4	0,419969	8,270000	3,47314
Intercept			-2,19636
Predicted			8,37169
-95,0%CL			8,16647
+95,0%CL			8,57691

Рис. 8. Результати прогнозування за підвищення оцінок за фактором X₄

В результаті ми отримали прогноз за множиною лінійною економетричною моделлю, що описує залежності рівня лояльності персоналу в організації від трьох найбільш впливових факторів, таких як стосунки в колективі, займана посада та рівень заробітної плати й бонуси.

Висновки з проведеного дослідження. З проведеного дослідження отримуємо, що для підвищення лояльності персоналу керівництво організації перш за все має контролювати питання персоналу та посад, яку кожен з робітників займає. В процесі прогнозування на основі регресійного аналізу виявлено, що саме підвищення рівня задоволеності персоналу займаю ним посадою приведе до найбільшого підвищення загального рівня лояльності. Крім того, виявлено, що заробітна плата та стосунки в колективі однаково впливають на рівень лояльності, отже, керівництво має більше приділяти уваги непорозумінням, суперечкам та навіть конфліктам, які виникають у професійній діяльності між працівниками, та частіше проводити розважальні заходи, корпоративи та тренінги для згуртування колективу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Walker O.C., Boy d H.W., Larreche J.C. Marketing Strategy. USA, IRWIN, 1996. 385 p.
2. Романенко О.О. Види маркетингових інтернет-стратегій. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 6 (16). С. 70–76.
3. Лояльність : веб сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Лояльність> (дата звернення: 3.07.2020).

4. Горностаев С.В. Нематериальные факторы, влияющие на уровень лояльности персонала организации: URL: <https://www.top-personal.ru/issue.html?364> (дата звернення: 15.06.2020).

5. Доминьяк В.М. Измерение лояльности: действующая модель. URL: <http://ecsocman.hse.ru> (дата звернення: 23.06.2020).

6. Наконечний С.І., Терещенко Т.О., Романюк Т.П. Економетрія : підручник. Київ : КНЕУ, 2011. 520 с.

7. Лук'яненко І.Г., Красікова Л.І. Економетрика : підручник. Київ : Товариство «Знання» КОО, 2010. 494 с.

REFERENCES:

1. Walker O.C., Boy d H.W., Larreche J.C. (1996) Marketing Strategy. – USA, IRWIN, 385 p.
2. Romanenko O.O.(2014). Vydy marketynhovykh Internet-stratehii [Types of Internet marketing strategies] OPU Ekonomika:realii chasu, no. 6 (16), pp. 70–76 (in Ukrainian).
3. Loialnist [Loyalty]. Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (accessed 3 July 2020) (in Ukrainian).
4. Gornostaev S.V. Nematerial'nye faktory, vliyayushchie na uroven' loyal'nosti personala organizatsii [Intangible factors affecting the level of loyalty of the organization's personnel] Available at: <https://www.top-personal.ru/issue.html?364> (accessed 15 June 2020) (in Russian).
5. Dominyak V.M. Izmerenie loyal'nosti: deystvuyushchaya model' [Loyalty measurement: the operating model]. Available at: <http://ecsocman.hse.ru> (accessed 23 June 2020) (in Russian).
6. Nakonechnyi S.I., Tereshchenko T.O., Romaniuk T.P. (2011) Ekonometriia [Econometrics]. Kyiv: KNEU.
7. Lukianenko I.H., Krasikova L.I. (2010) Ekonometriia [Econometrics]. Kyiv: Tovarystvo "Znannia".

EFFICIENCY OF SALE OF WINTER WHEAT GRAIN UNDER FORWARD CONTRACTS DEPENDING ON THE CONDITIONS OF THE MARKETING YEAR

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОДАЖУ ЗЕРНА ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ ЗА ФОРВАРДНИМИ КОНТРАКТАМИ ЗАЛЕЖНО ВІД УМОВ МАРКЕТИНГОВОГО РОКУ

UDC 338.31:339.338.4:633.11

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-17>**Kirpa Mykola**

Doctor of Agricultural Sciences, Professor,
Deputy Director for Research
SE The Institute of Grain Crops
of National Academy
of Agrarian Sciences of Ukraine

Kompaniets Viktoriya

Candidate of Economic Sciences,
Senior Research Fellow,
Head of the Laboratory of Economics
SE The Institute of Grain Crops
of National Academy
of Agrarian Sciences of Ukraine

Kulik Alla

Chief Specialist of the Laboratory
of Economics
SE The Institute of Grain Crops
of National Academy
of Agrarian Sciences of Ukraine

The article is devoted to the study of effectiveness of the sale of winter wheat grain under forward contracts in the conditions of 2020. The main legal and economic aspects of the implementation of state forward purchases of grain through PJSC "Agrarian Fund" and JSC "State Food and Grain Corporation of Ukraine" are considered. The flaws in the mechanism of forward purchases of grain, which reduce the interest of producers in this channel for the sale of grain products, as well as its importance as a means of state support, are revealed. Expenses of the production and sale of winter wheat grain under forward contracts in 2020 using the example of enterprises in the Dnipropetrovsk region are predicted. The costs associated with the conclusion of forward contracts, profit from the sale of winter wheat grain, as well as the level of profitability at the current price situation, which has developed during the period of mass harvesting, are calculated.

Key words: winter wheat, forward contracts, expenses, cost, profitability.

Стаття посвячена дослідженню ефективності реалізації зерна озимої пше-

ниці по форвардним контрактам в умовах 2020 года. Рассмотрены основные правовые и экономические аспекты осуществления государственных форвардных закупок зерна через ПАО «Аграрный фонд» и АО «Государственная продовольственно-зерновая корпорация Украины». Выявлены недостатки в механизме форвардных закупок зерна, которые снижают интерес производителей к данному каналу сбыта зерновой продукции, а также его значение как средства государственной поддержки. Спрогнозированы затраты на производство и реализацию зерна озимой пшеницы по форвардным контрактам в 2020 году на примере предприятий Днепропетровской области. Рассчитаны затраты, связанные с заключением форвардных договоров, прибыль от реализации зерна озимой пшеницы, а также уровень рентабельности в условиях текущей ценовой ситуации, которая сложилась в период массовой уборки урожая.
Ключевые слова: озимая пшеница, форвардные контракты, затраты, себестоимость, рентабельность.

Розвиток зернової галузі має важливе значення для вирішення проблеми продовольчої безпеки, збільшення валютних надходжень, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції і в цілому – для відродження національної економіки нашої країни. В сучасних умовах підвищуються значення протекційних заходів, які вживаються державою по відношенню до аграрного товаровиробника, а також застосування ефективного механізму державного регулювання зернового ринку, одним з важелів якого є форвардні закупівлі зерна. Під час проведення дослідження були вивчені правові та економічні аспекти форвардних програм, які пропонувалися ПАТ «Аграрний фонд» і АТ «Державна продовольсько-зернова корпорація України» в 2020 році. На основі результатів експериментальних досліджень Державної установи Інститут зернових культур Національної академії аграрних наук України та розроблених технологічних схем вирощування зернових і зернобобових культур розраховані нормативи витрат на виробництво зерна озимої пшениці залежно від рівня ресурсного забезпечення технології. На підставі вивчення відповідної інформаційної бази обґрунтований рівень витрат, пов'язаних з укладенням форвардних договорів, які стосуються підготовки значного пакету документів, укладення договорів страхування, договорів застави чи оформленням товарних (фінансових) аграрних розписок, оплати нотаріальних послуг, сплати відсотків за користування коштами попередньої оплати тощо. Розраховано прогнозні витрати, пов'язані з реалізацією продукції, зокрема, її транспортуванням до місця зберігання. На підставі розрахунків загальної суми витрат визначено собівартість продукції, що реалізується в рахунок виконання форвардного контракту, суму доплати, скориговану на зміну курсу долара США, прибуток від реалізації в розрахунок на тонну продукції, рівень рентабельності та беззбитковий рівень врожайності озимої пшениці залежно від рівня ресурсного забезпечення технології, відсоткової ставки за користування коштами попередньої оплати і якісних показників зерна, що визначають рівень ціни реалізації.

Ключові слова: озима пшеница, форвардні контракти, витрати, собівартість, рентабельність.

Problem statement. In the current conditions of raising global socio-economic crisis, importance of the policy of state protectionism in relation to the agricultural sector, in particular, the production of grain, is increasing. It is known that development of the grain sector is a strategically important task, since the level of food security of the state, the formation of its export potential and the creation of opportunities for sustainable development of the country's economy, its regions and agricultural enterprises depend on its successful operation.

In the context of improving the efficiency of grain production, an important direction of state activity is formation and development of an organized grain market and its infrastructure, as well as the use of a set of levers for its regulation, one of which is forward grain purchases.

Analysis of recent research and publications.

Problems of state regulation of agricultural markets were dealt with by T. Androsovych [1], V. Pmyrsha, H. Grigorieva [2], A. Gulei [3], M. Demianenko, A. Dibrova, S. Kvasha, Yu. Lupenko, M. Malik, L. Primostka, N. Reznik [3], P. Sabluk, M. Solodkyi, V. Feshchenko, V. Sheludko, O. Shpichak, B. Yazlyuk [3], O. Yatsuh [4] and others. Unfortunately, today, the policy of state regulation of the agricultural market and state protectionism remains imperfect. This concerns in particular to forward purchases of grain, the purpose of which is to form an intervention fund. It is intended, on the one hand, to ensure effective price regulation in the grain market, and on the other hand, to support domestic grain producers through a prepayment mechanism. Thus, there is a need to conduct the more profound analysis of the effectiveness of grain sales under forward contracts.

Formulation of purposes of the article. The purpose of this article is to determine the efficiency of winter wheat grain sales under forward contracts in the conditions of the current marketing year.

Statement of the main research material. General tenets on the organization and conduct of forward purchases are regulated by the Economic Code of Ukraine, the laws of Ukraine "On Grain and Grain Market in Ukraine" dated July 04, 2002 and "On State Support for Agriculture of Ukraine" dated June 24, 2004, as well as by Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Introduction of State Forward Procurement of Grain" No. 736 dated May 16, 2007 [5].

Practical experience shows that the main subjects of forward contracts (or contracts for the supply of future harvest) today are, on the one hand, state-owned companies PJSC "Agrarian Fund" and JSC "SFGCU", and on the other hand, agricultural enterprises.

According to the "Procedure for forward state procurement of grain" approved by Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 736 dated May 16, 2007 [5], forward purchases include the procurement of grain of future harvest by PJSC "Agrarian Fund" from agricultural producers on the terms of advance payment of 50 % of the value of grain, calculated on the basis of minimum intervention price at the time of conclusion of forward exchange contract.

The final settlement of the contract is based on the weighted average equilibrium (fixing) prices established during the last three trading sessions on the Agrarian Exchange and its certified accredited commodity exchanges at the time of procurement, less the weighted average interest on banks' loans granted for up to 12 calendar months, which are determined according to the data of National Bank of Ukraine.

Conclusion of the contract is carried out on the condition of the presence of an insurance contract for the case of loss or damage of future yield and/or a standard contract for insurance of agricultural products (with state support) against agricultural production risks of complete annihilation of winter grain crops, concluded in accordance with provisions of legislation, and an original or certified copy of the payment order for payment of the insurance premium [5].

The price per unit of commodity and the total price of the grain procurement agreement are set in accordance with changes in market conditions at the time of actual fulfilment by the producer of its obligations to deliver a batch of grain to PJSC "Agrarian Fund" to the grain warehouse specified in the terms of the agreement within the established time frame (EXW–Grain warehouse) [6]. Delivery of grain to the subject of its storage is carried out at the expense of the commodity producer [5].

The terms of the forward program for 2020 have provided the cooperation with producers for three

types of pledge such as commodity agrarian receipt (120 % of the contract amount), financial agrarian receipt (120 % of the contract amount), and a pledge agreement for future harvest (150 % of the contract amount), which must be notarized. Funding has been provided by mineral fertilizers and money. The amount of advance payment has been determined by the decision of the Commission for Risks of PJSC "Agrarian Fund" up to 70–100 %. The interest rate for using funds for USD has been set at 11 %.

The minimum purchase lots have amounted to 100 tons for wheat, 100 tons for maize, 100 tons for barley and 50 tons for rye. The purchase prices, based on which the prepayment has been made under contracts in 2020, have been amount of 4200 UAH/t for 2nd class wheat, 4000 UAH/t for 3rd class wheat, 3300 UAH/t for 3rd class maize, 4000 UAH/t for 3rd class rye and 3300 UAH/t for 3rd class barley [7; 8].

Direct purchases of grain of the future harvest (of wheat, barley, maize and rye) in 2020 have been carried out by JSC "SFGCU" in two stages through regional branches. During the first stage, there has been concluded a contract of procurement of grain crops of future harvest with producer, a notarized contract of pledge of future harvest or made official commodity agrarian receipts, and also the prepayment, which amounted to 3000 UAH (including VAT) for one ton of wheat of 2nd and 3rd classes, 3rd class barley, 3rd class maize and 3300 UAH (including VAT) for one ton of rye grain of 1st and 2nd classes, has been conducted. The annual interest rate for the use of funds has been provided at the level of 9.5 %–13.0 % per annum, depending on the size of the grain lot and the basis of delivery. The insurance of future harvest has been an obligatory condition. The second stage of the Program has provided the delivery of grain by agricultural producers to grain warehouses (or elevators) in the terms specified in the contract and the final payment according to market prices for grain. The minimum size of lot has been set at the level of 100 tons [8; 9].

Under the contract terms, the amount of surcharge is determined on the basis of current market price (EXW, CPT) at the time of delivery less the amounts of advance payment, adjusted for changes in official USD exchange rate and accrued amounts for the use of funds according to the prescribed interest rate. The final payment is made in accordance with the actual sizes of grain supply [9].

Analysis of the terms of forward contracts has shown that the main function of assistance to the grain producer is to pay an advance payment (or supply mineral fertilizers) to ensure performance of works provided by technologies of growing grain crops. This condition is practically the only thing that can cause producer's interest in this form of contract. However, the study of the mechanism for concluding forward contracts has shown that there are many

disadvantages that reduce their attractiveness for agricultural producers, even those who experience a funding deficit at the beginning of year. The main problematic aspects are:

1) an excessively compound procedure of conclusion of forward contracts, which requires the preparation of a significant set of documents and associated with this process administrative outlays and working time expenses;

2) obligatory conclusion of contracts of insurance of future harvest. For example, insurance of winter wheat for the spring-summer growing period in the conditions of the Dnipropetrovsk region provides for the application of insurance tariffs with a value from 3.7 % to 15.8 % and 3.4–11.1 % for winter rye [10] depending on the level of yield and insurance coverage (0.50–0.70). In areas with more risky production conditions, the level of insurance tariffs is higher and reaches 16.2 % in the Kherson and Chernivtsi regions when growing winter wheat and 16.9 % in the Odesa region when growing winter rye [10].

3) obligatory registration of a commodity (or financial) agrarian receipt or a pledge agreement for the future harvest, which must be notarized at the expense of the producer. When notarizing agrarian receipts and pledge agreements, the statutory rate of state duty is 0.01 % of the subject of pledge, but not less than five and not more than fifty non-taxable minimum incomes of citizens [11].

4) on the received amount of advance payment, which performs the main protective function, the agricultural producer must write out a tax invoice and pay VAT at the rate of 20 %;

5) in parallel, a fee is provided for the use of prepayment funds in accordance with the set interest rate (11.0 % in USD when there is concluding a contract with PJSC "Agrarian Fund" and 9.5–13.0 % for a contract with JSC "SFGCU").

Thus, it can be asserted that for today when a forward contract concludes, the agricultural producer has to incur excessively large expenses, which according to calculations [4] can reach to 15 % of the amount of forward operations.

6) forward contracts of PJSC "Agrarian Fund" and JSC "SFGCU" are overloaded with the quantity and size of penalties for full or partial non-performance of conditions of grain delivery by volumes and terms.

For example, the contract with JSC "SFGCU" [9] for violation of the terms of payment provides a fee of a fine in the size of double NBU discount rate which effected at the time of late payment from the amount of overdue payment for each day of delay of obligations. The NBU's discount rate for 7 months of 2020 changed from 11.0 % (31.01.2020) to 10.0 % (from 13.03.2020), 8.0 % (from 24.04.2020) and 6.0 % (from 12.06.2020) [12]. On the other hand, in the case of full (or partial) non-performance of contract terms by the supplier (producer) he is

obliged on the basis of a written request to return all previously transferred funds (or their relevant part), and also interest for using borrowed funds at the rate of 30 % per annum for the period from the date of receipt of advance payment from JSC "SFGCU" until the day of its return and the penalty of 25 % of the amount of the advance payment (or part thereof). It should be noted that as of July 22, 2020, the real rate for business development loans was 13.5–29.0 % with the average effective rate of 18.28 % [13], which is significantly lower than the 30 % rate. In a case of increasing the exchange rate of USD against UAH by more than 5 % from the date of receipt of the prepayment to the day of its return, the supplier is obliged to pay exchange rate difference additionally.

In the case of grain delivery in violation of the term set by the conditions of the contract, the producer is obliged to pay to JSC "SFGCU" a penalty of 0.5 % of the value of untimely delivered commodity for each day of delay. In a case of delay in delivery of grain within 30 calendar days, the supplier is obliged to make settlements with the buyer as in the case of complete (or partial) non-fulfillment of the contract.

The supplier bears full financial responsibility and, accordingly, pays all losses (including all penalties imposed by the controlling authorities on the buyer) and the buyer's lost profit for providing false information provided by the contract and documents submitted for its conclusion. The supplier is responsible for any breach of the contract, regardless of whether it is at fault.

If the supplier violates the terms of registration of tax invoice in the Unified State Register of Tax Invoices, he must pay a fine of 0.3 % of the VAT amount specified in the tax invoice for each day of delay [9].

As of July 13, 2020 PJSC "Agrarian Fund" concluded forward contracts for the purchase of 95 thousand tons of grain, which is much less than last year [14]. In total, 540 contracts were signed and 1.8 million tons of grain crops were contracted during 2016–2019. The audit of the financial statements of PJSC "Agrarian Fund" found that in 2019 the total amount of losses of the company exceeded 3.27 billion UAH [15].

During 2020, JSC "SFGCU" has carried out purchases of food grain of three crops such as wheat, barley and maize. In particular, as of July 15, 2020, 67.2 thousand tons of wheat grain, 10.4 thousand tons of barley grain and 31.8 thousand tons of maize grain have been purchased. The total volume of purchases has been amount to 109.5 thousand tons [16].

Determination of the level of efficiency of winter wheat grain sale under forward contracts has been carried out on the example of the conditions of the Dnipropetrovsk region. First of all, the normative expenditures for growing this crop in the conditions of

2020 have been calculated when it was placed in the crop rotation after unfallow predecessors (Table 1). Grounding norms of production expenses for cultivation winter wheat according to different technological schemes has been carried out on the basis of composed technological maps of cultivation, as well as using existing methodical recommendations. The calculations have been based on study of the experimental experience of SE The Institute of Grain Crops of NAAS and the developed technological schemes for four levels of resource saturation such as high, sufficient, satisfactory and low, the gradation of which was carried out taking into account the experience of scientific developments [17].

Calculations (Table 2) have been conducted on the example of the terms of the contract with JSC "SFGCU" using the purchase prices, which were offered by LLC "Kryvyi Rih Combine of Bread Products" [18] in condition of delivering product in a full size and making final settlements as of July 23, 2020, taking into account the exchange rate difference.

On the base of the foregoing information and methodical recommendations, the expenses related to conclusion of forward contracts and sales of product have been grounded. The payment for use of prepayment funds has been calculated for a period of 4.5 months. During conducting the research, the expenses calculations made for technologies with a low level of resource provision have not been taken into account, because on the one hand these technologies do not provide for the production of grain with high quality indicators, and on the other hand, the contract with JSC "SFGCU" clearly specifies the

requirement for obligatory compliance with the technological regulation of grain crops cultivation.

The results of forecast calculations indicate that as of July 23, 2020 in the winter wheat grain market, there has been formed a rather favourable price situation, which, when in condition of immediately delivering grain after its harvesting to a grain warehouse (elevator), allows not only to cover the expenses connected with its growing, transporting to a storage place, insurance of the future harvest and other expenses associated with conclusion of forward agreements, but also to ensure a sufficient level of profitability, which, depending on the interest rate for use of prepayment funds, can amount to 25.3–26.4 % for a satisfactory level of resource provision of technology (for the sale of 3rd class grain), 45.0–46.5 % for a sufficient level (for the sale of 2nd class grain) and 42.7–44.2 % (for the sale of 3rd class grain), and respectively 55.9–57.7 % and 53.4–55.1 % for a high level.

In this regard, it should be pointed out that there is a very small difference between the prices of 2nd and 3rd class grain, which obviously does not encourage a producer to increase investments of resources to obtain product with high quality indicators. The authors' calculations of the break-even level of winter wheat yield indicate that if the technology is used with a satisfactory level of resource provision, the producer should receive a minimum of 2.372–2.394 t/ha of grain with quality indicators of 3rd class, whereas when using intensive cultivation technologies, which provide for the introduction of powerful doses of mineral fertilizers and a set of measures to protect crops from pests, diseases and weeds, the

Table 1

Norms of expenses for winter wheat grain production depending on the level of resource provision of the technology, UAH/ha

Items of expenses	Levels of resource provision of the technology and yield			
	low 1.8 t/ha	satisfactory 3.0 t/ha	sufficient 4.2 t/ha	high 5.5 t/ha
Salary	339.38	340.14	273.19	252.70
Unified social contribution	74.66	74.83	60.10	55.59
Seeds	773.03	1122.52	1262.31	1472.00
Fuel and lubricants	849.69	923.55	952.60	795.50
Mineral fertilizers	1056.90	2004.00	2725.38	3715.13
Plant protection means	600.75	659.42	896.64	1030.81
Works and services	142.36	225.91	627.42	809.73
Outlays on repair of non-current assets	621.67	644.35	664.59	864.49
Amortization	890.58	963.44	987.73	1291.07
Other expenses for the maintenance of fixed assets	3.58	2.62	1.72	2.07
Other material expenses	368.90	487.48	620.16	752.60
Rent of land plots or shares (units)	907.53	907.53	907.53	907.53
Single tax	287.38	287.38	287.38	287.38
Other manufacturing overheads	223.10	299.87	373.20	449.90
In total	7140	8943	10640	12687

Table 2

**Forecast efficiency of winter wheat grain sales under forward contracts with JSC “SFGCU”
in agricultural enterprises of the Dnipropetrovsk region in 2020**

Indicators	Values of indicators depending on the sale price and the level of interest rate for using prepayment funds					
	5990 UAH/t (2nd class grain)			5900 UAH/t (3rd class grain)		
	9.5 %	11.0 %	13.0 %	9.5 %	11.0 %	13.0 %
Expenses for insurance of future harvest, registration of pledge agreements, commodity agrarian receipts, notary services, payment of interest for use of prepayment funds and other expenses, UAH/t	391.74	405.82	424.59	391.74	405.82	424.59
including payment for use of prepayment funds, UAH/t	89.14	103.22	121.99	89.14	103.22	121.99
Selling expenses (laboratory analysis of grain quality, loading and unloading operations, transportation of products, etc.), UAH/t	272.70	272.70	272.70	272.70	272.70	272.70
Cost of sale of 1 ton of grain (depending on the level of resource provision of the technology), UAH						
satisfactory	x	x	x	3645.44	3659.52	3678.29
sufficient	3197.78	3211.85	3230.62	3197.78	3211.85	3230.62
high	2971.17	2985.25	3004.01	2971.17	2985.25	3004.01
Sale price excluding VAT, UAH/t	4991.67	4991.67	4991.67	4916.67	4916.67	4916.67
Prepayment amount excluding VAT, UAH/t	2500.00	2500.00	2500.00	2500.00	2500.00	2500.00
The amount of the surcharge, adjusted for changes in the exchange rate of the USD (without excluding the payment for use of prepayment funds), UAH/t	2184.64	2184.64	2184.64	2109.64	2109.64	2109.64
Adjusted sale price, UAH/t	4684.64	4684.64	4684.64	4609.64	4609.64	4609.64
Profit (depending on the level of resource provision of the technology), UAH/t						
satisfactory	x	x	x	964.20	950.12	931.36
sufficient	1486.87	1472.79	1454.02	1411.87	1397.79	1379.02
high	1713.47	1699.40	1680.63	1638.47	1624.40	1605.63
Profitability (depending on the level of resource provision of the technology), %						
satisfactory	x	x	x	26.4	26.0	25.3
sufficient	46.5	45.9	45.0	44.2	43.5	42.7
high	57.7	56.9	55.9	55.1	54.4	53.4
Break-even yield level (depending on the level of resource provision of the technology), t/ha						
satisfactory	x	x	x	2.372	2.382	2.394
sufficient	2.867	2.880	2.896	2.914	2.926	2.944
high	3.88	3.505	3.527	3.545	3.562	3.584

break-even threshold increases accordingly to the level of 3.488–3.527 when receiving 2nd class grain and 3.545–3.584 t/ha when receiving 3rd class grain.

Therefore, it can be argued that the sale price, which has been formed at the beginning of the period of mass harvesting winter wheat, allows to ensure not only simple, but also expanded reproduction of production. However, it should be noted that in connection with the conclusion of forward agreements, producers must bear additional expenses, which, according to forecast calculations, amount to 391.74–424.59 UAH per 1 ton of product. It should also be noted that forward contracts are the most attractive for the producers who experience a shortage of financial, material and technical resources at the beginning of year, so interest in such contracts from resource ensured agricultural enterprises, which

use high-intensity cultivation technologies, is highly improbable.

Due to the delay in the terms of harvesting grain and its delivery to a grain warehouse (elevator), appearance of the need to lead product to the proper quality indicators, the additional expenses, in particular, related to the accrual of interest for use of prepayment funds may significantly increase. On the other hand, from the point of optimistic forecasts relating winter wheat yield in 2019/2020 MY, it can expect a decrease in market prices in the future. This will naturally lead to a loss of profit and reducing efficiency of grain sale.

Conclusions. The results of the research show that today the state should play an important regulatory role, which would allow, on the one hand, through the formation of intervention funds and resources, as

well as the establishment of economically reasonable prices for grain to stabilize grain supply sizes and reduce a range of price fluctuations during year, and on the other hand to ensure a guaranteed level of market prices for product, providing opportunities for grain producers to implement at least simple reproduction of production.

The study of the terms of the forward programs of PJSC "Agrarian Fund" and JSC "SFGCU" has shown that the procedure of concluding forward contracts is excessively compound and requires high expenses associated with the preparation of a significant set of documents, the conclusion of insurance contracts, pledge agreements or registration of commodity (financial) agrarian receipts, payment of notary services, payment of interest for the use of funds. According to forecast calculations, such expenses can amount to 391.74–424.59 UAH/t or higher. In addition, the contracts are overloaded with the quantity and size of penalties for full or partial non-compliance of conditions of grain delivery by volumes and terms.

At the time of mass harvesting winter wheat, the price established on the market as of July 23, 2020 has been sufficient to ensure the profitability of wheat sale under forward contracts at the level of 25.3–26.4 % (for the sale of 3rd class grain) for a satisfactory level of resource provision of technology, 45.0–46.5 % (for the sale of 2nd class grain) and 42.7–44.2 % (for the sale of 3rd class grain) for a sufficient level, and respectively 55.9–57.7% and 53.4–55.1% for a high level, depending on the interest rate for the use of prepayment funds.

Due to the delay in the terms of harvesting grain and its delivery to a grain warehouse (elevator), appearance of the need to lead product to the proper quality indicators, the additional expenses may significantly increase. From the point of optimistic forecasts relating winter wheat yield in 2019/2020 MY, it can expect a decrease in market prices that may lead to a loss of profit and reducing efficiency of grain sale.

Further research will be conducted in the direction of finding ways to improve the mechanism of formation of intervention funds and resources and increase its protective effect for domestic agricultural producers.

REFERENCES:

1. Androsovykh T. Yu. (2013) *Mekhanizm derzhavnykh forvardnykh zakupiveli zerna*. [The mechanism of public forward procurement of grain]. *Naukovyi visnyk NUBIP Ukrainy. Seriya "Ekonomika, ahraryni menedzhment, biznes"*, no. 181, part 4, pp. 38–44.
2. Grigorieva H. (2016) *Pravovyi analiz forvardnykh zakupiveli zerna yak zasobu derzhavnoi pidtrymky silskohospodarskykh pidpriemstv* [Legal analysis of forward purchases of grain as a means of state support of agricultural enterprises]. *Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo*, no. 5, pp. 47–52.

3. Yazlyuk B. O., Gulei A. I., Reznik N. P. (2018) *Suchasnyi stan ta problemy rozvytku birzhovoho rynku zerna v Ukraini*. [Current state and problems of development of the exchange grain market in Ukraine]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky*, no. 4, vol. 3, pp. 8–13.
4. Yatsuh O. O. (2018) *Otsinka diiuchoho mekhanizmu forvardnykh operatsii ta yoho analitychne zabezpechennia*. [Estimation of the current mechanism of forward operations and its analytical support]. *Derzhava ta rehiony*, no. 2 (101), pp. 104–114.
5. Pro zaprovadzhennya derzhavnykh forvardnykh zakupiveli zerna. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy [On introduction of state forward procurement of grain. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine]. (2007). No. 736 dated 16 May 2007. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/736-2007-%D0%BF#Text> (accessed 23 July 2020).
6. Forward-2020. Dohovir postavky zerna pshenytsi [Forward 2020. Wheat grain supply contract]. Available at: <http://agrofond.gov.ua/buy/forward-2020/> (accessed 23 July 2020).
7. PAT «Ahrarnyi fond» rozpochynaie forvardnu prohramu zakupivli zernovykh vrozhaiu 2020 roku [PJSC "Agrarian Fund" begins a forward program for the purchase of grain harvest in 2020]. Available at: <http://agrofond.gov.ua/news/list/795--pat-agrarniy-fond-rozpochinaje-forvardnu-programu-zakupivli-zernovih-vrozhaiu-2020-roku/> (accessed 23 July 2020).
8. Forwardni zakupivli zerna vrozhaiu 2020 roku [Forward purchases of grain for the 2020 harvest]. Available at: <https://www.rv.gov.ua/news/forwardni-zakupivli-zerna-vrozhayu-u-2020-roci> (accessed 23 July 2020).
9. Zakupivelni prohramy [Purchase programs]. Available at: <https://www.pzcu.gov.ua/activity/zakupivelni-programy/> (accessed 23 July 2020).
10. Standartni strakhovi taryfy dlia strakhuvannia maibutnoho vrozhaiu ozymykh zernovykh silskohospodarskykh kultur z derzhavnoi pidtrymkoiu vid silskohospodarskykh ryzykiv na vesniano-litnii period vyroshchuvannia. Zatverdzeni rozporiadzhenniam Natsionalnoi komisii, shcho zdiisniue derzhavne rehuliuвання u sferi rynkiv finansovykh posluh 07.04.2016 r. № 718 [Standard insurance rates for insurance of the future harvest of winter grain crops with state support from agricultural risks for the spring-summer period of cultivation. Approved by the order of the National Commission for State Regulation of Financial Services Markets on April 7, 2016 No. 718]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0650-16/print> (accessed 23 July 2020).
11. Metodichni rekomendatsii na temu: "Ahrarni rozpysky" [Methodical recommendations on the topic: "Agrarian receipts"]. (2018). Dnipro: Holovne terytorialne upravlinnia yustytisii u Dnipropetrovskii oblasti. (in Ukrainian)
12. Oblikova stavka Natsionalnoho banku [Discount rate of the National Bank]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/stages/archive-rish> (accessed 23 July 2020).
13. Kredyty na rozvytok biznesu v bankakh Ukrainy [Loans for business development in banks of Ukraine]. Available at: <https://bankchart.com.ua/business/credit> (accessed 23 July 2020).
14. V 2019/20 marketynhovomu rotsi «Ahrarnyi fond» zakontraktuvav za forvardnoi prohramoiu 95

tys. tonn zernovykh [In the 2019/20 marketing year, the Agrarian Fund contracted 95,000 tons of grain under the forward program]. Available at: <http://agrofond.gov.ua/news/list/886--v-201920-marketingovomu-roci-agrarnij-fond-zakontraktuvav-za-forvardnoju-programoju-95-tis-tonn-zern/> (accessed 23 July 2020).

15. Kompanii PAT «Ahrarnyi fond» bulo zavdano zbytkiv na sumu 3,27 mlrd hrn [PJSC Agrarian Fund suffered losses amounting to UAH 3.27 billion]. Available at: http://agrofond.gov.ua/news/list/805--kompaniji-pat-agrarnij-fond-bulo-zavdano-zbitkiv-na-sumu-327-mlrd-grn/?fbclid=IwAR1qgj1W0GdH1OCWnLIRZCSGLZDXIO51NyQv8ONMO__TcQxns-Zg93rOGpl (accessed 23 July 2020).

16. DPZKU v ramkakh forvardu profinansuvav ahrariiv na 328 mln hryven [JSK «SFGCU» financed farmers for 328 million UAH within the forward]. Available at: <https://agravery.com/uk/posts/show/dpzku-v-ramkah-forvardu-profinansuvav-agrariiv-na-328-mln-griven> (accessed 23 July 2020).

17. Sabluk P. T., Mazorenko D. I., Mazniev H. Ye. (2008) *Tekhnolohii vyroshchuvannia zernovykh i tekhnichnykh kultur v umovakh Lisostepu Ukrainy* [Technologies for growing cereals and industrial crops in the Forest-Steppe conditions of Ukraine]. Kyiv: NNTs IAE. (in Ukrainian)

18. Zakupivelni tsyny [Purchase prices]. Available at: <https://www.pzcu.gov.ua/activity/zakupivelni-czyny/> (accessed 23 July 2020).

СТРАТЕГІЇ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ

A STRATEGY OF REPUTATION MANAGEMENT OF WATER SUPPLY SERVICES COMPANIES

УДК 338.58:65.014

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-18>

Конопліна О.О.

к.е.н., асистент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Мізік Ю.І.

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Konoplina Olena

O.M. Beketov National University of Urban Economy

Mizik Iuliia

O.M. Beketov National University of Urban Economy

У статті розглянуто особливості репутаційного менеджменту підприємства, його значення в управлінні підприємством у цілому. Визначено, що формування і підвищення ділової репутації комунальних підприємств є визначальним чинником їхнього розвитку. Висвітлено роль зацікавлених осіб підприємств водопостачання та водовідведення у формуванні ділової репутації. Розглянуто і проаналізовано основні стратегії, які застосовуються під час розроблення стратегії управління діловою репутацією. Проаналізовано недоліки та переваги кожної зі стратегій із метою їх застосування в системі репутаційного менеджменту підприємств водопостачання та водовідведення. Визначено, що стратегії, у яких об'єктом є людина (керівник або команда), мають переваги перед усіма іншими. Установлено, що репутаційний менеджмент підприємств водопостачання та водовідведення повинен здійснюватися на основі сполучення певною мірою кожної з наведених стратегій.

Ключові слова: ділова репутація, репутаційний менеджмент, підприємства водопостачання та водовідведення, зацікавлені особи, стратегія.

В статье рассмотрены особенности репутационного менеджмента предпри-

ятия, его значение в управлении предприятием в целом. Определено, что формирование и повышение деловой репутации коммунальных предприятий является определяющим фактором их развития. Освещена роль заинтересованных лиц предприятий водоснабжения и водоотведения в формировании деловой репутации. Рассмотрены и проанализированы основные стратегии, которые применяются при разработке стратегии управления деловой репутацией. Проанализированы недостатки и преимущества каждой из стратегий с целью их применения в системе репутационного менеджмента предприятий водоснабжения и водоотведения. Определено, что стратегии, в которых объектом является человек (руководитель или команда), имеют преимущества перед всеми другими. Установлено, что репутационный менеджмент предприятий водоснабжения и водоотведения должен осуществляться на основе сочетания в определенной степени каждой из приведенных стратегий.

Ключевые слова: деловая репутация, репутационный менеджмент, предприятия водоснабжения и водоотведения, заинтересованные лица, стратегия.

The peculiarities of reputation management and its importance in the management system of an enterprise are considered in the article. It is demonstrated, the formation and the increase of business reputation of the municipal enterprises are the determining factor in their development. The role of stakeholders is shown in the formation of business reputation for water supply services companies. That is because business reputation is the system of the confidence levels of main stakeholders related to the company, it can be insisted on that reputation management is the process of formation of the trust, its increase and stabilization. It should also be noted there are insufficient research characteristics of the reputation management process, its strategic and tactical planning, methods of monitoring and evaluating the effectiveness of reputation management. All this hinders the decision of a number of applied tasks, including the elaboration of the standard procedures for selecting development strategies reputation, differentiation and evaluation of reputational risks, development of key performance indicators of the process of reputation management of water supply services companies. It is established that the main aim of reputation management is to focus on the actualization of the success of the enterprise, its positive perception, work with the information space and eliminate threats to reputation. Basic strategies which can be applied while developing the strategy of business reputation management are reviewed and analyzed. The advantages and disadvantages of each strategy with a view to their use in the reputation management of water supply services companies are analyzed. It is demonstrated that the strategy, the object of which is a person (supervisor or team), has advantages over all others. It is found out the reputation management of the enterprises of water supply services companies should be carried out on the basis of a combination to a certain extent each of the strategies. It is proved the feasibility of developing such a strategy in the activity of water supply services companies should include all stakeholders. The tools of strategic analysis and planning, which would take into account these special features of the activity and interaction with target groups, are applied. This should be defined by the interests of all stakeholders using some different ways.

Key words: business reputation, reputation management, water supply services companies, stakeholders, strategy.

Постановка проблеми. Підхід до визначення ділової репутації як економічної категорії набув свого поширення серед науковців ще кілька сторіч тому. Уперше про репутацію згадували у Західній Європі, проте із плином часу зміст цього поняття зазнав значних змін. Тож сьогодні відсутній єдиний підхід як до визначення ділової репутації підприємства, так і до методів управління нею. Оскільки у широкому розумінні ділова репутація складається з рівнів довіри до підприємства основних його зацікавлених осіб, можна стверджувати, що об'єктом репутаційного менеджменту є процес формування довіри, її підвищення та стабілізації. Слід також відзначити недостатні дослідження характеристики

процесу управління репутацією, її стратегічного і тактичного планування, методів контролю та оцінки ефективності управління репутацією [1, с. 54]. Усе це стримує вирішення цілої низки прикладних завдань, серед яких – питання розроблення стандартної процедури вибору стратегій розвитку репутації комунальних підприємств, диференціації та оцінки репутаційних ризиків, розроблення системи ключових показників результативності процесу управління репутацією підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем управління діловою репутацією займалися такі вчені, як Г. Даулінг [2, с. 50], Н.І. Реверчук, О.С. Дзямулич та О.С. Канцір

[3, с. 551], В. Шепель [4, с. 210] та ін. Проте питанням репутаційного менеджменту підприємств водопостачання та водовідведення й досі не приділялося уваги з боку науковців.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз існуючих стратегій репутаційного менеджменту компаній із метою їх застосування у діяльності підприємств водопостачання та водовідведення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основною метою репутаційного менеджменту є спрямування зусиль на актуалізацію успіхів підприємства, його позитивне сприйняття, роботу з інформаційним простором та знешкодженням загроз для репутації.

Технологічними засобами управління репутацією є:

- створення її інформаційної основи;
- створення привабливого іміджу підприємства та його керівництва;
- розроблення місії підприємства, формування корпоративної культури та етики;
- кар'єрне просування перших осіб підприємства;
- побудова каналів комунікації та входження в інформаційний простір, висвітлення діяльності підприємства у ЗМІ;
- підвищення впізнаваності підприємства та представлення його інтересів у державних структурах, громадських організаціях.

Значення репутаційного менеджменту в діяльності підприємств водопостачання та водовідведення виявляється в досягненні реальних результатів, серед яких – завоювання довіри споживачів, зміцнення позицій підприємства, налаштування персоналу на оптимістичний, активний лад, стимулювання привабливості для інвестування.

Уся стратегія управління діловою репутацією повинна будуватися навколо кількох об'єктів. При цьому слід найбільше уваги приділяти стратегії закріплення репутації та її захисту [5, с. 234].

Кожна із цих стратегій повинна враховувати особливості взаємодії із цільовими групами, що впливають на діяльність підприємства. Зокрема, під час формування стратегії управління діловою репутацією комунального підприємства слід враховувати людський фактор, оскільки зацікавлені групи складаються з людей, а люди вірять людям. Вони краще сприймають інформацію, що імponує їм особисто, та ігнорують ту, що суперечить їхнім поглядам. Також слід враховувати вплив ЗМІ, що не тільки віддзеркалюють, а й формують громадську думку.

Слід також наголосити на тому, що, зважаючи на стратегічні пріоритети підприємства на певному етапі його розвитку, варто пам'ятати, що репутаційна стратегія може змінюватися [6, с. 35]. Проте, оскільки діяльність підприємства спрямована на

реалізацію продукції (послуг), то на початкових етапах управління репутацією робиться вибір на користь якості продукції та споживача. Із часом більше уваги приділяється формуванню дієвої команди (персонал) та фінансовим показникам.

Отже, під час планування діяльності у сфері репутаційного менеджменту перш за все необхідно вибрати раціональну репутаційну стратегію.

Аналіз думок експертів у сфері управління діловою репутацією демонструє, що репутаційний менеджмент повинен базуватися на кількох стратегіях. Репутація, яка вже склалася, навіть без участі підприємства, має декілька об'єктів, на які спрямовані думка та оцінка зацікавлених сторін. Як уже зазначалося вище, такими об'єктами для підприємств водопостачання та водовідведення можуть бути власники та керівництво, якість послуг, досягнення підприємства, його фінансові показники.

Оскільки ділова репутація, особливо комунального підприємства, є досить уразливим об'єктом, під час вибору репутаційної стратегії необхідно прорахувати наперед, як вона може спрацювати в кризовій ситуації. Оскільки кожна дія соціально важливого підприємства є предметом уваги громадськості, висвітлюється ЗМІ та перевіряється експертами, підприємствам водопостачання та водовідведення необхідно мати спеціалістів, здатних залагоджувати кризові ситуації ще до їх появи, заздалегідь потурбувавшись про інформування зацікавлених сторін щодо діяльності підприємств.

Стратегія, орієнтована на позитивне сприйняття керівництва. У цій стратегії репутація підприємства напряму пов'язується з репутацією керівника. Якщо керівник – публічна персона, то він викликає довіру зацікавлених сторін, як зовнішніх (споживачі, контрагенти), так внутрішніх (персонал).

Стратегія, орієнтована на позитивне сприйняття команди підприємства. Передбачає диверсифікацію діяльності підприємства, причому напрями діяльності майже не пов'язані між собою та є окремими бізнес-одницями. Тому керівник не може підтримувати ефективну комунікацію із широким колом зацікавлених груп. Отже, об'єктом репутаційної стратегії має бути команда співробітників, що відповідатимуть за різні напрями діяльності підприємства.

Стратегія, орієнтована на якість продукції. Метою даної стратегії є фокусування уваги на продукції, що виробляється підприємством. При цьому всі інші його переваги залишаються поза увагою цільових груп.

Стратегія, орієнтована на досягнення підприємства. Стратегія переважно використовується як доповнення до інших стратегій. Вона передбачає, що основна увага підприємства спрямована на взаємодію, об'єктом якої є його досягнення. Таким чином, як найбільш важливі параметри ділової

репутації вибираються успішні впровадження підприємства, досвід роботи на ринку [7, с. 27].

Стратегія, орієнтована на високу фінансову стійкість. Стратегія більш придатна для використання фінансовими структурами, для яких фінансові показники є найбільш достовірним підтвердженням успішності.

Кожна з перелічених стратегій має право на життя, проте у чистому вигляді використовуватися не може, оскільки має як позитивні сторони, так і низку недоліків. Проаналізуємо їх у табл. 1.

Висновки з проведеного дослідження.

Проаналізувавши перелічені стратегії, можна зробити висновок про те, що стратегії, у яких об'єктом є людина (керівник або команда), мають переваги перед усіма іншими. Окрім того, останні стратегії нерационально використовувати у чистому вигляді, адже в будь-якій кризовій ситуації необхідним є введення представника підприємства, до якого буде необхідно здобувати довіру цільових груп. Таким чином, репутаційний менеджмент для

підприємств водопостачання та водовідведення повинен здійснюватися на основі сполучення певною мірою кожної з вищезазначених стратегій.

При цьому слід брати до уваги той факт, що одні й ті самі якості та показники можуть сприйматися цільовими групами по-різному залежно від ситуації.

Тому репутацію необхідно розглядати як стратегічний інструмент взаємодії із зацікавленими особами, за допомогою якого встановлюється та розвивається взаєморозуміння під час сприймання проблем.

Отже, розробляючи стратегію діяльності підприємств водопостачання та водовідведення, підприємство розглядається як цілісна система, включаючи всіх його зацікавлених осіб. Для цього застосовуються інструменти стратегічного аналізу і планування, які б ураховували перелічені вище особливості діяльності та взаємодії із цільовими групами. При цьому повинні бути визначені інтереси всіх зацікавлених сторін, але різною мірою.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика основних репутаційних стратегій

Назва репутаційної стратегії	Переваги	Недоліки
Стратегія, орієнтована на позитивне сприйняття керівництва	1. Висока ступінь довіри зацікавлених осіб до певної, а не абстрактної особи – керівника. 2. Додаткова мотивація для персоналу, оскільки керівник виступає як приклад	1. Одноосібне прийняття рішень щодо діяльності підприємства керівником. 2. Перенесення негативного ставлення зацікавлених осіб до керівника на все підприємство. 3. Послаблення репутації підприємства за зміни керівництва
Стратегія, орієнтована на позитивне сприйняття команди підприємства	1. Є ефективною за диверсифікованого виробництва та великого асортименту продукції (послуг). 2. Розподіл балансу довіри та комунікацій між кількома людьми (менеджерами), що знижує ризик втрати всіх контактів під час звільнення окремих осіб	1. Нерівномірний розподіл уваги між публічними особами підприємства. 2. Можливість затримок у прийнятті рішень, що може негативно вплинути на взаємовідносини цільовими групами
Стратегія, орієнтована на якість продукції	1. Якість продукції легко перевіряється і в подальшому більше довіри навіть до нового продукту фірми. 2. Можливість використання думок експертів та споживачів на користь репутації підприємства	Продукція є «неживим» об'єктом комунікацій
Стратегія, орієнтована на досягнення підприємства	Упровадження технологічних рішень є одним із найбільш важливих параметрів ділової репутації для окремих груп підприємств	1. Використовується переважно як додаткова стратегія у комбінації з іншими. 2. Досягнення підприємства є її минулим та швидко забуваються. 3. Досягнення є «неживим» об'єктом
Стратегія, орієнтована на високу фінансову стійкість	Фінансова стабільність – найбільш удадо відображає діяльність, дає можливість порівняння з іншими підприємствами	1. Можливість використання здебільшого фінансовими установами (банками). 2. У чистому вигляді є не життєздатною, оскільки для формування довіри фінансові показники не єдині, необхідно використовувати комплекс показників

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Иванов Г.Г. Деловая репутация и эффективность торговли. *Економічний часопис – XXI*. 2014. № 1–2(1). С. 54–57. URL : http://soskin.info/userfiles/file/2014/1-2_2014/1/Ivanov_Mayorova.pdf (дата звернення: 11.04.2020).
2. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управления и оценка эффективности / пер. с англ. Москва : ИНФРА-М, 2003. 367 с.
3. Реверчук Н.И., Дзямулич Е.С., Канцір О.С. Особливості розвитку репутаційного менеджменту компаній в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 4. URL : <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/116.pdf> (дата звернення: 01.07.2020).
4. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям. Москва : Народное образование, 2002. 500 с.
5. Катлип С. Паблик рилейшенз. Теория и практика. : учебное пособие ; 8-е изд. ; пер. с англ. Москва : Вильямс, 2003. 624 с.
6. От слов к делу. Вып. 2: Практическое руководство по организации взаимодействия со стейкхолдерами / Т. Крик и др. ; пер. с англ. URL : <http://www.eldis.org/vfile/upload/1/document/0708/DOC19870.pdf> (дата звернення: 01.05.2020).
7. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. Москва, 2001. 240 с.

REFERENCES:

1. Ivanov G. G. (2014) Delovaya reputatsiya i effektivnost' torgovki. *Ekonomicnyi chasopis – KhKhl*. 2014.

№ 1–2 (1). S. 54–57. URL: http://soskin.info/userfiles/file/2014/1-2_2014/1/Ivanov_Mayorova.pdf. (accessed 11 April 2020).

2. Dauling G. (2003) Reputatsiya firmy: sozdanie, upravleniya i otsenka effektivnosti. per. s angl. Moskva: Konsaltingovaya gruppа «IMIDZh-Kontakt»: INFRA-M., 2003. (in Russian)

3. Reverchuk N. Y., Dziamulych E. S., Kantsir O.S. (2015) Osoblyvosti rozvytku reputatsiinoho menedzhmentu kompanii v Ukraini. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/116.pdf> (accessed 01 July 2020).

4. Shepel' V. M. (2002) Imidzhologiya. Kak nraivit'sya lyudyam. Moskva: Narodnoe obrazovanie, 2002. (in Russian)

5. Katlip S. (2003) Pablik rileyshenz. Teoriya i praktika. : ucheb. posob., 8-e izd.; per. s angl. Moskva: Izdatel'skiy dom «Vil'yams», 2003. (in Russian)

6. Avtori: T. Krik, M. Forsteyter, F. Monagan, M. Silanpa (2005) Ot slov k delu. Vyp. 2: Prakticheskoe rukovodstvo po organizatsii vzaimodeystviya so steykholderami. Per. s angl. Accountability. United Nations Environment Program and Stakeholder Research Associates. Accountab.: T. Crick, M. Forstater, F. Monaghan, M. Silanpa. Canada, 2005. URL: <http://www.eldis.org/vfile/upload/1/document/0708/DOC19870.pdf>. (accessed 01 May 2020).

7. Panasyuk A. Yu. (2001) Vam nuzhen imidzhmeyker? Ili o tom, kak sozdavat' svoy imidzh. Moskva, 2001. (in Russian).

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЯЄЦЬ І ЯЄЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE EGG AND EGG PRODUCTS MARKET IN UKRAINE

УДК 339.1

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-19>

Ларіна Я.С.

д.е.н., професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Попов О.О.

студент
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Larina Yaroslava

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Popov Oleksandr

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

У статті досліджено вітчизняний ринок курячих яєць за декілька останніх років. Розглянуто динаміку поголів'я птиці загалом, а також курей-несучок у сільськогосподарських підприємствах та господарствах населення. Виявлено особливості ринку яєць, оцінено ключові тенденції та перспективи його розвитку, на які значно впливають як природні, так і економічні чинники. Запропоновано напрями поглиблення сегментації ринку, виявлено нові фактори культури споживання яєць. Обґрунтовано механізми взаємодії учасників ринку в умовах інтенсивної конкуренції. Дослідження проводилось за матеріалами великих агропромислових підприємств України. Застосовано методи статистичного аналізу для виявлення динаміки обсягів виробництва й реалізації продукції, що дало змогу визначити ключові тенденції розвитку ринку яєць. Проведено аналіз місткості ринку та ринкових часток для визначення типу та конкурентної структури ринку.

Ключові слова: ринок яєць, кон'юнктура ринку, місткість ринку, ринкова частка, сегмент.

В статті досліджено отечественный рынок куриных яиц за несколько последних лет. Рассмотрена динамика поголовья птицы в целом, а также кур-несушек в сельскохозяйственных предприятиях и хозяйствах населения. Выявлены особенности рынка яиц, оценены ключевые тенденции и перспективы его развития, на которые значительно влияют как природные, так и экономические факторы. Предложены направления углубления сегментации рынка, выявлены новые факторы культуры потребления яиц. Обоснованы механизмы взаимодействия участников рынка в условиях интенсивной конкуренции. Исследование проводилось по материалам крупных агропромышленных предприятий Украины. Применены методы статистического анализа для выявления динамики объемов производства и реализации продукции, что позволило определить ключевые тенденции развития рынка яиц. Проведен анализ емкости рынка и рыночных долей для определения типа и конкурентной структуры рынка.

Ключевые слова: рынок яиц, конъюнктура рынка, емкость рынка, рыночная доля, сегмент.

The article examines the domestic market of chicken eggs over the past few years. The dynamics of the poultry population in general, as well as of laying hens in the context of agricultural enterprises and households, is considered. The purpose of the work is to identify the features of the egg market in Ukraine, assess key trends and prospects for its development, which are significantly influenced by both natural and economic factors. In this aspect, to deepen market segmentation, identify new factors of the culture of consumption and develop mechanisms for interaction of market participants in conditions of intense competition are the main objectives of the study. Conjuncture is defined by us as a certain situation that has developed in the market in a specific period of time and characterizes the real ratio of supply and demand. Market conditions are characterized by demand, supply and their interaction, price dynamics and their level, volumes and dynamics of stocks, as well as the formation of market conditions are influenced by historical, national, climatic, territorial, political, socio-economic conditions. It has been revealed that such factors are pouring into the development of the egg market, as there is a number of chickens; productivity of chickens; economic situation; epizootic situation in the region; seasonality. The research was conducted on the materials of large agro-industrial enterprises of Ukraine. The methods of statistical analysis were used for the analysis of dynamics of an index of volume of production and volume of the realized agro-industrial production, which allowed identifying the key trends of development of Ukrainian egg market. Also the methods of complex evaluation (assessment of the level of monopolization) for define type and competitive structure of the market was used. The great attention to the organic and natural food, as well as the interest to the conditions of the production, grows up the demand for the products of the companies, which adhere to the standards and treat animals humanely. In addition, in Ukraine, besides the segments of chicken eggs and egg products, the segment of free range eggs is developing.

Key words: egg market, market conjuncture, market capacity, market share, segment.

Постановка проблеми. Сьогодні ринок яєць в Україні є одним із важливих галузевих ринків агропродовольчої продукції, що забезпечує споживачам відносно дешеvu та біологічно повноцінну їжу. Це ринок, на якому поєднуються інтереси виробників, посередників та кінцевих споживачів. Ринок швидко розвивається, змінюючи свою конкурентну структуру та поглиблюючи диференціацію. Однак виробництво різних яєчних продуктів ще недостатньо розвинене в галузі яєчного птахівництва в Україні.

Стратегічним пріоритетом соціального та економічного розвитку економіки України в умовах глобалізації та посилення глобальної конкуренції є підвищення рівня продовольчої безпеки на основі нарощування виробництва продуктів харчування, підвищення їх якості та безпеки, а також

забезпечення захисту вітчизняного виробника. Яєчне птахівництво належить до галузей сільськогосподарства, розвиток яких дає змогу достатньою мірою забезпечувати зростаючий попит населення на високоякісні продовольчі товари тваринного походження. Галузь постачає енергетично поживні та незамінні продукти харчування, має значний економічний потенціал для розвитку, але використовує ще не весь свій потенціал і потребує державної підтримки разом з іншими галузями тваринництва.

Вектор розвитку птахівничих підприємств спрямований на пошук компромісу між збільшенням обсягів виробництва, якістю, доступністю та екологічністю на основі діагностики елементів мікро- та макросередовища для розширення виробництва якісних конкурентних продуктів. У цьому контексті

меторозвитку є баланс між ресурсним потенціалом птахівничих підприємств та вимогами ринку з точки зору екологічної складової частини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Ключові тенденції розвитку світового ринку яєць відображені в наукових працях таких учених, як В. Андрійчук, О. Гоменюк, Н. Круліковська [4], П. Саблук, М. Сахацький, Н. Сеперович, Ф. Ярошенко. Однак глобальний і внутрішній ринок яєць потребує нових поглиблених досліджень у контексті зміни смаків та вподобань споживачів і поглиблення процесів диференціації продуктів. Питаннями, що мають велике значення під час вибору напрямів та методів дослідження аграрних ринків, займалися провідні вітчизняні вчені, такі як О. Єранкін, С. Кваша, В. Липчук, О. Шпичак. Важливість дослідження ринку через визначення сутності, структури, методів і форм ринкових відносин, конкуренції та прогнозування диктує необхідність забезпечення стратегічною інформацією процесу його функціонування та розвитку, тому, незважаючи на значну кількість наукових праць з означених питань, виявлення тенденцій кон'юнктури ринку яєць та оцінювання перспектив розвитку залишаються актуальними. Важливим є також вивчення конкурентної структури, що визначає оптимальне прийняття рішень учасниками ринку та узгодженість дій для забезпечення конкурентоспроможності підприємств яєчного напрямку у довгостроковій перспективі.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у визначенні тенденцій та перспектив розвитку вітчизняного ринку яєць. Завданням дослідження є формування загальної та якомога більш повної картини основних тенденцій ринку яєць України задля подальшого розуміння конкурентних дій лідерів цього ринку та підприємств, що їх наслідують.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, кон'юнктура (від лат. "coniungo" – «зв'язую», «з'єдную») – це стан на ринку на поточний момент; певна ситуація, що сформувалася на ринку в конкретний проміжок часу і характеризує реальне співвідношення попиту й пропозиції. Отже, ринкову кон'юнктуру характеризують попит, пропозиція та їх взаємодія, динаміка цін та їх рівень, обсяги та динаміка запасів; на формування кон'юнктури ринку впливають історичні, національні, природно-кліматичні, територіальні, політичні, соціально-економічні умови. Для поглибленого аналізу варто дослідити динаміку поголів'я птиці загалом з виділенням курей-несучок у розрізі сільськогосподарських підприємств та господарств населення.

Птахівнича галузь України є традиційною для країни і має досить високий рівень розвитку. З 2017 року розпочалося поступове збільшення поголів'я птиці, що свідчить про поступове відновлення галузі птахівництва після кризи. За результатами 2018 року зафіксовано зростання чисельності поголів'я птиці як у секторі промислового виробництва, так і в домогосподарствах (рис. 1).

На розвиток ринку яєць впливають такі чинники, як загальна чисельність поголів'я курей, продуктивність курей, економічна ситуація, епізоотична ситуація в регіоні, сезонність.

Системний підхід до вивчення українського ринку яєць і яєчних продуктів передбачає виділення у структурі зазначеного ринку окремих сегментів, таких як сегмент яєць промислового виробництва; сегмент яєчних продуктів; сегмент органічних яєць (формується). Одним із сучасних трендів у харчовій промисловості є виробництво органічної продукції, зокрема яєць. Незважаючи на те, що ціна органічних яєць вище ціни звичайних, попит на такі продукти розвивається, впливаючи на середню ціну усієї продукції.



Рис. 1. Динаміка поголів'я птиці в Україні, млн. голів

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [10]

Щодо виробництва яєць в Україні, то за 1998–2013 роки спостерігалось стійке зростання його обсягів, а саме в 1,73 рази. У цей період відбулося скорочення частки господарств населення, а також зростання цієї частки для агропідприємств. Винятком щодо зростання обсягів виробництва яєць стали 2015 та 2016 роки, коли спостерігалися від'ємні прирости. У 2018 році в Україні вироблено на 4,1% більше яєць, ніж у 2017 році (16,14 млрд. штук порівняно з 15,5 млрд. штук відповідно). Варто відзначити, що збільшення виробництва відбулося як за рахунок промислових підприємств, так і за рахунок домогосподарств населення. Виробництво яєць у сільськогосподарських підприємствах склало 8,9 млрд. шт. (+6,4% порівняно з 2017 роком), в господарствах населення – 7,2 млрд. шт. (+1,4% порівняно з 2017 роком). Лідерами за темпами зростання виробництва яєць стали Івано-Франківська (19,9%), Донецька (18,4%), Київська (14,6%), Тернопільська (10,7%), Херсонська (9,9%), Харківська (8,9%) і Закарпатська (8,8%) області.

Ефективна селекційна робота, що проводиться в птахівництві, забезпечила високий приріст продуктивності курей-несучок. У 2013–2018 роках середньорічна продуктивність становила понад 290 яєць на одну курку. Такі високі показники зумовили високий експортний потенціал яєчної галузі та вихід України на міжнародний ринок. Основною причиною зростання експорту є популяризація українських виробників на світових ринках завдяки конкурентній ціні за високої якості. Імпорт яєць з України має значно менші обсяги порівняно з експортом, яйця імпортуються переважно для поповнення поголів'я (інкубаційні яйця).

Розгляд динаміки споживання яєць в Україні показав, що з 2014 року на одну особу на рік припадали 268–280 яєць, що менше раціональної норми, яка складає 290 штук, а зростання за досліджуваний період склало більше 40%.

Сегмент яєчних продуктів (ЯП) активно розвивається в Україні з 2005 року, демонструючи високі темпи зростання. Обсяг ринку (т) збільшився майже в 15 разів, скорочення мало місце лише в кризовому 2009 році. У структурі ЯП виділяються сухі та рідкі. Виробництво сухих зросло випереджуючими темпами до 2016 року (зростання склало 21,1 рази). У 2017 році вперше за 10 років обсяги виробництва рідких ЯП перевищили обсяги виробництва сухих. У 2018 році виробництво сухих ЯП скоротилося на 1,9%, а саме до 9 865 т. Найбільш значні експортні поставки яєчних продуктів Україна у 2014–2018 роках здійснювала до Йорданії, Кореї, Тайваню, Індонезії та Туреччини. Очікується, що приріст обсягів виробництва яєць на короткострокову перспективу збережеться стабільно внаслідок високого попиту як в Україні, так і на світових ринках. У виробництві

яєчних продуктів зберігатимуться високі темпи зростання.

Крім описаних вище, в Україні скоро може з'явитися ще один перспективний сегмент, а саме яйця вільного виходу. Протягом останніх років все більше людей у світі переймаються питаннями екології, збереження довкілля та гуманного ставлення до тварин. В деяких країнах турбота про навколишнє середовище не лише закріплена в законах, але й підтримується за допомогою бюджетних дотацій. Яскравим прикладом слугує Європейський Союз, який щорічно виділяє більше 400 млн. євро на розвиток навколишнього середовища. Наприклад, у бюджеті 2020 року розмір видатків становить 405,9 млн. євро. Окремо на розвиток сільської місцевості та аграрних підприємств виділяється ще 57,7 млрд. євро. У 2018 році на розвиток природних ресурсів і взагалі на сталий розвиток у рамках Спільної аграрної політики ЄС припадало 43% всіх видатків з бюджету Європейського Союзу [9].

Підвищена увага споживачів до органічного та натурального, а також інтерес до умов виробництва продукції сприяє зростанню попиту на товари, вироблені компаніями, які дотримуються стандартів і гуманно ставляться до поголів'я свійських тварин. Згідно з опитуваннями, більше 94% європейців вважає, що питання захисту сільськогосподарських тварин є важливим. Вищою є частка в найбільш розвинутих країнах, таких як Швеція, Фінляндія та Португалія, де близько 99% респондентів повідомили, що вважають фермерський добробут важливим для життєдіяльності тварин, тоді як у менш розвинутих Угорщині, Хорватії, Польщі, Словаччині та Болгарії відсоток таких респондентів склав 86–88% [9].

Зростання популярності натуральних продуктів мало вплив на яєчну галузь. Так, у багатьох розвинутих країнах на полицях супермаркетів з'являється все більше яєць вільного виходу ("free range"). Відмінність від звичайних яєць полягає в технології. "Free-range" передбачає, що курки-несучки утримуються не в клітках, а у спеціальних загонах, отже, протягом дня можуть вільно рухатися. Вважається, що такі умови покращують мікроклімат та є менш стресовими для птиці. В ЄС навіть створена Європейська громадянська ініціатива (ECI), яка об'єднує понад 170 організацій і дбайливих громадян по всій Європі та очолює громадянську ініціативу «Клітка». ECI виступає за заборону виробництва яєць із застосуванням кліток. Це впливає на використання яєць вільного виходу у виробництві, роздрібній торгівлі, ресторанах та продовольчих ТНК. В ЄС розвиток ринку яєць вільного виходу не лише базується на зростанні попиту, але й стимулюється на законодавчому рівні. Так, Швейцарія уже повністю відмовилася від виробництва яєць «з кліток». В Австрії та Бельгії

найближчим часом утримання птахів у клітках буде заборонено на законодавчому рівні. Схожа заборона буде діяти в Німеччині та Великій Британії з 2025 року [9]. Крім європейських країн, цей тренд активно розвивається у США та Австралії.

В Україні ринок яєць вільного виходу поки що слабо розвинений. Сьогодні лише декілька виробників займаються виробництвом за технологією "free range". Проте, за оцінкою "Pro-Consulting", у майбутньому частка підприємств, які лояльно ставляться до тварин, зросте. Цьому посприяють інтеграція з ЄС, нарощування експорту яєць у країни Європи, стимулювання з боку великих торгових мереж. Вагомим стримуючим фактором може стати купівельна спроможність населення в Україні, оскільки яйця вільного виходу порівняно зі звичайними коштують дорожче.

Дослідження ринку яєць має включати також розрахунок та оцінювання місткості ринку й ринкових часток найбільших конкурентів, ступеня концентрації ринку. Місткість ринку яєць в Україні залежить переважно від динаміки виробництва, оскільки частка зовнішньої торгівлі невелика (табл. 1).

За наведеними у табл. 1 даними можна виявити загальні тенденції до зниження фактичного споживання, зростання ціни та відповідного зростання місткості ринку. Ці фактори мають за законом попиту обернену залежність і наочно демонструють дію економічних закономірностей.

Розглянемо ринок курячих яєць України з точки зору співвідношення ринкових часток основних гравців. За даними сайту "Latifundist", ринкова частка агрохолдингу «Авангард» за 2015 рік складала 56%. Проте використовуючи дані Державної служби статистики України, а також дослідивши річні звіти двох основних конкурентів на ринку яєць за цей період, а саме ТОВ «ОВОСТАР» та агрохолдингу «Авангард», ми дійшли висновку щодо неточності даних на сайті "Latifundist" [5]. «Авангард» дійсно був лідером ринку, проте з

ринковою часткою 21% (станом на 2015 рік) та 16% (станом на 2018 рік). Такі невідповідності даних могли виникнути внаслідок домовленостей редакції порталу та компаній для внесення в інформаційний простір недостовірних даних. Доцільністю такого кроку можна вважати те, що це є досить вдалим маркетинговим ходом, оскільки лідери зазвичай мають можливість вплинути авторитетом на споживача, бути гарантом вибору клієнтів у процесі прийняття рішення про покупку. Показники ринкових часток протягом 2013–2018 років дещо змінилися, що вказує на значну конкуренцію між виробниками та вплив зовнішніх факторів на виробництво і збут продукції. Динаміка змін ринкових часток наведена на рис. 2.

З рис. 2. ми можемо бачити поступове вирівнювання конкурентних позицій двох компаній, а також стабільне зростання ринкових показників компанії "Ovostar Union". Як було зазначено в річних звітах агрохолдингу "Avangard", таке значне зниження частки ринку, відповідно, і обсягів виробництва спричинене закриттям заводів на окупованих територіях Криму, Донецької та Луганської областей, а також зменшенням виробництва у прилеглих до цих областей регіонах.

На основі проведених досліджень можна зробити висновок, що ринок яєць України має характерні риси олігополії. Це підтверджується також вторинною інформацією, адже у звітах Антимонопольного комітету України повідомляється, що «структура ринку курячих яєць в Україні близька до олігополії, проте є конкурентною». Сукупна частка трьох найбільших промислових груп-учасників ринку («Авангард», «Овостар Юніон» та «Інтер-Агросистеми») становить 46,61%. З точки зору розуміння сутності олігополії можна зробити висновок, що критерій віднесення до олігополії виконується, а саме декілька великих фірм мають значну частку ринку [1; 5].

Ключовим виробником яєць в Україні є компанія «Авангард», яка від початку свого існування

Таблиця 1

Показники місткості ринку яєць України за 2011–2018 роки

Показник	Роки							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Фактичне споживання яєць, шт./особу на рік	310	307	309	310	280	267	273	275
Кількість населення України, млн. осіб	45,71	45,59	45,49	43,00	42,84	42,67	42,48	42,38
Місткість внутрішнього ринку яйця за раціональною нормою споживання, млрд. шт.	13,25	13,22	13,19	12,47	12,43	12,38	12,32	12,29
Фактична місткість внутрішнього ринку яйця, млрд. шт.	14,17	14,00	14,06	13,33	12,00	11,39	11,60	11,65
Середня ціна яєць курячих, грн./тис. шт.	521,5	627	656,7	782,4	1333,2	1108,7	1145,9	1600,3
Місткість внутрішнього ринку яйця за раціональною нормою споживання, млрд. грн.	6,91	8,29	8,66	9,76	16,57	13,72	14,12	19,67
Фактична місткість внутрішнього ринку яйця, млрд. грн.	7,39	8,78	9,23	10,43	15,99	12,63	13,29	18,64

Джерело: розраховано авторами за даними Державної служби статистики України [10]

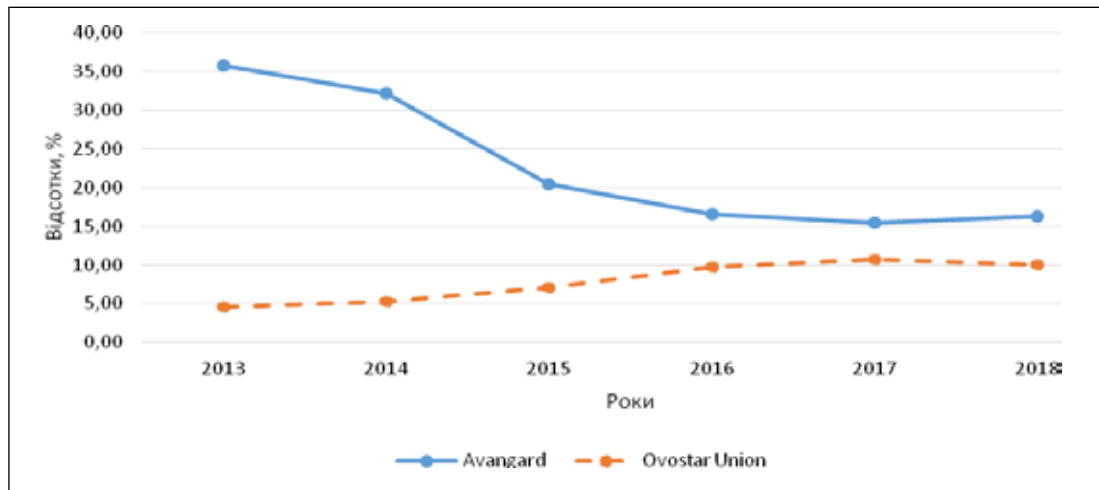


Рис. 2. Динаміка часток ринку лідерів галузі яєчного птахівництва за 2013–2018 роки

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

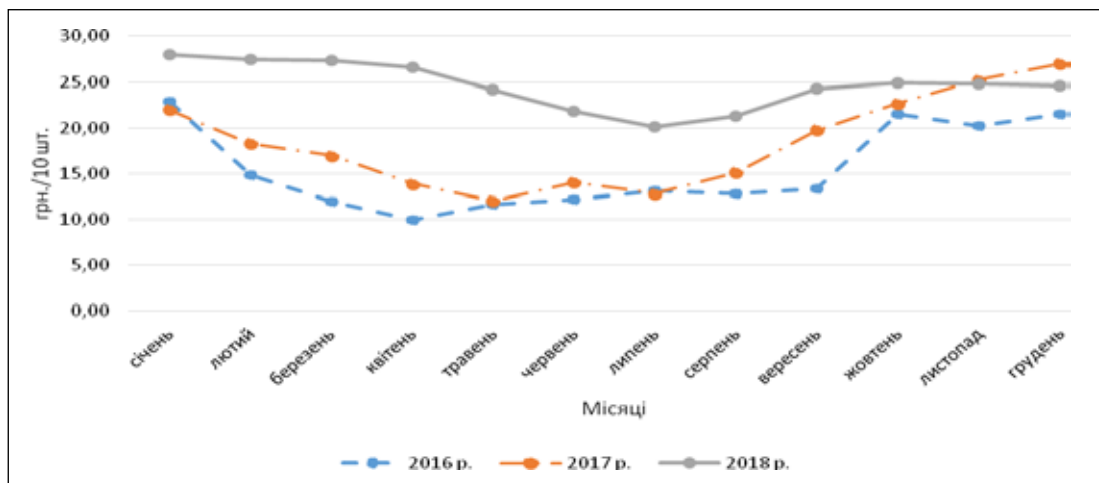


Рис. 3. Динаміка споживчих цін на 10 яєць курячих I–II категорії в Україні на 2016–2018 роки

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [10]

використовувала стратегію зростання через механізми злиття й поглинання, що відповідає її стратегічній меті, яка полягає у підвищенні вартості компанії. Процес реалізації стратегії зростання базується як на внутрішньому розвитку (розширення асортименту, випуск нових товарів, а саме сухих яєчних продуктів (концентрична диверсифікація), стратегія підвищення якості шляхом впровадження новітніх технологій), так і на зовнішньому форсуванні розвитку, що полягає у злитті та поглинанні підприємств (птахофабрик, комбикормових заводів) [1]. “AVANGARDCO IPL” досягнула стійкого зростання шляхом придбання компаній (у 2003–2008 роках) у слабоконцентрованій яєчній галузі, в результаті об’єднання більш ніж 25 бізнес-одиниць було створено компанію національного масштабу. У цей період почався швидкий ріст ринку яєць, яєчних продуктів та попиту на них.

Для того щоби здійснювати успішну реалізацію загальної стратегії, керівництво холдингу виокремило такі напрями росту на зовнішньому ринку:

1) збільшення експорту яєць у шкаралупі та яєчних продуктів; саме завдяки високій якості продуктів, а також економії на масштабі за рахунок розширення виробництва шляхом вертикальної інтеграції “AVANGARDCO IPL” може й надалі збільшувати обсяги експорту яєць та яєчних продуктів до країн Середнього Сходу, Азії та СНД;

2) придбання інших компаній аналогічного напрямку у країнах Східної Європи, що дасть змогу швидше завоювати європейський ринок [2; 4]; на цьому етапі життєвого циклу компанія використовує стратегію лідерства за витратами та активно впроваджує принципи управління якістю та екологічної безпеки.

Наступним етапом аналізу є розгляд динаміки споживчих цін (рис. 3).

З графіку ми бачимо певні особливості зміни цін, які значною мірою викликані специфікою виробництва продукції на цьому ринку. Річ у тім, що досліджуваний ринок повністю залежить від коротких циклів, сезонності. Виробничими потужностями компаній-виробників яєць є кури-несучки, отже, підприємства й домогосподарства мають враховувати їх біологічні особливості. Квочки дуже чутливі до змін зовнішнього середовища, в холодні періоди року продуктивність їх падає, отже, пропозиція зменшується.

Очевидним є висновок, що ціни через цей зовнішній фактор мають циклічну динаміку й зростають згідно зі змінами довжини світлої частини дня, а також зі змінами температури. Оскільки циклічність на промислових підприємствах незначна, а в домогосподарствах навпаки, то в теплі

періоди відбувається перенасичення ринку пропозицією домогосподарств, провокуючи виробників знижувати ціни відповідно до закону рівноваги попиту і пропозиції. Отже, через зміну пори року змінюються також показники виробництва, що слід враховувати під час ідентифікації причин цих коливань. Йдеться про сезонні коливання пропозиції. Також варто зазначити, що промислові виробники спроможні компенсувати сезонну циклічність, але піддаються впливу вже інших законів, а саме ринкових. З огляду на те, що умови на підприємствах є високотехнологічними та враховують багато факторів, за якими не може встежити типове домогосподарство, ми маємо таку картину виробництва на 2017–2018 роки (рис. 4, 5).

Як ми можемо побачити з графіка, різниця в матеріально-технічній базі значно впливає на

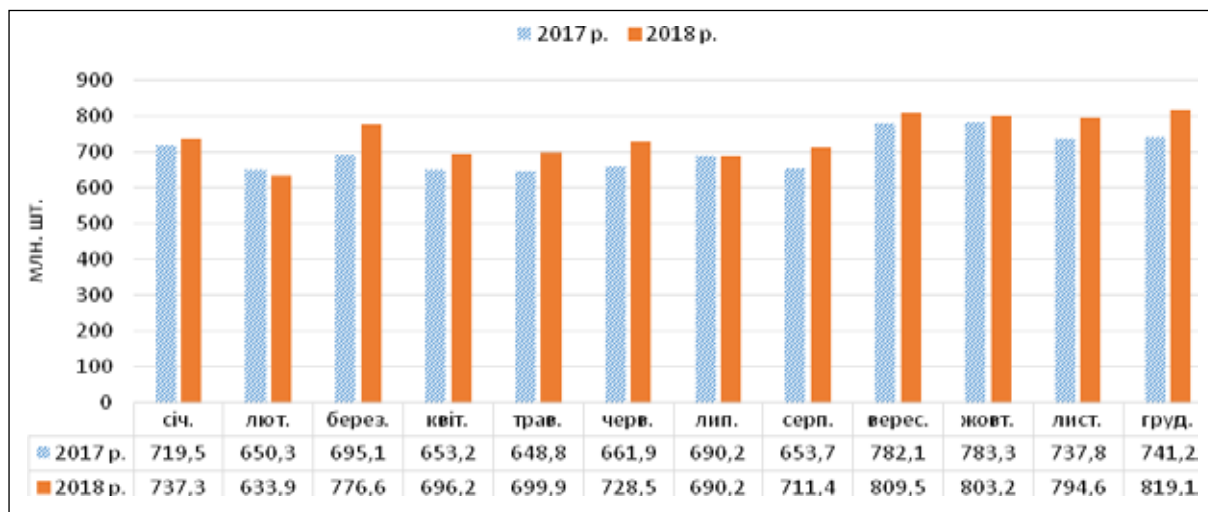


Рис. 4. Виробництво яєць від птиці свійської сільськогосподарськими підприємствами

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [10]

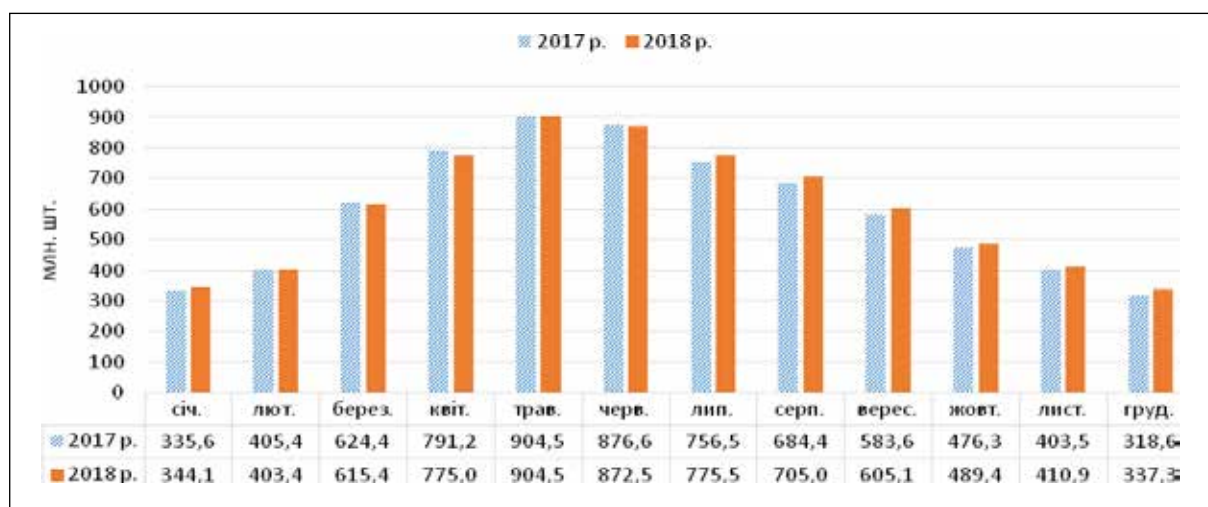


Рис. 5. Виробництво яєць від птиці свійської в домогосподарствах

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [10]

сезонність виробництва яєць. Отже, домогосподарствам варто більш ретельно стежити за умовами утримання курей, а промисловим виробникам слід приділяти увагу іншим факторам виробництва, таким як харчування та санітарна безпека.

В періоди максимальних значень обсягів виробництва, тобто в проміжок між березнем і вереснем, виробництво у 2017 році, навпаки, зменшилось відносно холодних періодів того ж року. Причиною цього є неврахування перелічених вище факторів і, як наслідок, зниження продуктивності або захворюваність курей-несучок. Наочно демонструє циклічність на досліджуваному ринку рис. 6.

Такі значні коливання обумовлюють необхідність виробникам підвищувати ціни та адаптувати свою цінову стратегію та маркетингову політику під умови циклічності ринку. Хоча сільськогосподарські підприємства мають можливість збалансувати виробництво, вони під впливом циклічності у господарствах населення вимушені підлаштовуватись під загальну тенденцію та психологічне сприйняття цінності яєць як продукту в різні сезони. Однак нині спостерігається тенденція до поступового витіснення конкуренції олігополістичною структурою ринку.

Сезонні коливання на ринку курячих яєць визначаються не лише природними чинниками. Є також низка інших чинників, насамперед йдеться про економічні чинники, зокрема рівень доходів споживачів, структуру споживання, зміну смаків та загальної культури споживання, формування платоспроможного попиту через вплив пропозиції, конкурентну структуру ринку, інструментарій та інтенсивність конкуренції. Ринку яєць властива сезонність споживання протягом року, тоді як у довгостроковому періоді попит на яйця відносно стабільний. Влітку збільшується виробництво яєць у господарствах населення, що збільшує загальну

пропозицію цього продукту на ринку на 30–35%. Також на ринок впливає сезонна зміна структури споживання продуктів харчування. Влітку населення традиційно споживає більше овочів і фруктів, знижуючи кількість споживання яєць. Сукупний вплив цих факторів призводить до значного зниження ціни на яйце. При цьому основна проблема полягає у прогнозуванні обсягів продажу з урахуванням високої інтенсивності конкуренції на ринку.

Зростання цін на яйця курячі пояснюється специфікою ринку. За зростання ціни зменшиться попит, що безпосередньо впливає на місткість ринку. Дія ринкових законів змушує виробників зменшувати обсяги, проте специфіка виробництва не дає змоги швидко реагувати. Надлишок яєць стимулює збільшення експорту [1]. Відповідно, за зменшення ціни збільшиться попит, але реакція пропозиції буде менш помітною.

Ще однією особливістю цінової ситуації на ринку яєць є прояви олігополістичного ціноутворення. Ціна на цей продукт протягом року то підвищується до максимуму, то знову падає після зниження споживчого попиту та зменшення експорту. Однак ціна станом на 2018 рік замість звичного падіння демонструвала стабільність та навіть ріст. Аналіз даних 2016–2018 років показав, що у 2018 році цінова тенденція відмінна від двох попередніх. У січні 2016 та 2017 років ціна на курячі яйця після грудневого зростання знизилась на 16% та 11% відповідно. У 2018 відбулося зростання вартості на 2%, а саме з 30,2 грн. за десяток до 30,8 грн. Однак з урахуванням зміни методики рахування, тобто переходу з підрахунків вартості яєць 1–2 категорії до середньої ціни одразу 1, 2 та вищої категорії, можна говорити про зростання 18%, а саме з 26 грн. за десяток до 30,8 грн. Експерти ринку говорять про можливу картельну змову, про що свідчать збіг ситуації на ринку та інсайдерська

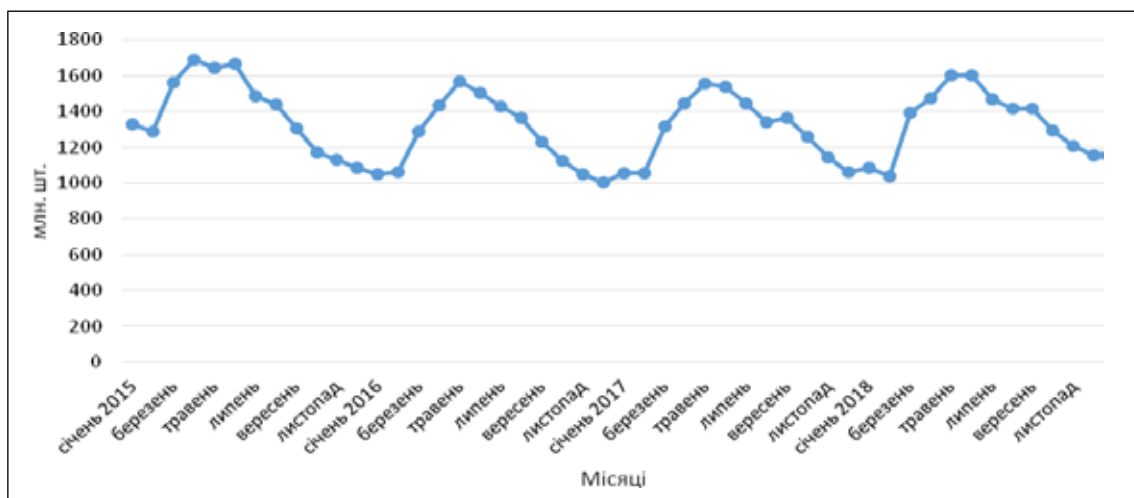


Рис. 6. Динаміка коливань обсягів виробництва яєць в Україні за 2015–2018 роки

Джерело: побудовано авторами за результатами власних досліджень

інформація [8]. Необхідно також порівняти експортні ціни й ціни внутрішнього ринку в певний період. Якщо з'ясується, що експортні ціни є значно нижчими за внутрішні, то є всі підстави говорити про антиконкурентні дії великих виробників.

Висновки з проведеного дослідження.

Птахівнича галузь України має високий рівень розвитку. З 2017 року розпочалося поступове збільшення поголів'я птиці як у секторі промислового виробництва, так і в домогосподарствах, що засвідчило поступове відновлення галузі після кризи. На розвиток ринку яєць впливають такі чинники, як загальна чисельність поголів'я курей, продуктивність курей, економічна ситуація, епізоотична ситуація в регіоні, сезонність.

Розгляд динаміки споживання яєць в Україні показав, що у 2014–2018 роках на одну особу припадало 268–280 яєць, що менше раціональної норми, яка складає 290 штук, а зростання обсягів споживання за 2010–2014 роки склало 47%.

Сегмент яєчних продуктів активно розвивається в Україні з 2005 року, демонструючи високі темпи зростання, особливо сухих продуктів до 2016 року включно та рідких ЯП з 2017 року. Виявлено тенденцію до зростання попиту на органічну продукцію на цьому ринку (яйця вільного виходу), незважаючи на вищу ціну. В ЄС розвиток цього сегменту не лише базується на зростанні попиту, але й стимулюється на законодавчому рівні.

Показники ринкових часток основних виробників яєць в Україні дещо знизились, що вказує на значну конкуренцію між виробниками та вплив зовнішніх факторів на виробництво і збут продукції. Відбулося поступове вирівнювання конкурентних позицій двох компаній, таких як «Авангард» та «Ovostar Union». На основі проведених досліджень можна зробити висновок, що ринок яєць України має характерні риси олігополії, оскільки сукупна частка трьох найбільших промислових груп учасників ринку («Авангард», «Овостар Юніон» та «Інтер-Агросистеми») становить понад 46%, а в окремі періоди наявні прояви картельної змови.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Agravery : офіційний веб-сайт. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/ukrainskij-rinok-aec-blizkij-do-oligopolii> (дата звернення: 19.05.2020).
2. Офіційний сайт «AVANGARDCO IPL». URL: <https://avangardco.ua> (дата звернення: 07.05.2020).
3. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України : статистичний збір-

ник / відп. за вип. О. Прокопенко. Київ : Державна служба статистики України, 2019. 55 с.

4. Гоменюк О., Круліковська Н. Сучасний стан та перспективи розвитку світового та українського ринків яєць та яєчних продуктів. *Ефективна економіка*. 2014. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3127> (дата звернення: 14.05.2020).

5. Latifundist Media : офіційний веб-сайт. URL: <https://agropolit.com/news/7682-tri-vitchiznyanih-virobnika-yayets-zaymayut-466-rinku> (дата звернення: 19.04.2020).

6. На ринку курячих яєць цінова змова? URL: <https://usba.com.ua/na-rinku-kuracih-aec-cinova-zmova> (дата звернення: 03.06.2020).

7. Офіційний сайт «ProConsulting». URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-yaic-svobodnogo-vygula-ukrainy-2019-god> (дата звернення: 19.05.2020).

8. Державна служба статистики України. Статистичний бюлетень. 2018. URL: <http://agroua.net/statistics> (дата звернення: 19.05.2020).

REFERENCES:

1. Agravery. Official web-site (2018). URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/ukrainskij-rinok-aec-blizkij-do-oligopolii> (accessed 19 May 2020).
2. Ofitsiyni sait "AVANGARDCO IPL" [Official site "AVANGARDCO IPL"] (2019). URL: <http://avangardco.ua> (accessed 7 May 2020).
3. Balansy ta spozhyvannya osnovnyh produktiv harчування населенням України у 2018 році [Balances and consumption of basic foodstuffs by the population of Ukraine in 2018] (2019). Kyiv: State Statistics Service of Ukraine.
4. Gomenjuk, O. and Krulikovska, N. (2014). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku svitivogo ta ukrainskogo rynkiv yayets ta yayechnykh produktiv [Current market situation and prospects of development of the Ukrainian and world egg market]. *Efektivna ekonomika*. 2014. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3127> (accessed 14 May 2020).
5. Latifundist Media. Official web-site (2018) Retrieved from: <https://agropolit.com/news/7682-tri-vitchiznyanih-virobnika-yayets-zaymayut-466-rinku> (accessed 19 April 2020).
6. Na rynku kuriachykh jajets' tsinova zmova? [Is there a price collusion in the chicken egg market?] <https://usba.com.ua/na-rinku-kuracih-aec-cinova-zmova> (accessed 3 June 2020).
7. ProConsulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-yaic-svobodnogo-vygula-ukrainy-2019-god> (accessed 19 May 2020).
8. State Statistics Service of Ukraine (2018). Agricultural statistics. Statistical Bulletin, 2018. Retrieved from: <http://agroua.net/statistics> (accessed 19 May 2020).

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

LEGAL REGULATION OF ACTIVITIES OF TOURIST ENTERPRISES IN THE EUROPEAN UNION

У статті розглянуто генезу і сутність нормативно-правового регулювання діяльності туристичних підприємств в Європейському Союзі. На засадах соціоекономічної парадигми, комплексного методологічного підходу (насамперед системного і ситуаційного) з використанням загальнонаукових і спеціальних методів (перш за все історичного і логічного, порівняння, контент-аналізу, узагальнення та ін.) досліджено цілі, основні напрями, принципи, а також правові, економічні, організаційні та соціальні методи регуляторного впливу на діяльність туристичних підприємств у країнах – членах ЄС із метою впровадження сталого, конкурентоспроможного, доступного і соціально відповідального туризму. Проаналізовано відповідні документи керівних органів Європейського співтовариства, окремих країн-членів і спеціалізованих фондів, досліджено й узагальнено позитивний досвід нормативно-правового регулювання діяльності туристичних підприємств, сформульовано пропозиції щодо його використання в Україні з урахуванням національних реалій.

Ключові слова: туристична політика, методи нормативно-правового регулювання туризму, сталий, конкурентоспроможний, доступний, соціально відповідальний туризм.

В статье рассмотрены генезис и сущность нормативно-правового регулирования дея-

тельности туристических предприятий в Европейском Союзе. На основе социоекономической парадигмы, комплексного методологического подхода (прежде всего системного и ситуационного) с использованием общенаучных и специальных методов (прежде всего исторического и логического, сравнительного анализа, контент-анализа, обобщения и др.) исследованы цели, основные направления, принципы, а также правовые, экономические, организационные и социальные методы регуляторного влияния на деятельность туристических предприятий в странах – членах ЕС с целью внедрения устойчивого, конкурентоспособного, доступного и социально ответственного туризма. Проанализированы соответствующие документы руководящих органов Европейского Сообщества, отдельных стран-членов и специализированных фондов, исследован и обобщен положительный опыт нормативно-правового регулирования деятельности туристических предприятий, сформулированы предложения по его использованию в Украине с учетом национальных реалий.

Ключевые слова: туристическая политика, методы нормативно-правового регулирования туризма, устойчивый, конкурентоспособный, доступный, социально ответственный туризм.

УДК 338.48

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-20>

Лебедев І.В.

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

Lebedyev Ihor

Odessa National Economic University

The article deals with the genesis and essence of legal regulation of activities of tourist enterprises in the European Union. The experience of tourism legal regulation in the European Union is of considerable scientific and practical interest, as Europe is one of the global centers and leaders in world tourism: five out of ten most frequently visited countries by tourists are members of the EU. Targets, main directions, principles, as well as legal, economic, organizational and social methods of regulatory impact on activities of tourist enterprises in EU member-countries were studied on the basis of socio-economic paradigm and integrated methodological approach (primarily systemic and situational approaches), using general and special scientific methods (primarily historical and logical, comparative analysis, content analysis, generalization and others). According to official documents of governing bodies of the European Community and some member-countries the main target of tourism policy is to promote in Europe sustainable, competitive, affordable and socially responsible tourism. In the context of the acute global socio-economic crisis, exacerbated by the COVID-19 coronavirus pandemic, it has become more clear, that sustainable socio-economic development for the interests of the states, civil societies, local communities, employers and employees cannot be ensured by market self-regulation methods. This puts on the agenda the issue of strengthening the legal regulation of socio-economic development processes. This is especially true to the tourism industry, which is very vulnerable during the crisis. The relevant documents of the governing bodies of the European Community, some member-countries and specialized funds were analyzed, the positive experience of the legal regulation of the activities of tourism enterprises was researched and summarized. The positive experience of tourism regulation in EU can and should be used effectively in Ukraine with appropriate adaptation to local conditions, so the appropriate proposals for its use in Ukraine according to national realities were formulated.

Key words: tourism policy, legal, economic, organizational and social methods of legal regulation of tourism, sustainable, competitive, accessible, socially responsible tourism.

Постановка проблеми. В умовах світової соціально-економічної кризи, посиленої пандемією коронавірусу COVID-19, стало цілком очевидним, що стійкий соціально-економічний розвиток з урахуванням інтересів держави, місцевих громад, підприємств і працівників неможливо забезпечити лише ринковим саморегулюванням. Це ставить на порядок денний питання посилення нормативно-правового регулювання соціально-економічного розвитку. Особливо це стосується туристичної галузі, яка є вельми вразливою в період кризи. Тому досвід нормативного регулювання туризму, накопичений у Європейському Союзі, представляє значний науковий і практичний інтерес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання нормативно-правового регулювання туризму висвітлено у низці офіційних документів керівних органів Європейського Союзу і країн-членів, а також у наукових працях вітчизняних та зарубіжних авторів. У колективній монографії вчених кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету досліджено державне макроекономічне регулювання туризму в країнах ЄС [1]. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму в країнах ЄС досліджено у статті Н.І. Гончаренко та Я.Я. Скларенко [2]. Нормативно-правове регулювання туристичної

діяльності в Україні проаналізовано у монографії О.М. Роїної [3]. Матеріал про зарубіжні, у тому числі європейські, моделі індустрії туризму викладено у статті О.В. Бартошук [4]. Однак наукові праці з даної проблематики, по-перше, були опубліковані декілька років тому і не враховують новітні явища, по-друге, найчастіше розглядають проблеми зростання індустрії туризму суто в економічному або правовому аспекті, але питання забезпечення сталого розвитку туризму опрацьовано поки ще недостатньо.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження досвіду ЄС з нормативно-правового регулювання в контексті впровадження сталого, конкурентоспроможного, доступного і соціально відповідального туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досвід нормативно-правового регулювання туризму в Європейському Союзі являє значний науковий і практичний інтерес, оскільки Європа є одним із центрів і лідерів світового туризму: п'ять із десяти країн, що найчастіше відвідуються туристами, є членами ЄС. Індустрія туризму в ЄС становить понад 5% ВВП. Приблизно 1,8 млн туристичних підприємств працевлаштовують близько 9,7 млн осіб (5,2% загальної кількості робочих місць) [5, с. 163–165].

Європейське співтовариство від самого початку свого існування приділяє значну увагу розвитку туризму. В Угоді про функціонування Європейських співтовариств (Рим, 25.03.1957) відзначено: «Співтовариство буде виконувати дії з підтримки, координації або доповнення дій держав-членів у сфері туризму (ст. 6), допомагати формуванню сприятливого середовища для розвитку підприємств цього сектору, співпраці держав-членів шляхом обміну передовим досвідом» (ст. 195) [6].

Особливості туристичної політики ЄС визначаються чинниками, що характерні для європейської моделі соціально орієнтованої ринкової економіки, а саме: політичною стабільністю, верховенством права, розвиненим громадянським суспільством, економічною ефективністю і соціальною результативністю, високим рівнем життя населення, турботою про збереження культурної спадщини й охорону навколишнього природного середовища.

Нормативне регулювання туризму здійснюється в ЄС шляхом розроблення рекомендацій, які не мають прямої обов'язкової юридичної сили і не втручаються в національну туристичну політику країн-учасниць, надаючи їм повну свободу дій у процесі створення і просування своїх національних туристичних продуктів.

Поштовхом для гармонізації законодавства у сфері нормативного регулювання туризму в країнах ЄС стала прийнята у 1990 р. Директива Ради Європейських Співтовариств № 90/314/ЄЕС

«Про комплексний туризм, комплексний відпочинок і комплексні тури», на засадах якої були розроблені обов'язкові вимоги до туристичних продуктів і змісту інформації, що має надаватися туристам, визначено поняття «організатор», «продавець», «пакетний тур». Були встановлені вимоги до фінансового забезпечення туристичних організацій, які стали підґрунтям для створення системи фінансового захисту прав і законних інтересів туристів.

У подальшому політика Європейського Союзу у сфері регулювання туризму отримала чимало доповнень і пояснень у низці нормативних актів, найважливішими з яких є:

- Шенгенська угода ЄС про скасування паспортного та митного контролю;

- комюніке Європейської Комісії (ЕК) «Порядок денний з питань сталого та конкурентоспроможного європейського туризму» [7] та ін.

У документах, де викладено туристичну політику ЄС, підкреслюється, що мета нормативно-правового регулювання туризму – «підтримувати Європу як найпопулярніше туристичне місце світу, сприяючи конкурентоспроможності, диверсифікації та якості послуг, інноваціям та стійкому розвитку, особливо стосовно малих та середніх підприємств, підсилювати взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного і культурного розвитку» [8].

Нормативно-правове регулювання туристичної діяльності в ЄС спрямоване на отримання не тільки економічних, а й соціальних результатів: підвищення якості та рівня життя населення, охорону навколишнього природного середовища, попередження його деградації та погіршення шляхом зменшення негативного антропогенного впливу, збереження культурно-історичної спадщини – тобто на все те, що входить до поняття сталого розвитку туризму.

Із кінця XX ст. реалізація концепції сталого розвитку стала пріоритетним напрямом туристичної політики Європейського Союзу. Ця концепція є складовою частиною загальної концепції сталого розвитку, проголошеної ООН у документі «Порядок денний на XXI століття» (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.). Поняття «сталий розвиток туризму» і «сталий туризм» були сформульовані на конференції зі сталого туризму в Лансароте (1995 р.) і з тих пір стали постійно з'являтися на порядку денному ООН, Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) та інших міжнародних інституцій.

Туристична діяльність, як відомо, спричиняє різнобічний вплив на суспільство і навколишнє середовище, які, своєю чергою, надають зворотний вплив. Цей вплив може бути позитивним і негативним, прямим і опосередкованим. Позитивний вплив проявляється у стимулюванні економіки,

поповненні державного і місцевих бюджетів, сприянні розвитку інфраструктури: транспорту, зв'язку, комунального господарства тощо, створенні робочих місць і підвищенні рівня життя місцевого населення, наданні соціально значущих послуг, збереженні культурної спадщини, охороні пам'яток природи, історії, культури, створенні національних парків і заповідників, захисті рослинного і тваринного світу. Підвищення рівня життя населення, своєю чергою, сприяє розвитку сфери рекреації та туризму.

Негативний вплив туризму на соціальні параметри життя населення є не менш значущим. Туристична діяльність сприяє посиленню антропогенного навантаження на природне і соціальне середовище, деградації природних ландшафтів через надмірне споживання ресурсів, забудову земельних ділянок, забруднення відходами природних об'єктів, що веде до погіршення якості ґрунту, повітря і води у водоймах та морях унаслідок зростання викидів шкідливих речовин, самовільного облаштування тимчасових місць відпочинку, розпалювання вогнищ, понівеченню історичних пам'яток вандалами тощо. Деякі види відпочинку, такі як збирання рослин, риболовля, полювання, завдають шкоди живій природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення на певних територіях деяких видів фауни та флори. Зростання чисельності відвідувачів і населення у туристичних регіонах, будівництво нових об'єктів потребують використання додаткових природних ресурсів і збільшують навантаження на навколишнє середовище.

Експерти вважають: якщо збережеться нинішня тенденція зростання туризму, до 2050 р. споживання енергії збільшиться на 154%, води – на 152%, викид твердих відходів – на 251%, викиди парникових газів – на 131% [5, с. 169]. Тому для міжнародної спільноти, у тому числі Європейського Співтовариства, актуальним завданням є розроблення нових моделей безпечного розвитку туризму в інтересах усього людства, його нинішнього і майбутніх поколінь. Європейською Комісією у 2003 р. було створено Комісію з питань сталого туризму, до складу якої увійшли представники міжнародних організацій та урядів країн ЄС, регіональних та місцевих органів влади, індустрії туризму, профспілок, екологічних та інших громадських організацій, а також дослідних та освітніх установ. До основних завдань цієї Комісії було віднесено розроблення правил туристичної діяльності, управління дестинаціями, визначення індикаторів стійкості туризму і систем моніторингу.

Європейською Комісією було затверджено Стратегію сталого та конкурентного європейського туризму, розроблену Комісією ЄС з питань сталого туризму. У ній було проголошено як головну мету туристичної політики ЄС підвищення

конкурентоспроможності європейського туризму шляхом забезпечення стійкості та доступності і визначено пріоритетні напрями діяльності:

- спільне фінансування проєктів із розвитку сталого та конкурентного європейського туризму;
- розроблення Європейської системи індикаторів туризму (ETIS), що допоможе здійснювати моніторинг, вимірювання й оцінку стану туристичної галузі та сприяти підвищенню її стабільності й ефективності;
- підтримка розроблення транс'європейських і національних туристичних продуктів сталого туризму [8].

Комісією Європейського Парламенту визначено пріоритетні завдання з реалізації Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму, у тому числі:

- посилювати роль туризму у досягненні економічного процвітання, соціальної справедливості та єдності, захисті природного довкілля та культурної спадщини;
- забезпечити збалансованість економічного, соціокультурного та екологічного складників сталого розвитку туризму, які можуть створювати ефект синергії за умови взаємодії усіх зацікавлених сторін;
- стимулювати внутрішній туризм, регулювати туристичні потоки згідно з рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації у такій пропозиції: один в'їзний турист на одного виїзного і на чотири внутрішніх туриста;
- забезпечувати доступність туризму для різних груп населення без дискримінації за статтю, расою, релігією або будь-якою іншою ознакою;
- розширяти асортимент тематичних туристичних продуктів, таких як транснаціональні маршрути, природний («зелений», екологічно чистий), оздоровчий, велосипедний та спортивний, гастрономічний та винний, самодіяльний та фольклорний види туризму тощо;
- поліпшувати якість послуг для задоволення потреб людей у подорожах, дотримувати права та інтереси туристів;
- сприяти збільшенню попиту на туристичні послуги як усередині ЄС, так і ззовні шляхом диверсифікації видів і розширення сезону туризму, збільшенню туристичних потоків у низьких та середніх сезонах для старших та молодших цільових груп;
- забезпечити підвищення рівня життя місцевого населення шляхом отримання економічної вигоди від туризму;
- зменшувати забруднення і погіршення навколишнього середовища, раціонально використовувати обмежені природні ресурси;
- підтримувати і збільшувати культурне багатство та біорізноманіття шляхом здійснення внеску в їх пізнання і збереження тощо [9].

У цьому ж документі було визначено основні принципи нормативного регулювання з метою досягнення сталого розвитку туризму:

1) комплексність (системність) як цілісний інтегрований підхід з урахуванням усіх можливих наслідків впливу туризму на соціум і природу;

2) стійкість – задоволення потреб нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби;

3) обґрунтованість, узгодженість планів розвитку з параметрами зовнішнього і внутрішнього середовища і забезпеченості ресурсами;

4) залучення до участі у прийнятті рішень та їх реалізації усіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів): органів державної і місцевої влади, підприємців, громадських організацій;

5) відкритість – надання інформації про плани й очікувані результати їх реалізації, поширення позитивного практичного досвіду;

6) постійний моніторинг і регулювання туристичної діяльності з метою зниження антропогенного навантаження на території;

7) управління ризиками – попередження і мінімізація шкоди суспільству та навколишньому середовищу, відшкодування збитків у разі завдаваної шкоди [9].

Із наведених вище документів видно, що керівні органи Співтовариства розглядають нормативне регулювання туризму як цілеспрямований вплив в інтересах суспільства на процеси формування і підтримки туристично-рекреаційного середовища, регулювання обсягів та напрямів туристичних потоків, створення туристичної інфраструктури, охорони рекреаційних ресурсів, організації відпочинку й оздоровлення населення, підготовки кваліфікованих кадрів для рекреаційно-туристичної діяльності. Стратегія сталого та конкурентного європейського туризму передбачає розбудову механізму нормативного регулювання туризму на засадах встановлення загальних правил функціонування у поєднанні з певною свободою господарської діяльності за умов взаємодії заінтересованих сторін.

Механізм нормативного регулювання туристичної діяльності являє собою систему елементів (органів, засобів і способів) для виконання певних управлінських дій. Система органів регулювання туризму в ЄС ґрунтується на притаманній європейській соціально орієнтованій ринковій економіці моделі управління, заснованій на співробітництві державних і недержавних інституцій. Висловлення «державно-приватне партнерство» у наведених документах ЄС не застосовується, тому що дана модель управління виходить за його межі і передбачає також широку участь громадських організацій: підприємницьких, профспілкових, культурних, екологічних, спортивних тощо.

Регулювання туризму в ЄС здійснюється перш за все за допомогою таких господарських важелів:

– гроші (цільові бюджетні асигнування, субсидії та дотації на розвиток туристичної інфраструктури, збереження навколишнього середовища, культурної та історичної спадщини);

– кредити, податкові пільги і преференції, підтримка соціального туризму, стимулювання туризму у період «низького сезону» шляхом різного роду знижок, пільг тощо [1, с. 58–62].

Підприємцям надається пільговий податковий режим, у тому числі звільнення від податку на прибуток у перші роки діяльності, а також зменшення податку на додану вартість. Надаються також митні пільги (аж до звільнення від сплати мит) під час увезення обладнання для готелів і туристичних транспортних засобів. У деяких європейських країнах до 20% доходу від послуг, наданих іноземним туристам, звільняється від податку на прибуток.

Уряди країн Європейського Союзу проводять політику зрівняння ПДВ на туристичну і готельну діяльність, ставка якого у різних країнах варіюється від 6% до 25%. Найбільша ставка ПДВ – 25% встановлена у Данії та Швеції, у Німеччині та Люксембурзі встановлено усереднений ПДВ у розмірі 15%, в Іспанії ПДВ на розміщення становить у середньому 7% і залежить від категорії готелю, ПДВ на послуги харчування, оренду автомобілів – 16%. У Греції ПДВ на розміщення і харчування становить 8%, використовується система знижок на ПДВ на туристичну діяльність у неsezонний період. У Франції ПДВ на туристичну діяльність у середньому становить 10%, у тому числі на послуги розміщення – 6%, на послуги харчування – 19%. В Австрії ПДВ на послуги розміщення та харчування встановлений на рівні 10%. Однак, згідно з Федеральним законом Австрії про туристичний податок, усі туристичні підприємства платять місцевий збір за проживання одного туриста (на території громади – у місцевий бюджет, а на курортах – у курортний фонд). Сума збору залежить від сезону, при цьому пацієнти лікувальних закладів, а також діти до шести років, школярі та студенти звільняються від сплати збору.

Уряди країн ЄС стимулюють будівництво нових туристичних об'єктів шляхом продажу земельних ділянок за низькими цінами або здачі їх в оренду на тривалий термін (на Кіпрі, наприклад, до 99 років) із можливістю подальшого продовження оренди на такий же термін. У деяких європейських країнах туристичним підприємствам надаються пільгові тарифи на комунальні послуги [10].

Для реалізації Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму було розроблено на період 2014–2020 рр. декілька програм спільного фінансування конкретних проєктів у рамках Європейської програми підвищення конкурентоспроможності малих та середніх підприємств

(Europe's programme for the Competitiveness of Enterprises and Small and medium-sized enterprises – COSME) із плановим бюджетом у розмірі 2,3 млрд євро [11]. Серед цих програм варто відзначити такі:

- «Каліпсо», яка спрямована на полегшення подорожей у святкові дні для певних цільових груп (наприклад, для людей похилого віку);
- «Перехрестя Європи» – щорічні заходи, присвячені популяризації культурного туризму;
- «Європейські напрями досконалості» (EDEN) – сприяє розвитку традиційних і нових туристичних напрямків, передбачає проведення заходів з обміну передовим досвідом згідно з тією чи іншою темою року;
- «50 000 туристів» програма співпраці країн Європейського Союзу і Південної Америки для сприяння подорожам у низькі сезони.

Щоб підкреслити якість європейського туризму та допомогти туристам порівнювати напрями, Європейська Комісія запропонувала впровадити єдину європейську етикетку якості туризму на основі загальних європейських критеріїв [10].

Інституційний механізм реалізації Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму представлений у вигляді системи спеціалізованих структурних фондів та Європейського інвестиційного банку, що є основним джерелом інвестування в економічні та соціальні програми взагалі та в індустрію туризму зокрема. За допомогою цих інституцій інвестиції спрямовуються на вирішення певних завдань (насамперед у найменш розвинутих регіонах Центральної та Східної Європи), наприклад:

- зближення рівнів соціально-економічного розвитку країн – членів ЄС;
- реалізація попередньо визначених цільових програм і заходів у різних сферах (охорона довкілля, підготовка кадрів, дослідження ринків, підтримка об'єктів культурної спадщини тощо).

До основних структурних фондів Європейського Союзу, які беруть участь у реалізації Стратегії сталого туризму, належать такі:

1) Європейський соціальний фонд (European Social Fund), створений у 1958 р., який фінансує проекти, що спрямовані на боротьбу з безробіттям, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів, розв'язання інших соціальних проблем. Фонд надає фінансову допомогу малим і середнім підприємствам, у т. ч. туристичним, що сприяє підвищенню економічної активності та зайнятості населення [12];

2) Фонд згуртування (The Cohesion Fund), створений у 2000 р., діяльність якого спрямована на фінансову допомогу менш розвиненим країнам – членам ЄС, чий валовий національний дохід на одного мешканця становить менше 90% від середнього показника по ЄС. Цей фонд має

на меті скоротити економічні та соціальні розбіжності, сприяти сталому розвитку туризму. У період 2014–2020 рр. діяльність Фонду згуртування спрямована на допомогу новим членам ЄС: Болгарії, Хорватії, Кіпру, Чехії, Естонії, Греції, Угорщини, Латвії, Литві, Мальти, Польщі, Португалії, Румунії, Словаччини та Словенії. Фондом було заплановано виділити 63,4 млрд євро на такі програми:

- розвиток транс'європейських транспортних мереж, зокрема підтримка інфраструктурних проєктів у рамках програми «Підключення до Європи» (Connecting Europe);
- охорона навколишнього середовища: підтримка проєктів, пов'язаних з енергетикою і транспортом, якщо вони поліпшують навколишнє середовище з погляду енергоефективності; використання відновлюваної енергії; розвиток залізничного транспорту, підтримка інтермодальності, розвиток громадського транспорту тощо [13];

3) Європейський фонд регіонального розвитку (The European Regional Development Fund – ERDF) створений у 2000 р., діяльність якого спрямована на зміцнення економічної та соціальної єдності в Європейському Союзі шляхом зменшення дисбалансу між його регіонами. ERDF зосереджує свої інвестиції на кількох пріоритетних напрямках:

- розвиток інфраструктури;
- підтримка малих та середніх підприємств;
- сприяння інноваціям та дослідженням;
- розповсюдження інформаційних технологій, захист навколишнього середовища, впровадження низьковуглецевої економіки, запобігання ризикам.

ERDF підтримує програми, спрямовані на регіональний розвиток, економічні зміни, підвищення конкурентоспроможності та територіальне співробітництво [14];

4) Фонд солідарності Європейського Союзу (The European Union Solidarity Fund – EUSF) був створений для реагування на великі стихійні лиха та допомоги регіонам ЄС, що потерпіли від стихійних лих і надзвичайних подій. Фонд був створений у зв'язку з повеннями у Центральній Європі влітку 2002 р. Допомога Фонду була використана для 80 ситуацій, що охоплюють різні катастрофічні події, включаючи повені, лісові пожежі, землетруси, буревії та посухи у 24-х європейських країнах на суму понад 5 млрд євро [15].

Екологічний складник також знайшов належне відображення у Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму і реалізується за допомогою реалізації директив Європейської Комісії та добровільних ініціатив, зокрема:

- директиви ЄК з охорони вод;
- директиви ЄК про якість води;
- директиви ЄК щодо збереження природних середовищ існування фауни і флори тваринного і рослинного світу;

– директиви ЄК про Стратегічну екологічну експертизу тощо.

У доповнення до цих директив Європейської Комісії держави – члени ЄС підписали низку міжнародних угод природоохоронної спрямованості: Паризьку кліматичну угоду (2015 р.), Угоду про збереження біологічного різноманіття (2017 р.) та ін.

Висновки з проведеного дослідження. У Європейському Союзі напрацьовано значний позитивний досвід у сфері нормативно-правового регулювання туризму, яке розглядається як цілеспрямований вплив з урахуванням інтересів зацікавлених сторін і суспільства у цілому на процеси розвитку туристично-рекреаційної сфери, вдосконалення необхідної інфраструктури, охорони рекреаційних природних ресурсів, організації відпочинку та оздоровлення населення, регулювання обсягів і напрямів туристичних потоків, проведення наукових досліджень, підготовки кваліфікованих кадрів для рекреаційно-туристичної діяльності.

Досвід ЄС із нормативного регулювання туризму є джерелом передових підходів, принципів і методів реалізації, тому може і повинен ефективно використовуватися в Україні з відповідною адаптацією до місцевих умов. За відсутності в Україні центрального органу управління туризмом вважаємо за доцільне запропонувати зацікавленим у розвитку туризму організаціям (підприємницьким, науковим, профспілковим, природоохоронним, культурно-просвітницьким тощо) заснувати координаційну раду з розвитку туризму з метою розроблення й упровадження стратегії конкурентоспроможного стійкого доступного туризму, головним завданням якої має стати збалансування пропорції туристичних потоків згідно з рекомендацією Всесвітньої туристичної організації: один в'їзний турист на одного виїзного і на чотири внутрішніх туристи. Уважати пріоритетним напрямком розвиток соціального і самодіяльного туризму.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лебедев І.В. Державне регулювання туризму в країнах Європейського Союзу. *Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції* / за заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л. Михайлюк. Київ, 2019. С. 52–64.
2. Гончаренко Н.І., Скляренко Я.Я. Теоретико-методологічні основи дослідження туристичної політики європейського союзу. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2017. Вип. 6. С. 161–167.
3. Роїна О.М. Туристична діяльність в Україні: нормативно-правове регулювання ; 2-е вид., змін. та доп. Київ, 2006. 464 с.
4. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). *Держава і регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2011. № 2. С. 62–68.

5. Лебедев І.В. Сталлий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. № 3(67). С. 162–173.

6. Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union. Part one. URL : https://europa.eu/european-union/sites/europa.eu/files/eu_citizenship/consolidated-treaties_en.pdf (дата звернення: 20.05.2020).

7. Convention implementing the Schengen Agreement of 14 June 1985 between the Governments of the States of the Benelux Economic Union, the Federal Republic of Germany and the French Republic on the gradual abolition of checks at their common borders. URL : [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=celex:42000A0922\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=celex:42000A0922(02)) (дата звернення: 22.05.2020).

8. Agenda for a sustainable and competitive European tourism: Communication from the Commission of the European Communities (Brussels, 19.10.2007). URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621> (дата звернення: 22.05.2020).

9. The European Union explained: Enterprise: A new industrial revolution – Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2014. P. 1. URL : <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/353e8d0a-3b15-4737-99bb-b5f98c211b89/language-en/format-PDF/source-74946622> (дата звернення: 23.05.2020).

10. Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe : Communication from the Commission to the European Parliament. URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52010DC0352> (дата звернення: 23.05.2020).

11. Overview of EU Tourism Policy. URL : https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en (дата звернення: 24.05.2020).

12. European Commission: Executive Agency for SMEs: COSME. URL : <https://ec.europa.eu/easme/en/cosme> (дата звернення: 24.05.2020).

13. The European Union: European Social Fund. URL : <http://ec.europa.eu/esf/home.jsp> (дата звернення: 25.05.2020).

14. The European Union: Cohesion Fund. URL : http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/cohesion-fund (дата звернення: 26.05.2020).

15. The European Union: European Regional Development Fund. URL : http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf (дата звернення: 25.05.2020).

16. The European Union: European Union Solidarity Fund. URL : http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/en/funding/solidarity-fund (дата звернення: 26.5.2020).

REFERENCES:

1. Lebediev I. V. (2019). Derzhavne rehulivannia turyzmu v krainakh Yevropeiskoho Soiuzu [State regulation of tourism in the countries of the European Union]. *Derzhavne rehulivannia sfery turyzmu Ukrainy v konteksti protsesiv yevrointehratsii* / Za zah. red. V. H. Herasyenko, O. L. Mykhailiuk. Kyiv, pp. 52-64 (in Ukrainian).

2. Honcharenko N. I., Skliarenko Ya. Ya. (2017). Teoretyko-metodolohichni osnovy doslidzhennia turystychnoi polityky Yevropeiskoho Soiuzu [Theoretical and methodological foundations of the European Union tourism policy research] *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriiia «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm»*. Vyp. 6, pp. 161-167 (in Ukrainian).

3. Roina O. M. (2006). Turystychna diialnist v Ukraini: Normatyvno – pravove rehuliuвання [Tourist activity in Ukraine: Legal regulation] (2-e vyd., zmin. ta dop.). Kyiv. 464 p. (in Ukrainian).

4. Bartoshuk O. V. (2011). Modeli rozvytku industrii turyzmu (zarubizhnyi dosvid) [Models of tourism industry development (foreign experience)] *Derzhava i rehiony. Seriiia: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*. № 2, pp. 62-68 (in Ukrainian).

5. 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 (in Ukrainian).

6. Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union. Part one. URL: https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/eu_citizenship/consolidated-treaties_en.pdf. (accessed 20 May 2020).

7. Convention implementing the Schengen Agreement of 14 June 1985 between the Governments of the States of the Benelux Economic Union, the Federal Republic of Germany and the French Republic on the gradual abolition of checks at their common borders. URL : [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=celex:42000A0922\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=celex:42000A0922(02)) (accessed 22 May 2020).

8. Agenda for a sustainable and competitive European tourism: Communication from the Commission of the European Communities (Brussels, 19.10.2007). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621> (accessed 22 May 2020).

9. The European Union explained: Enterprise: A new industrial revolution – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2014, p. 1. URL: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/353e8d0a-3b15-4737-99bb-b5f98c211b89/language-en/format-PDF/source-74946622>. (accessed 22 May 2020).

10. Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe : Communication from the Commission to the European parliament. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52010DC0352>. (accessed 23 May 2020).

11. Overview of EU Tourism Policy. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en. (accessed 23 May 2020).

12. European Commission: Executive Agency for SMEs: COSME. URL: <https://ec.europa.eu/easme/en/cosme>. (accessed 24 May 2020).

13. The European Union: European Social Fund. URL: <http://ec.europa.eu/esf/home.jsp>. (accessed 24 May 2020).

14. The European Union: Cohesion Fund. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/cohesion-fund. (accessed 25 May 2020).

15. The European Union: European Regional Development Fund. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/funding/erdf. (accessed 25 May 2020).

16. The European Union: European Union Solidarity Fund. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/en/funding/solidarity-fund. (accessed 26 May 2020).

НОВІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ: КОМУНІКАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ

NEW FORMS OF RESTAURANT SERVICE ORGANIZATION IN THE WORLD AND IN UKRAINE: COMMUNICATION FEATURES

УДК 911.3:[338.488.2:640.43](100+477)
<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-21>

Масюк Ю.О.

к.е.н., доцент кафедри туризму
 Львівський національний університет
 імені Івана Франка

Мандюк Н.Л.

к.е.н., доцент кафедри туризму
 Львівський національний університет
 імені Івана Франка

Білоус С.В.

к.е.н., доцент кафедри туризму
 Львівський національний університет
 імені Івана Франка

Masiuk Yuliia

Ivan Franko National University of Lviv

Mandiuk Nazarii

Ivan Franko National University of Lviv

Bilous Sofiia

Ivan Franko National University of Lviv

У статті розглядаються основні тенденції, що впливають на розвиток підприємств ресторанного господарства на сучасному етапі. Проаналізовано сучасні форми організації доставки продукції ресторанного господарства через комунікацію з компаніями-посередниками. Проаналізовано особливості бізнес-моделей організації доставки продукції на глобальному та локальному ринках. Наведено основні особливості функціонування підприємств ресторанного господарства в контексті обслуговування різних типів споживачів і туристів. Проведено оцінку компаній-постачальників послуг доставки на світовому та локальному рівні. Досліджено причини входу та виходу компанії на ринок, проаналізовано її канали комунікації з іншими підприємствами-постачальниками. Охарактеризовано можливі шляхи диверсифікації своїх послуг та продукції за допомогою власного виробництва та замкнення процесів. Окреслено основні тенденції розвитку ресторанного господарства у найближчій перспективі.

Ключові слова: ресторанне господарство, ринок, онлайн-доставка, онлайн-платформа, постачальник, споживач, бізнес-модель, сервіс.

В статье рассматриваются основные тенденции, влияющие на развитие предприятий ресторанного хозяйства на современном этапе. Проанализированы современные формы организации доставки продукции общественного питания через коммуникацию с компаниями-посредниками. Проанализированы особенности бизнес-моделей организации доставки продукции на глобальном и локальном рынках. Приведены основные особенности функционирования предприятий ресторанного хозяйства в контексте обслуживания различных типов потребителей и туристов. Проведена оценка компаний-поставщиков услуг доставки на мировом и локальном уровне. Исследованы причины входа и выхода компании на рынок, проанализированы ее каналы коммуникации с другими предприятиями-поставщиками. Охарактеризованы возможные пути диверсификации своих услуг и продукции с помощью собственного производства и замыкания процессов. Определены основные тенденции развития ресторанного хозяйства в ближайшей перспективе.

Ключевые слова: ресторанное хозяйство, рынок, онлайн-доставка, онлайн-платформа, поставщик, потребитель, бизнес-модель, сервис.

The main tendencies influencing the development of restaurant enterprises at the present stage were considered in the article. Modern forms of organization of delivery of restaurant products through communication with intermediary companies were analyzed. Features of business models of the organization of delivery of production in the global and local markets were analyzed. The main features of the functioning of restaurant enterprises in the context of serving different types of consumers and tourists were given. An assessment of delivery service companies at the global and local levels was conducted. The reasons for the company's entry and entry into the market were studied, its channels of communication with other suppliers were analyzed. Possible ways to diversify their services and products through their own production and closure of processes were described. The main trends in the development of the restaurant industry in the near future were outlined. The transformation of restaurant service today is described – consumers prefer to choose and order meals remotely, using the Internet and specialized platforms and applications. Online food delivery platforms are user-friendly, allowing customers to order a product by choosing from a wide range of restaurants at the touch of a button on their mobile phone. Under modern conditions, with the increase in employment of the working population, the need to save time on housekeeping, as well as the threat of the spread of potentially serious infectious diseases, the use of online platforms for restaurants is becoming increasingly important. Following the quarantine of the COVID-19 pandemic, delivery has become the only way for many restaurateurs to continue working legally. But so far only units are able to reformat business processes so that delivery can not just cover part of the costs, but bring revenue. Large settlements are attractive not only for their developed internetization – they are the most solvent population. And high welfare is perhaps the most important factor that stimulates the market for ready-to-eat food. The habit of consumers also plays a role for those who have already tried food delivery, such a service becomes commonplace, and so all new customers were involved in the process.

Key words: restaurant business, market, online delivery, online platform, supplier, consumer, business model, service.

Постановка проблеми. Ресторанне обслуговування сьогодні переживає трансформацію – споживачі воліють вибирати та замовляти страви дистанційно, використовуючи Інтернет та спеціалізовані платформи і додатки. Онлайн-платформи доставки їжі є зручними для користування споживачами, дозволяючи клієнтам замовляти продукт, вибираючи з широкого спектру ресторанів одним натисканням кнопки свого мобільного телефону. За сучасних умов із підвищенням зайнятості працездатного населення, необхідністю економії часу на ведення домашнього господарства, а також із загрозою розповсюдження потенційно тяжких інфекційних хвороб використання онлайн-платформ для ресторанного господарства стає

все більше актуальним. Однак нині ще залишаються недостатньо вивченими та дослідженими питання формування бізнес-моделей обслуговування клієнтів новими формами ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні аспекти сучасних форм організації і роботи у розвитку ресторанної справи України знайшли своє відображення у працях таких учених, як В.В. Архіпов [3], М.П. Мальська [5], О.В. Орленко [9] та ін. Результати дослідження різноманітних аспектів розвитку ресторанного господарства висвітлено у працях вітчизняних науковців Г.Є. Жуйкова [9], М.П. Мальської [5], Л.М. Мостової [7], Л.І. Нечаюк [8], Н.О. Новікової

[7], Н.О. П'ятницької [10], Н.М. Гаталяк [5] та інших та зарубіжних учених С. Hirschberg, A. Rajko, T. Schumacher, M. Wrulich [1]. Однак, незважаючи на значні наукові напрацювання з цієї проблематики, окремі її аспекти, зокрема нові форми та тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства, потребують подальшого наукового аналізу та дослідження.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження сучасного стану та нових форм розвитку ресторанного господарства України з урахуванням специфіки його становлення та розвитку у світі, а також визначення бізнес-моделей функціонування мережі ресторанних закладів за сучасних умов.

Виклад основного матеріалу дослідження. Робота з доставкою ресторанних страв додому зазнає швидких змін, оскільки розробники і власники нових інтернет-платформ стежать за ринком та покупцями в Америці, Азії, Європі та на Близькому Сході. Хоча ці нові Інтернет-платформи залучають значні інвестиції (протягом останніх п'яти років оцінюються на суму понад 1 млрд доларів) та отримують високі оцінки від споживачів, сьогодні недостатньо реальної інформації про динаміку ринку, потенціал зростання чи поведінку клієнтів. Дослідження консалтингової групи МакКінсі (McKinsey), засноване на шестимісячному дослідженні, що охоплює 16 країн по всьому світі, дає розуміння цього динамічного, швидкозмінного ринку та його форм у сучасних реаліях.

У всьому світі ринок доставки їжі сьогодні становить 83 мільярди євро, або 1% від загального ринку продовольства, та 4% продуктів, що продаються через ресторани та мережі швидкого харчування. У більшості країн цей сервіс уже дозрів як бізнес-кейс, а загальний річний темп приросту оцінюється лише у 3,5% приросту протягом наступних п'яти років [1].

Сьогодні найпоширенішою формою доставки є традиційна модель, в якій споживач розміщує замовлення у місцевій піцерії або китайському ресторані (хоча багато інших видів ресторанів, особливо в міських районах, зараз пропонують доставку) і чекає на доставку з ресторану до дверей. Ця традиційна категорія займає 90-відсоткову частку ринку, і більшість замовлень – майже три чверті – як і раніше, замовляються по телефону.

Однак, як і в багатьох інших секторах, зростання цифрових технологій трансформуює ринок. Споживачі, які звикли робити покупки в Інтернеті через додатки чи веб-сайти, з максимальною зручністю та прозорістю, все частіше очікують того ж досвіду, що стосується замовлення ланчу чи вечері.

Для заповнення цієї ринкової ніші науковцями було розроблено два типи онлайн-платформ. Перший тип – це так звані «агрегатори», що з'явилися приблизно 15 років тому; друге – гравці «нової доставки», які з'явилися в 2013 р. Обидва

дають змогу споживачам одним клацанням миші порівнювати меню, сканувати та розміщувати огляди, а також робити замовлення в різних ресторанах. Агрегатори, що входять до категорії традиційних товарів, просто приймають замовлення у клієнтів і направляють їх до ресторанів, які самостійно здійснюють доставку. На відміну від цього, гравці, що організовують доставку нового типу, будують власні логістичні мережі, забезпечуючи доставку ресторанів, у яких немає власних водіїв.

Агрегатори будують свою роботу на традиційній моделі доставки їжі, пропонуючи доступ до кількох ресторанів через єдиний інтернет-портал. Увійшовши на сайт або додаток, споживачі можуть швидко порівняти меню, ціни та відгуки від різних сегментів споживачів. Агрегатори збирають фіксовану маржу замовлення, яку оплачує ресторан, а ресторан обробляє фактичну доставку. Додаткових витрат для споживача немає. За своєю моделлю легкої активності агрегатори співвідносять прибуток до відсотків, податків, амортизації та норми амортизації (EBITDA) від 40 до 50%. Незважаючи на те, що інвестиції продовжують зростати (наприклад, Delivery Hero та Foodpanda, в 2015 р. вони залучили 100 млн євро нових інвестицій), більша частина консолідації в цій підкатегорії вже відбулася. Четверо гравців – Delivery Hero, Foodpanda, GrubHub і Just Eat – досягли глобальних масштабів. Ці чотири гравці, як правило, фокусуються на різних регіонах [1]. На національному рівні, як правило, переважають два-три конкуренти, в основному керуючись здатністю створювати велику базу користувачів. Консолідація просунута на більшості ринків і, ймовірно, триватиме. Дослідження McKinsey показують, що сьогодні лише 26% замовлень на традиційну доставку здійснюються в Інтернеті, проте очікується, що ця частка швидко зростатиме.

Як і агрегатори, гравці з новою доставкою дають змогу споживачам порівнювати пропозиції та замовляти страви з групи ресторанів через один веб-сайт або додаток. Головне, що гравці цієї категорії також забезпечують логістику для ресторану. Це дає їм змогу відкрити новий сегмент ресторанного ринку для доставки додому: ресторани вищого класу, які традиційно не здійснюють доставку. Гравці з новою доставкою компенсуються рестораном із фіксованою маржею замовлення, а також із невеликою фіксованою платою від замовника. Незважаючи на високі витрати на утримання транспортних засобів та водіїв, гравці, що постачають нову доставку, досягають надбавки EBITDA понад 30%. До гравців належать бренди, які діють у всьому світі, такі як Deliveroo та Foodpanda, які продовжують захоплювати нові регіони. Очікується, що до 2025 року адресатний ринок нових поставок досягне понад 20 мільярдів євро.

Як агрегатори, так і нові постачальники залучають значні інвестиції, що дає змогу широко рекламувати та швидко розпізнавати свої бренди. Наприклад, GrubHub та Just Eat, кожен з яких повідомив про маркетингові бюджети в розмірі близько 70 млн євро у 2015 р. Оскільки кількість ресторанів не завжди може бути зареєстрована, ці платформи можуть їх зареєструвати, як тільки вони вийдуть на ринок, що у майбутньому дасть змогу цим закладам розширювати сегмент послуг.

І компанії-агрегатори, і компанії нової доставки працюють на ринку за моделлю agile-менеджменту – її намагаються впровадити переважно компанії, діяльність яких здійснюється в умовах швидких та непередбачуваних змін, для того щоб виробити найбільш ефективну стратегію, яку можна успішно використовувати та швидко змінювати для вирішення проблем та підвищення ефективності та продуктивності підприємства. Agile-менеджмент (походить від англ. *Agile* – «рухливий», «спритний», «еластичний») є ітераційний методом планування та керування проектами і процесами. Agile-менеджмент виділяє короткі цикли розробки продукту, надаючи додаткові оновлення залежно від зміни потреб клієнта. Agile-менеджмент є основою цінностей, принципів і практик, що дає змогу менеджерам на всіх рівнях планувати та проектувати роботу та створювати команди таким чином, щоб забезпечувати високу адаптивність бізнесу до мінливих умов ринку та бізнес-середовища [2, с. 55–56]. Цей підхід застосовується для того, щоб підвищувати залученість

клієнтів компанії, приймати зміни, ефективно взаємодіяти та сприяти досягненню результатів.

Agile-менеджмент в умовах створення онлайн-додатків та нових моделей доставки передбачає:

- збільшення окупності інвестицій, фокусуючись на створенні постійного потоку цінності;
- забезпечення надійних результатів, залучаючи замовників до постійної взаємодії;
- готовність до невизначеності та управління нею шляхом ітерацій, прогнозування та адаптації;
- сприяння творчості персоналу та інноваційним ідеям, визначаючи кожного працівника безпосереднім джерелом цінності та створюючи умови, за яких персонал може досягати вагомих результатів;
- підвищення результативності через групову відповідальність за результати й загальну відповідальність за ефективність команди як цілого;
- підвищення ефективності і надійності, вибираючи стратегії, процеси та практики залежно від конкретної ситуації.

Як найновіша онлайн-категорія, нова бізнес-модель доставки пропонує переваги (а також деякі недоліки) для ресторанів, клієнтів та постачальників (див. табл. 1).

Можливість нової бізнес-моделі доставки – це розширення доставки продуктів харчування для нової групи ресторанів та клієнтів. Замість того, щоб конкурувати безпосередньо з агрегаторами, нові постачальники розширюють загальний ринок. Однак можливо, що в майбутньому навіть ресторани з традиційною доставкою нижчого

Таблиця 1

Нова бізнес-модель доставки (New delivery business model)

	Переваги	Недоліки
Ресторан	Додаткове джерело доходу, більш високий рівень використання наявних кухонних приміщень, а також шанс налагодити стосунки з новим пулом клієнтів. Платформи пропонують безкоштовний маркетинг та логістичну мережу для ресторанів, які раніше не мали змоги доставити їжу. Тоді як приблизно 1% поточних клієнтів на місцях перейде на доставку додому, загальна витрата ресторанів домогосподарствами з високим рівнем доходу збільшиться приблизно на 10%.	Однак існує більший ризик, якщо клієнти вирішать споживати ресторанну їжу вдома. Ще один недолік: ресторан не може здійснювати контроль над клієнтським досвідом та вподобаннями.
Покупець	Зручність, більший вибір та більше ресторанів, ніж раніше, для доставки їжі. Це особливо привабливо для клієнтів, які шукають здоровіші варіанти страв. Замовник також виграє від можливості відстежувати доставку в режимі реального часу.	Існує можливість збоїв у роботі відділу обслуговування (Інтернет, час доставки, некваліфікований персонал тощо).
Постачальник	Оператори, що доставляють нову доставку, можуть контролювати повний досвід клієнтів. Крім того, завдяки своєму широкому асортименту ресторанів, які раніше подавали страви лише у своїх приміщеннях, гравці з новою доставкою можуть скористатися новим рівнем споживачів для доставки страв додому. Працюючи з ресторанами вищого класу, гравці з новою доставкою досягають більшого середнього обсягу замовлення, ніж агрегатори.	Найбільшим недоліком є необхідність інвестувати в транспортний парк та водіїв, що може швидко перетворитися на витрату грошей, якщо оператори не зможуть досягти високої швидкості обробки замовлення та використання людського ресурсу і транспортного парку.

Джерело: сформовано автором на основі [1].

класу перейдуть на нову доставку, оскільки вони вважатимуть більш економічно вигідним аутсорсинг логістики; таким чином, нові поставки становлять щонайменше потенційну загрозу зриву для агрегаторів.

Зростання нових поставок зумовлюється двома джерелами споживчого попиту. Насамперед це зміна споживання. З новою доставкою споживачі можуть пообідати вдома з тією ж якісною їжею, яку вони попередньо виберуть у ресторані. Деякі платформи навіть включають заклади зі зірками Michelin у свої пропозиції у вибраних містах. Друге джерело попиту – це попит на нові страви та меню для певних категорій споживачів, яких більше не задовольняють страви, приготовані і вживані вдома (бажання спробувати щось нове із інших кухонь).

Клієнти, залучені до нових онлайн-платформ доставки їжі, мають різний набір потреб та очікувань. Дослідження провідних світових консалтингових груп, зокрема, групи McKinsey, виявило такі важливі риси:

– Платформи є чутливими. Нові платформи доставки, які персоналізують досвід замовлення, зберігаючи відповідні дані клієнтів, є негнучкими. Після того, як клієнти підписуються, 80% із них рідко або майже ніколи не переходять на іншу платформу, тим самим створюючи потужну динаміку цієї платформи, яка отримує лідерство за всіма перевагами, в якій винагорода дістається гравцеві та яка може за найкоротший час зареєструвати найбільше клієнтів.

– Час є критичним. Швидкість доставки є найбільшою змінною в задоволеності клієнтів, і в середньому 60 відсотків споживачів на різних ринках називають це ключовим фактором. Оптимальний час очікування – не більше 60 хвилин.

– Харчування призначене для дому. Більшість замовлень – 82% – були зроблені з дому, а лише 16% – з робочого місця.

– Замовлення здійснюються у вихідні дні. Найбільш завантаженими днями для онлайн-платформ були п'ятниця, субота та неділя, коли розміщено 74% замовлень.

З новими онлайн-платформами, які сьогодні працюють по всьому світі, ринок доставки продуктів харчування знаходиться в розпалі різкої міграції каналів. Дослідження групи McKinsey свідчить, що в 2016 р. загальне проникнення в Інтернет на загальний ринок доставки продовольства зросло на 30%. Дослідники прогнозують, що темпи проникнення зростатимуть далі із зростанням ринку, зрештою досягаючи 65% на рік. Таку схему спостерігали дослідники ринку, наприклад, для вибраних гравців, які доставляють їжу, наприклад, піца Domino в Сполучених Штатах Америки. Цілком ймовірно, що категорія продуктів харчування буде дотримуватися цих моделей.

Вчені та науковці з європейських країн спостерігали зростання використання онлайн-платформ у Європі, де рівень поширення, для прикладу, становить 56% у Швеції та 43% в Австрії. На іншому кінці спектру – Азія, Латинська Америка та Близький Схід, що знаходяться на початку циклу зростання [1]. Основними каталізаторами впровадження інтернет-доставки продуктів харчування є загальний рівень фінансування галузі та розмір маркетингових бюджетів. Проникнення технологій – головним чином, смартфонів та онлайн-проникнення – поки що мало стосується швидкості прийняття через географічну експансію гравців із їжею. Прогнозується, що категорія продуктів харчування буде зростати відповідно до категорії смартфонів, оскільки нові користувачі смартфонів адаптують свою поведінку, щоб максимально використати переваги технології.

Оскільки п'ять найкращих світових гравців досягли сукупної оцінки в розмірі понад 10 млрд євро, ключовим питанням є те, яким буде стійкий рівень прибутковості для бізнес-моделей доставки продуктів харчування в Інтернеті. Ринок став більш жорстким у цьому секторі, даючи гравцям, які все ще є приватними компаніями, значно вищі оцінки та більш високий рівень фінансування, ніж попередні компанії, досягнуті на тому ж етапі (див. табл. 2). Два з п'ятірки найкращих інтернет-постачальників, GrubHub та Just Eat, здійснили свої IPO в 2014 р. Вони зібрали помірне загальне

Таблиця 2

Оцінка нових компаній-постачальників, частка ринку яких зростає

Компанія-учасник ринку	Частка ринку, млн євро	Рік заснування	Етап життєвого циклу	Бізнес-модель	
				Класична доставка	Новий тип доставки
Just Eat	4,620	2001	IPO (2014)	•	
GrubHub	2,950	2004	IPO (2014)	•	
Delivery Hero	2,740	2011	Series I (2015)	•	•
Deliveroo	1,000	2013	Series E (2015)		•
Takeaway.com	1,000	2000	Series E (2016)	•	•
Foodpanda	500	2012	Series E (2015)	•	•

Джерело: сформовано автором на основі [4; 11]

фінансування, менше 100 млн євро, перед IPO. На противагу цьому, Hero Hero доставки та Deliveroo, які могли побачити свої власні IPO в наступний рік, вже мають високий коефіцієнт оцінки власного капіталу: Delivery Hero має 2,7 млрд євро проти 1,2 млрд євро фінансування (співвідношення 2,2:1) та Deliveroo оцінюється в 1 млрд євро проти загального фінансування в 400 млн євро (2,5:1). Зрозуміло, що ринок вважає, що цих гравців попереду очікує швидке зростання.

В Україні сервіс доставки харчування став стрімко зростати з кінця 2018 р. із появою на ринку міжнародного сервісу доставки Glovo. Міжнародний сервіс доставки Glovo офіційно працює в Києві з початку жовтня 2018 року. Україна стала двадцять першою країною, де з'явився цей іспанський сервіс. Glovo – це мобільний додаток, розроблений у Барселоні (Іспанія). Завдяки йому можна отримувати і відправляти будь-які речі та продукти вагою до дев'яти кілограмів і параметрами до 40x40x30 см у межах міста [6]. Кожного року по всьому світі через Glovo доставляється 20 мільйонів замовлень. Хоча компанія працює під гаслом «Веземо все», $\frac{2}{3}$ замовлень – це доставка їжі з ресторанів. У цей перелік не входить доставка продуктів із супермаркетів, це є окремою опцією Glovo. Нині компанія Glovo доставляє їжу з понад 400 мереж та ресторанів; це становить до 80% від загальної кількості замовлень. Бізнес-модель компанії будується на двох головних платежах – комісія від партнерів сервісу (закладів харчування), а також плата за доставку, яку сплачує клієнт.

На український ринок на початку 2019 р. зайшов найбільший конкурент Glovo в Європі – американська компанія Uber Eats. Принципи її роботи ті ж, але вона обіцяє доставляти замовлення за 35 хвилин. UberEats – це сервіс доставки їжі з різних закладів харчування, який сьогодні працює в понад 400 містах світу. Вийти на український ринок дочірня компанія Uber планувала ще влітку 2018 року, однак потім плани змінилися, й офіційно доставка UberEats запрацювала в Україні в лютому 2019 р. На старті до компанії долучилися 200 ресторанів та мереж. Як і в Glovo, бізнес-модель тут будується на комісії з ресторанів, а також на оплаті за доставку.

Поява світових гравців в Україні не випадкова: ринок доставки готових страв із закладів громадського харчування зростає зі швидкістю 10–20% на рік. За підсумками 2018 р. його оборот становив 75 млн євро, або близько 12% усього ресторанного ринку країни. Так його оцінюють фахівці вітчизняного інтернет-сервісу Eda.ua – одного з найбільших гравців у цій сфері з 2015 р. Якщо раніше замовлення готової їжі в Україні означало в основному віддалене придбання популярних серед населення страв (наприклад, піци, суші та ін.), то нині кур'єри возять практично все: починаючи з

фастфуду і закінчуючи стравами з преміум-ресторанів. Більшу частину замовлень (75%) клієнти роблять безпосередньо в закладах, по телефону або через інтернет-сайти ресторанів; у цьому разі за доставку клієнт, як правило, не платить. Решта 25% припадають на агрегатори – компанії, які везуть страви з великого списку закладів. Тут вартість роботи кур'єра може стартувати від 20 грн. за замовлення. Компанія Eda.ua якраз і є таким агрегатором, до якого підключені 1,5 тис. закладів. При цьому загальна кількість унікальних клієнтів Eda.ua становить 400 тис. осіб, і на протязі останніх кількох років їхня кількість зростає зі швидкістю 30% на рік.

У травні 2020 року компанія Uber оголосила про припинення роботи свого сервісу доставки Uber Eats у восьми країнах, серед яких виявилася також Україна [4]. Попри активний ріст ринку доставки в Україну (а карантин у зв'язку із пандемією COVID-19 тільки прискорив цей ріст), компанія оголосила про повне припинення діяльності Uber Eats в Чехії, Єгипті, Гондурасі, Румунії, Саудівській Аравії, Уругваї та Україні до 4 червня 2020 року. Ці рішення були прийняті в межах поточної стратегії Uber займати першу або другу позицію на всіх ринках, де сьогодні присутня Uber Eats та український старат Raketa, спрямовуючи інвестиції в одні країни і йдучи з інших.

На ринки, з яких йде Uber Eats, припадає 1% чистого прибутку Uber Eats і 4% витрат (adjusted EBITDA losses) в першому кварталі 2020 року. Відповідно до заявленої ними стратегії компанія вирішила реінвестувати кошти в пріоритетні ринки, від яких очікує кращого повернення інвестицій. Конкурент Uber на ринку доставки Glovo використовує схожу стратегію – скорочуючи витрати за рахунок неперіоритетних ринків, в січні 2020 року компанія пішла з чотирьох країн Близького Сходу і Латинської Америки.

Uber не вперше йде зі зростаючого ринку. У січні Uber Eats закрили в Індії, точніше продали місцевому конкурентові Zomato за частку в компанії. Аналогічно вчинили з основним бізнесом – таксі – на ринках Росії і Китаю, звідки американського єдинорога витіснили місцеві гравці, Яндекс і Didi Chuxing відповідно. Важливим є факт, що українське представництво Uber Eats прийняло рішення не через пандемію COVID-19, яка охопила весь світ у лютому-березні 2020 р. (ще в середині квітня український Uber Eats розширювався і запуслав доставку в м. Дніпрі). Однією з основних причин стала причина неочікуваної зміни топ-менеджменту Uber Eats, який перейшов до конкурентів (Glovo). Головним програвцем Uber Eats стала втрата McDonald's як постачальника та агрегатора. У 2019 році McDonald's був головним джерелом замовлень, його частка оцінювалася у 30%. З усіх країн, де працює Uber Eats, тільки в

Україні і в Румунії сервіс не співпрацює з локальними мережами McDonald's. Не випадково обидві ці країни потрапили під оптимізацію – складно стати лідером ринку, якщо світовий лідер фаст-фуду працює з конкурентами.

В Україні Glovo запусався в жовтні 2018 року, Uber Eats – тільки через чотири місяці, в лютому 2019 року. Запуск затримався майже на рік. Glovo виявився сильним конкурентом, з дуже агресивною стратегією захоплення ринку і продуманим маркетингом. У травні і грудні 2019 року Glovo залучив майже \$320 млн інвестицій. Завдяки цим ресурсам Glovo вів активну експансію на українському ринку: умови для кур'єрів були дуже щедрі, умови доставки нерентабельними. На початку 2020 року Glovo був представлений в 19 містах України, Uber Eats – в 6.

У листопаді 2019 року на ринку доставки з'явився ще один конкурент, готовий проводити експансію за інвесторські гроші – стартап Raketa. Raketa – це повністю український проект у сфері доставки готової їжі з ресторанів. Компанія працює в м. Дніпрі з березня 2018 року. Партнерами сервісу в цьому місті виступають 250 ресторанів, в тому числі з Varburger, KFC, "Репортер", Black Sheep, Puri Chveni. Замовлення здійснюється в мобільному додатку для iOS і Android [12].

Raketa запропонувала клієнтам безкоштовну доставку, завдяки чому сервіс зумів швидко набрати аудиторію. Вже у квітні 2020 року компанія займає друге місце на ринку (після Glovo) з часткою 30–35%. Зараз сервіс доступний в 10 містах України. Плату за доставку ввели тільки на початку травня. Компанія планує зайняти не менше 30% ринку замовлень їжі в Україні.

Центральний офіс Raketa знаходиться в м. Києві. У ньому працюють команди розробки, маркетингу, call-центр, а також низка інших фахівців. У Дніпрі знаходиться регіональна команда: city-менеджер, керівник місцевої кур'єрської служби, акаунти тощо. Нині в штаті компанії близько 40 чоловік (не рахуючи кур'єрів) [12].

Raketa сфокусувалася на їжі, оскільки це 80–90% усього ринку доставки в Україні. У майбутньому (через 3–5 років) компанія планує розширити список сервісів (доставкою квітів, подарунків та ін.).

Доставку продуктів у компанії запускати поки не планують, мотивуючи це незручністю із додатковою диверсифікацією замовлень – збільшенням часу обробки та доставки замовлень, що збільшує час очікування замовлення у клієнтів та у кінцевому разі може призвести до зменшення клієнтської бази. Щодо бізнес-моделі, то монетизація проекту складається з комісії з ресторанів-партнерів, а також оплати доставки клієнтами. Оскільки доставка у першому кварталі 2020 року була безкоштовною (й залишиться такою у всіх нових для

цього сервісу містах до кінця 2020 року), то на старті модель розраховується тільки з комісії з ресторанів. Відомо, що сервіси доставки їжі працюють у середньому за 25–30% від суми замовлення.

Крім доставки з ресторанів, Raketa також буде розвивати мережу власних кухонь, так званих dark kitchen. Перша з них уже працює в тестовому режимі у м. Києві. Мережа власних кухонь дасть змогу підприємству замикаєти всередині компанії всі процеси, забезпечувати ідеальний сервіс, а найголовніше – здійснювати доставку менш ніж за 30 хвилин. У власних кухнях готуватимуться найпопулярніші страви – салати, піца, українська кухня тощо. У планах Raketa зазначено відкриття 25–30 dark kitchen в Києві.

Термін dark kitchens походить із Китаю, оскільки Китай є світовим лідером доставки готових страв із його величезним ринком їжі на замовлення (щорічно жителі Піднебесної витрачають на неї десятки мільярдів доларів), а вже звітний тренд прийшов у США. Саме в цих країнах (Китай та США) ресторани першими відчули новий запит клієнтів, що спричинив падіння виручки і подальший відхід із ринку багатьох гравців.

Відповіддю на цю тенденцію якраз і стали dark kitchens. Традиційним закладам громадського харчування вони дають змогу економити на оренді просторих залів і персоналі, а тести нових food-концептів обходяться дешевше в рази. У результаті dark kitchens відкривають і ресторани мережі, і стартапи, й онлайн-служби доставки їжі (хоча вийти на прибутковість вдається далеко не всім). Так, формат припав до душі компанії Uber Eats: сервіс розміщує «темні кухні» прямо в традиційних закладах громадського харчування (турецька забігайлівка цілком може готувати для онлайн-замовлень мексиканські такос, а італійська піцерія – смажені крильця). Ще один лідер ринку доставки їжі в США – GrubHub – вкладається в dark kitchen ресторанної мережі Green Summits.

Після Києва у першому кварталі 2020 року Raketa запустила свої сервіси в містах Харкові, Одесі, Львові та Вінниці. Зараз сервіс доступний в 10 містах України. Подальші плани розширення цієї мережі будуть виходити з досвіду роботи в перших шести містах. На поточний момент у компанії є бажання охопити всі міста з населенням понад 200 000 осіб.

Поява в Україні таких компаній, як Glovo, Uber Eats, а також виникнення нових стартапів на зразок Raketa – це відгомони великої хвилі на світовому ринку доставки їжі. Адже цей сегмент щорічно додає 20–30%, як зазначає міжнародна консалтингова компанія McKinsey в огляді ринку food delivery. За даними звіту Покоління від консалтингової компанії Technomic, очолюють цей процес люди, що народилися на стику століть. Так, покоління Z, тобто ті, хто з'явився на світ у другій половині

1990-х – першій половині 2000-х, в 38% випадків вибирають доставку готових продуктів або страв, а міленіали, тобто ті, чия юність припала на початок ХХІ століття, – в 30% випадків. А ось їхні батьки – покоління Х і бебі-бумери – їдуть додому або замовляють в офіс у 3–6 разів рідше.

Сервісів доставки як у глобальному, так в українському масштабі сприяє проникнення інтернету, особливо мобільного. І хоча більша частина замовлень здійснюється офлайн, частка інтернету, в тому числі мобільного, зростає. Українські експерти відзначили, що географічні зони найбільш частих замовлень збігаються з картою покриття мобільного швидкісного інтернету 3G і 4G, доступного, як правило, в найбільших мегаполісах країни. Так, за даними сервісу Eda.ua, який працює в 29 містах, 80% замовлень припадає на п'ять населених пунктів: Київ, Харків, Дніпро, Одесу та Львів. Причому близько 60–65% із них приходить на Eda.ua з мобільних пристроїв [6].

Великі населені пункти є привабливими не тільки своєю розвиненою інтернетизацією – в них зосереджено найбільш платоспроможне населення. А високий добробут є чи не найважливішим фактором, який стимулює ринок доставки готової їжі. Також свою роль відіграє звичка споживачів: для тих, хто вже спробував доставку їжі, подібний сервіс стає звичайною справою, і так до процесу залучаються всі нові замовники. За дослідженням сервісу Eda.ua, якщо раніше повернення клієнтів було на рівні 10–15%, то зараз цей показник становить 20–25% [6].

Також розвиває доставку такий чинник, як зростання кількості особистих автомобілів, транспортні затори, а також природні умови (дощ, сніг, спека). Пік замовлень у них припадає на період із п'ятниці до неділі, з 17:00 і до 21:00. І в цьому українці наслідують глобальний тренд: згідно з даними дослідження McKinsey, 74% замовлень на доставку їжі в світі розміщують саме у вікенд.

Висновки з проведеного дослідження. Після запровадження карантину у зв'язку із пандемією COVID-19 для багатьох рестораторів доставка стала єдиним способом легально продовжити роботу. Але поки тільки одиницям вдається реформувати бізнес-процеси так, щоб доставка могла не просто покривати частину витрат, а приносити виручку.

Позитивним моментом є також утримання конкуренції українських компаній на зразок Raketa, що насправді відображає важливі чинники: 1) можливість за рівної конкуренції боротися із світовими франчайзинговими компаніями на локальних ринках; 2) розуміння менталітету, потреб місцевого населення, що дає змогу розробляти та впроваджувати гнучку бізнес-модель обслуговування, розширювати та звужувати послуги, а також їх вчасно диверсифікувати.

Сфера швидкого харчування із доставкою до клієнтів в Україні сьогодні лише формується. А тому ринок доставки продовжить розростатися – за оцінками українських аналітиків, йдеться про щорічну надбавку в 20%. Як тільки жителі України оцінять можливість отримання за 30–40 хвилин вибрану ними їжу, ця національна звичка зміниться на користь готових ресторанних страв. Зіграє свою позитивну роль і все більше проникнення інтернету – сьогодні доступ до Всесвітньої мережі є у 65% українців і охоплює близько 20 млн чоловік. З них 3–4 млн замовляють сніданки, обіди або вечері із закладів громадського харчування. Розширює ринок і поява сервісів типу Glovo, Uber Eats, Raketa – завдяки їм ресторанний бізнес теж зможе розвиватися швидше, пропонуючи споживачам усе більший вибір.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Hirschberg C. Rajko A., Schumacher T., Wrulich M. The changing market for food delivery. Mc Kinsey & Company, USA, 2016. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/the-changing-market-for-food-delivery> (дата звернення 22.06.2020).
2. Аппело Ю. Менеджмент 3.0. Agile-менеджмент. Лідерство та управління командами / пер. з англ. Г. Якубовська. Харків: В-во «Ранок»: Фабула, 2019. 432 с. С. 55–56.
3. Архіпов В.В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Київ. Центр учбової літератури. 2017. С. 342.
4. Бродецкий А. Рыночный передел. Почему на самом деле Uber Eats ушел из Украины, и кто займет их место. 2020. URL: <https://tech.liga.net/technology/article/pochemu-uber-eats-ushel-iz-ukrainy> (дата звернення: 7.07.2020).
5. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика). Підручник. Київ: Центр учбової літератури. 2013. 304 с.
6. Міняйло Н. Як насправді працюють Glovo і Uber Eats та як вони впливають на розвиток міста. 2019. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/03/06/yak-naspravdi-pratsyuyut-glovo-ta-ubereats-ta-yak-vony-vplyvayut-na-rozvytok-mista/> (дата звернення: 8.07.2020).
7. Мостова Л.М., Новікова О.В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. Навчальний посібник. 2-ге видання. Київ: Ліра-К. 2011. 388 с.
8. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навчальний посібник для ВНЗ. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 343 с.
9. Орленко О.В., Жуйков Г.Є. Економічні передумови розвитку ринку гастрономічних послуг та нові ресторанні тренди. *Бізнес-навігатор*. 2017. Вип. 2. С. 38–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2017_2_8 (дата звернення: 13.07.2020).
10. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: Підручн. для ВУЗів. Київ. КНТЕУ. 2005. 632 с.

11. Угнива С. Откройте, еда. Украинский еженедельный общественно-политический журнал «Новое время». К: Издательский Дом «Медиа-ДК». 2019, № 10. С. 30–32.

12. Яровая М. Украинский сервис доставки еды Raketa начинает работу в Киеве. Доставка – бесплатная. 2019. URL: <https://ain.ua/2019/11/11/raketa-v-kieve/> (дата звернення: 14.07.2020).

REFERENCES:

1. Hirschberg C. Rajko A., Schumacher T., Wrulich M. (2016). The changing market for food delivery. Mc Kinsey & Company, USA. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/the-changing-market-for-food-delivery> (in English). (accessed 22.06.2020).

2. Appelo Ju. (2019). Menedzhment 3.0. Agile-menedzhment. Liderstvo ta upravlinnja komandamy / per. z anghl. Gh.Jakubovsika. Kharkiv: V-vo «Ranok»: Fabula. 432 p. Pp. 55–56.

3. Arkhipov V.V. (2017). Orghanizacija obslughovuvannja v zakladakh restorannogho ghospodarstva: navch. posib. Kyjiv. Centr uchbovoji literatury. 342 p.

4. Brodetsky A. (2020). Rynochnyi peredel. Pochemu na samom dele Uber Eats ushel z Ukrainy, y kto zaymet yekho mesto. Availabled at: <https://tech.liga.net/technology/article/pochemu-uber-eats-ushel-iz-ukrainy> (in Russian). (accessed: 7.07.2020).

5. Maljsjka M.P., Ghataljak O.M., Ghanych N.M. (2013). Restoranna sprava: tekhnologhija ta orgha-

nizacija obslughovuvannja turystiv (teorija ta praktyka). Pidruchnyk. K.: Centr uchbovoji literatury. 304 p.

6. Minyaylo N. (2019). Yak naspravdi pratsyuyut' Glovo i Uber Eats ta yak vony vplyvayut' na rozvytok mista. Availabled at: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/03/06/yak-naspravdi-pratsyuyut-glovo-ta-ubereats-ta-yak-vony-vplyvayut-na-rozvytok-mista/> (in Ukrainian) (accessed 8.07.2020).

7. Mostova L.M., Novikova O.V. (2011). Orghanizacija obslughovuvannja na pidpryjemstvakh restorannogho ghospodarstva. Navchalnyj posibnyk. 2-ghe vydannja. Kyjiv: Lira-K. 388 p.

8. Nechajuk L.I., Nechajuk N.O. (2016). Ghoteljno-restorannyj biznes: menedzhment: navchalnyj posibnyk dlja VNZ. Kyjiv: Centr uchbovoji literatury. 343 p.

9. Orlenko O.V., Zhujkov Gh.Je. (2017). Ekonomichni peredumovy rozvytku rynku ghastronomichnykh poslugh ta novi restoranni trendy. Biznes-navighator. Vyp. 2. Pp. 38–42. Availabled at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2017_2_8 (accessed: 13.07.2020).

10. P'jatnycjka N.O. (2005). Orghanizacija obslughovuvannja u pidpryjemstvakh restorannogho ghospodarstva: Pidruchn. dlja VUZiv. Kyjiv. KNTEU. 632 p.

11. Uhnyva S. (2019). Otkroyte, eda. Ukraynskyy ezhenedel'nyy obshchestvenno-polytycheskyy zhurnal «Novoe vremya». – K: Yzdatel'skyy Dom «Medya-DK». #10. Pp. 30–32. (in Russian).

12. Yarovaya M. (2019). Ukraynskyy servys dostavky edy Raketa nachynaet rabotu v Kyeve. Dostavka – besplatnaya. Availabled at : <https://ain.ua/2019/11/11/raketa-v-kieve/> (in Russian) (accessed 14.07.2020).

АНАЛІЗ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ІНСТРУМЕНТАЛЬНОГО НАПОВНЕННЯ ПРОЦЕДУРИ МАРКЕТИНГОВОГО ТЕСТУВАННЯ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ РИНКОВИХ ПЕРСПЕКТИВ ТОВАРНИХ ІННОВАЦІЙ НА ЕТАПАХ ІННОВАЦІЙНОГО ЦИКЛУ ЇХ РОЗРОБЛЕННЯ

ANALYSIS OF THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE INSTRUMENTAL SUPPORT OF THE MARKETING TESTING PROCEDURE FOR ASSESSING THE MARKET PROSPECTS OF PRODUCT INNOVATIONS WITHIN THE STAGES OF INNOVATIVE CYCLE

УДК 658.8:005.523

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-22>**Нагорний Є.І.**

к.е.н., провідний науковий співробітник науково-дослідного сектору Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка

Березова С.М.

молодший науковий співробітник науково-дослідного сектору Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка

Nagorny Yeu Eugene

Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko

Berezova Svitlana

Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko

У статті проаналізовано сучасні теоретико-методичні підходи до інструментального наповнення процедури маркетингового тестування товарних інновацій на етапах інноваційного циклу їх розроблення. В працях вітчизняних та зарубіжних науковців широко представлені різні інструменти маркетингового тестування, однак більшість розглядає ці інструменти лише на окремих етапах інноваційного циклу без загального взаємозв'язку з усіма його етапами. Отже, маємо відсутність комплексності в проведенні процедури маркетингового тестування, внаслідок чого роботи з оцінювання ринкових перспектив товарних інновацій виконуються не в повному обсязі та неякісно, що ставить під загрозу їх ринкову успішність. Проведений аналіз є майбутнім заділком на розроблення авторського методичного інструментарію проведення процедури маркетингового тестування товарних інновацій на етапах інноваційного циклу їх створення.

Ключові слова: товарні інновації, маркетингове тестування, ринкові перспективи, інструментальне забезпечення, інноваційний цикл.

В статье проанализированы современные теоретико-методические подходы

к инструментальному наповненню процедури маркетингового тестування товарних інновацій на етапах інноваційного циклу їх розроблення. В трудах отечественных и зарубежных ученых широко представлены различные инструменты маркетингового тестирования, однако большинство рассматривает эти инструменты только на отдельных этапах инновационного цикла без всеобщей взаимосвязи со всеми его этапами. Итак, имеем отсутствие комплексности в проведении процедуры маркетингового тестирования, в результате чего работы по оцениванию рыночных перспектив товарных инноваций выполняются не в полном объеме и некачественно, что ставит под угрозу их рыночную успешность. Проведенный анализ является будущим заделом на разработку авторского методического инструментария проведения процедуры маркетингового тестирования товарных инноваций на этапах инновационного цикла их создания.

Ключевые слова: товарные инновации, маркетинговое тестирование, рыночные перспективы, инструментальное обеспечение, инновационный цикл.

The survival and development of an industrial enterprise depends on its ability to introduce new and innovative types of products into the market. These products enable the company to grow, earn revenue, increase its presence in the market and help to protect themselves from competitive pressures. All this is possible only under the condition where these products will be a market success. However, as practice shows, from 40 to 90% of all new and innovative products are doomed to market failure. One of the reasons for this situation is insufficient or complete disregard for the use of marketing testing tools for product innovations to assess their market prospects. Therefore, the development and implementation of appropriate tools is extremely relevant, and is the goal of this study. System-structural analysis, factor analysis and logical generalization method were used to solve this problem. The article analyzes modern approaches to the instrumental content of the marketing testing procedure for product innovations. The analysis carried out indicates the uniformity of using groups of the same type of marketing testing tools. So, it was found that at the stage of selecting ideas, expert assessments using selection criteria prevail. At the stage of development and verification of the product concept, desk and field marketing research is used. At the stage of business analysis, it is better to use financial analysis tools. It is recommended to use marketing research tools and engineering tests at the stage of developing a prototype of an innovative product. At the stage of market testing, various types and tools of trial marketing are widely used. It was also found that at certain stages of the innovation cycle, some scientists suggest using several testing tools at once, thus reducing the likelihood of making an erroneous decision from using only one testing tool. Domestic and foreign science recommends a large number of marketing testing tools for use. However, as practice shows, a high percentage of commercial failures of product innovations on the market indicate that either enterprises do not use these tools at all, or they do not understand how to use them in practice in their activities, or they are morally obsolete in modern conditions of development. The results obtained develop the theory of marketing innovations in terms of assessing the market prospects of product innovations at the stages of the innovation cycle.

Key words: product innovation, marketing testing, market prospects, tooling, innovation cycle.

Постановка проблеми. Успішна інноваційна діяльність промислового підприємства має базуватись на ефективній організації робіт зі створення товарних інновацій. Інноваційний цикл їх розроблення містить цілу низку послідовних етапів, а послідовний перехід від одного етапу до іншого відбувається тоді, коли всі види робіт були завершені на попередньому. Причому вважається, що якщо такий перехід відбувся, то всі роботи були

виконані в повному обсязі та якісно, що гарантуватиме успіх усього інноваційного циклу, зокрема на останньому етапі, яким є комерціалізація товарних інновацій. Проте, як показує практика, під час комерціалізації товару можуть бути великі проблеми. Головна з них полягає в тому, що інноваційний товар може зазнати на ринку комерційного провалу. Причин такої ситуації може бути безліч: це й висока невизначеність під час створення

товару, й постійна зміна смаків та бажань споживачів через тривалий процес його створення, й недостатнє, неповне або повне ігнорування використання інструментів маркетингового тестування товарних інновацій для оцінювання їх ринкових перспектив. Отже, розроблення та впровадження інструментарію, що дасть змогу постійно здійснювати процес ринкової апробації товару під час його створення й допоможе знизити цю невизначеність, є вкрай актуальним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Різні інструменти маркетингового тестування досить широко висвітлені в працях вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких можна відзначити таких, як С.С. Гаркавенко, А.О. Длігач, С.М. Ілляшенко, Ю.В. Каракай, Ф. Котлер, Р. Купер, Ж.-Ж. Ламбен, П.Г. Перерва, Н.І. Чухрай. Однак їх більшість розглядає ці інструменти лише на окремих етапах інноваційного циклу без загального взаємозв'язку з усіма його етапами, внаслідок чого маємо відсутність комплексності в проведенні маркетингового тестування.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз наявних теоретико-методичних підходів до інструментального наповнення процедури маркетингового тестування товарних інновацій на етапах інноваційного циклу з майбутнім заділом на розроблення авторського методичного інструментарію проведення цієї процедури.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Розглянемо наявний інструментарій проведення процедури маркетингового тестування, що пропонують використовувати науковці на етапах інноваційного циклу. Так, Л.В. Балабанова [1], на етапі відбору ідей для оцінювання та відсікання неприйнятних ідей пропонує використовувати різні критерії фільтрації. Етап розроблення концепції та її перевірки має супроводжуватися проведенням маркетингових досліджень споживачів задля з'ясування міри її привабливості. На етапі розроблення товару його прототипи за допомогою спеціального інструментарію (інженерні тести) піддаються випробуванню в лабораторних та експлуатаційних умовах. Етап випробування товару на ринку вона рекомендує здійснювати за допомогою методів пробного маркетингу.

На етапі відбору ідей С.С. Гаркавенко [2] пропонує використовувати такі інструменти, як чек-листи (для оцінювання інноваційних ризиків), оціночні шкали (для оцінювання ідей шляхом зважування їх основних факторів), сумісний аналіз. На етапі розроблення та перевірки концепції науковець пропонує застосовувати інструменти маркетингових досліджень (для оцінювання реакції споживачів на новий товар), сумісний аналіз (щоби визначити найкращий варіант комбінації характеристик товару) та метод оцінки намірів купити товар. Інструменти функціонально-вартісного

та фінансового аналізу (аналіз беззбитковості, порівняння прибутків, аналіз ризиків) науковець рекомендує використовувати на етапі бізнес-аналізу. На етапі розроблення прототипу товару відповідними інструментами перевіряються його відповідність стандартам, можливість використання в реальних умовах експлуатації, визначається його сприйняття споживачами. Етап ринкових випробувань пропонується здійснювати за допомогою пробного маркетингу та контрольного тестування (тестуванням на моделі ринку є панель магазинів).

Т.Д. Гірченко та О.В. Дубовик [3] вважають, що відбір ідей необхідно здійснювати за такими факторами, як можливості підприємства, кадрові та фінансові ресурси. На етапі розроблення концепції та її перевірки інструментами тестування є опитування споживачів стосовно представленої концепції товару. На етапі бізнес-аналізу вони рекомендують здійснювати комбінування фінансового аналізу з іншими відбірковими критеріями, наприклад очікуваною нормою прибутку та показником конкурентоспроможності товару. На етапі розроблення товару необхідно розглянути можливості втілення концепції з комерційного та технічного поглядів. Випробування товару вони рекомендують здійснювати методами пробного маркетингу.

А.О. Длігач [4] на етапі розроблення та перевірки концепції товару рекомендує проводити інтерв'ю з фокус-групою респондентів, виконувати оцінювання та порівняння рейтингів концепцій, а також застосовувати комбінаторний метод маркетингових досліджень.

Для відбору непридатних ідей на відповідному етапі А.П. Дурович [5] пропонує використовувати інструментарій мозкової атаки задля відсіву ідей, які не відповідають планам і стратегії підприємства, фінансовим і ресурсним можливостям, технічному рівню, які не отримали схвалення на ринку, для яких необхідно сформувати попит і підготувати споживача до сприйняття новинки. Оцінювання перспектив виробництва та збуту, на його думку, доречно виконувати за допомогою експертних оціночних процедур з розрахунком інтегрального оцінного критерію. Розроблення товару потрібно проводити з використанням інструментів лабораторних випробувань дослідних зразків. На однойменному етапі науковець пропонує використовувати пробний маркетинг.

С.М. Ілляшенко [6] на етапі відбору ідей перевіряє спроможність їх реалізації на основі заздалегідь обумовлених вимог, показників, критеріїв та відповідей на низку запитань, що здійснюється експертами, за участю споживачів та з розрахунком інтегральної оцінки. Розроблення задуму та його перевірку науковець рекомендує здійснювати інструментами опитування споживачів. На

етапі бізнес-аналізу пропонується застосовувати інструменти з оцінювання виробничо-збутового потенціалу. На етапі виготовлення дослідних зразків застосовуються їх лабораторні випробування. Випробування інновації в ринкових умовах науковець рекомендує здійснювати за допомогою інструментарію пробного маркетингу.

На етапі відсіву ідей Ю.В. Каракай [7], пропонує використовувати як інструменти фільтрації три групи факторів, а саме фактори макросередовища, обґрунтування товарних пріоритетів, оцінювання комерційної діяльності.

На етапі відбору ідей, на думку В.Я. Кардаша [8], інструментами тестування є експертне селекціонування ідей за загальними, маркетинговими та виробничими критеріями, а також оцінювання їх перспективності за кваліметричними методами, тобто визначення їх рейтингу. На етапі проектування товару він пропонує здійснювати оцінювання комерційних шансів за допомогою матриць Nielsen та MDA. Інструментами тестування на етапі випробування товару є експериментальні інженерні тести на стендах та споживчі тести в реальних умовах експлуатації (дослідне споживання, пробний маркетинг).

Ф. Котлер [9] на етапі відбору ідей пропонує спочатку використовувати експертні методи перевірки ідей за допомогою різних критеріїв (або у вигляді переліку питань). Потім відібрані ідеї підлягають повномасштабній перевірці з розрахунком їх рейтингу та ймовірності успіху на ринку. На етапі перевірки концепції товару за допомогою інструментів маркетингових досліджень він пропонує з'ясувати реакцію споживачів на товар та їх намір зробити покупку, а також рекомендує провести сумісний аналіз. На етапі розроблення товару науковець пропонує виконати його випробування за допомогою інженерних та споживчих тестів. Ринкове тестування слід здійснювати за допомогою пробного маркетингу.

Критеріями відбору ідей, на думку Р. Купера [10], є відповідність ідеї стратегії фірми та запитам споживачів, технічні, юридичні, екологічні та критерії безпеки. На етапі бізнес-аналізу він пропонує використовувати такі інструменти тестування, як кабінетні дослідження, фокус-групи зі споживачами, поглиблені маркетингові дослідження. Вони дадуть змогу з'ясувати вимоги до товару й визначити рівень зацікавленості ринку, оцінити технологічну та виробничу можливості розроблення й виробництва товару, виправдати фінансову реалізацію проєкту. На етапі створення дослідного зразка він рекомендує провести його споживче та лабораторне тестування. Для цього слід використовувати інструменти маркетингових досліджень з визначення реакції та ступеня задоволеності споживачів, а також здійснювати різні інженерні тести на стендах розробника. На

етапі ринкових випробувань Р. Купер рекомендує використовувати такі інструменти, як інженерні тести товару на стендах і в лабораторних умовах, польові ринкові дослідження споживачів, споживчі тести, інженерні тести виробничого процесу, методи пробного маркетингу.

На етапі відбору ідей Ж.-Ж. Ламбен [11] пропонує обчислювати умовний показник якості ідеї за експертними оцінками ключових факторів їх успіху, а також здійснювати стандартні алгоритми відбору нежиттєздатних ідей. Перевірку концепції товару він пропонує здійснювати на підібраній групі цільових споживачів (шляхом маркетингових досліджень), а також за допомогою спільного аналізу. На етапі бізнес-аналізу прогноз продажів та оцінювання ринкового успіху він рекомендує здійснювати за допомогою таких інструментів, як експертні оцінки, споживчі панелі, пробний маркетинг (або його альтернатива – «дослідна» експлуатація вдома, пробний маркетинг в мінігрупах, лабораторні експерименти, вихід товару на регіональний ринок).

На етапі оцінювання та відбору ідей А.Ф. Павленко [12] пропонує використовувати ринкові, товарні, виробничі критерії та критерії просування й збуту, а відбір ідей здійснювати через їх рейтингову оцінку. На етапі розроблення й перевірки задуму слід визначити ставлення споживачів до концепції товару, що він пропонує здійснити за такими критеріями, як комунікабельність, довіра, споживчий розрив, співвідношення ціни й вартості. На етапі розроблення продукції він пропонує здійснювати спеціальні дослідження споживчих властивостей щодо їх відповідності стандартам та сподіванням. Для пред'явлення реальної продукції потенційним споживачам за умов реального продажу він пропонує здійснювати пробний маркетинг.

П.Г. Перерва [13] для процедури оцінювання та відбору ідей пропонує застосовувати критерії фільтрації, стандартні бланки оцінки (для оцінювання ринкових перспектив ідей, ступеня їх відповідності профілю підприємства, його цілям, стратегічним установкам і ресурсам), чек-листи (для оцінювання інноваційних ризиків), оціночні шкали (для оцінювання ідеї за певними чинниками), рейтинг ідеї (для оцінювання чинників, що необхідні для успішного її втілення), ймовірність успіху ідеї, експертні оцінки. На етапі розвитку концепції товару науковець рекомендує проводити тестування як у лабораторних умовах (технічні тести), так і з потенційними споживачами. На етапі оцінювання ринкової адекватності товару він пропонує до використання інструменти для активізації потреб і переваг споживачів під час купівлі товару (польові маркетингові дослідження); для оцінювання емоційного впливу товару на споживачів (лабораторні маркетингові

дослідження); для оцінювання суб'єктивної якості товару (аналітичне моделювання, наприклад модель Розенберга, модель з ідеальною точкою); для порівняльного оцінювання різних товарів за різними характеристиками (багатовимірне комп'ютерне моделювання).

До процесу «просіювання» ідей, на думку В.Р. Прауде [14], потрібно підходити поетапно із застосуванням експертного методу. Критеріями першого «просіювання» є дані про ринок і конкуренцію, попередня ціна товару, час освоєння та впровадження, загальні витрати та рентабельність. На другому етапі прийнятні ідеї зіставляють з метою та ресурсами підприємства. Ідеї, що залишились, проранжовуються за факторами успішного впровадження на ринок. На етапі розроблення концепції доцільно виконати маркетингові дослідження споживачів. На етапі бізнес-аналізу науковець пропонує оцінити ступінь привабливості товару для бізнесу. На етапі розроблення прототипу він рекомендує провести функціональний тест (у лабораторії), а потім і споживчий тест (в домашніх умовах з відповіддю на запитання заздалегідь розробленої анкети щодо властивостей товару). Він не виключає етап тестування ринку для вивчення реакції покупців на новий товар.

На етапі відбору ідей О.М. Хотяшева [15] пропонує здійснювати їх внутрішнє та зовнішнє оцінювання. Внутрішнє оцінювання виконується експертними методами щодо відповідності ідей маркетинговій стратегії та технологічним можливостям підприємства. Зовнішнє оцінювання виконується за допомогою системи польових досліджень (анкетування, інтерв'ювання споживачів) та системи польових досліджень у кабінетних умовах (віртуальне тестування ідей та концепцій за допомогою таких віртуальних способів збирання інформації від споживачів, як спільний аналіз на основі Інтернету, метод швидкої багатобічної адаптивної спільної оцінки, торгівля ідеями). На етапі розроблення й створення дослідного зразка рекомендується виконати його лабораторне тестування за допомогою інженерних тестів щодо відповідності стандартам. На етапі ринкового тестування слід застосувати інструменти пробного маркетингу на пробних і штучних ринках (штучно моделюються ринкові умови для просування товару з використанням репрезентативної вибірки).

На етапі відбору ідей Н.І. Чухрай [16] застосовує інструменти експертного оцінювання («контрольний фільтр» у формі переліку запитань), які дають можливість оцінити всі згенеровані ідеї за рівнем задоволення потреб споживачів і розділити їх на перспективні, ідеї далекої перспективи та безперспективні. Перспективні ідеї в подальшому проходять два етапи селекції. На першому етапі складається оціночна матриця (оцінка сильних і слабких сторін кожної ідеї), а також здійснюється

розрахунок узагальненого показника якості ідей за різними критеріями оцінки. На другому етапі відбувається остаточний вибір ідеї за сукупними критеріями, що характеризують її науково-технічний рівень і стратегічну привабливість. На етапі створення прототипу рекомендується провести функціональний тест щодо відповідності товару потребам ринку та науково-технічній документації. Не виключається також проведення пробного маркетингу з відповідним інструментарієм.

На етапі розроблення та тестування концепції інноваційного товару В.М. Щербань [17] пропонує використовувати інструменти маркетингових досліджень для перевірки впливу його концепції на цільових споживачів. На етапах розроблення товару та ринкового випробовування рекомендується технологічне та ринкове тестування його прототипу. Для проведення технологічного тестування в лабораторних умовах доцільно застосовувати інженерні тести та діагностичні пристрої (спеціальні стенди, метрологічне знаряддя, комп'ютерне обладнання, манекени). Для проведення технологічного тестування в «польових» умовах, тобто за участю споживачів, рекомендується використовувати такі інструменти, як семплінг, оцінювання часу перебування прототипу на полицях магазинів, панелі споживачів, консіліуми споживачів. Для проведення ринкового тестування рекомендується використовувати інструменти випробування прототипу на моделі ринку (панель магазинів чи торговельних точок), а також пробний маркетинг.

На етапі відбору ідей О.М. Ястремська [18] рекомендує використовувати загальні, маркетингові та виробничі показники фільтрації. На етапі розроблення товару вона рекомендує здійснювати функціональне тестування за допомогою лабораторних та споживчих тестів. Не виключається також етап пробного маркетингу з інструментами часткового або регіонального впровадження інноваційного товару на ринок.

Проаналізовані теоретико-методичні підходи до інструментального наповнення процедури маркетингового тестування представимо в табл. 1.

Аналіз табл. 1 вказує на одноманітність використання груп однотипних інструментів тестування. Так, на етапі селекції ідей переважають експертні оцінки за допомогою різних критеріїв відбору. На етапі розроблення та перевірки концепції науковці пропонують використовувати кабінетні та польові маркетингові дослідження; на етапі бізнес-аналізу – інструменти фінансового аналізу. Інструменти маркетингових досліджень та інженерні тести рекомендується використовувати на етапі безпосереднього розроблення товару. На етапі ринкових випробувань науковці пропонують широко застосовувати пробний маркетинг. Також можна побачити, що на певних етапах

Інструментальне наповнення процедури маркетингового тестування на етапах інноваційного циклу розроблення товару [1–19]

Автор	Укрупнені етапи інноваційного циклу розроблення товару				
	Генерація і відбір ідей	Розроблення та перевірка задуму	Бізнес-аналіз	Розроблення товару	Ринкові випробовування
Л.В. Балабанова	КФ	МД		ІТ, МД	ПМ
С.С. Гаркавенко	ММ, СА	МД, СА	ФА, ФВА	ІТ, МД	ПМ, МР
Т.Д. Гірченко	КФ	МД	ФА, КФ	ІТ, МД	ПМ
А.О. Длігач		МД, РІ			ПМ
А.П. Дурович	КФ		ММ	ІТ	ПМ
С.М. Ілляшенко	КФ, РІ	МД	ОП	ІТ, МД	ПМ, МР, КМ
Ю.В. Каракай	КФ				
В.Я. Кардаш	КФ, РІ			ММ	ІТ, ПМ
Ф. Котлер	КФ, РІ, ІУ	МД, СА		ІТ, МД	ПМ
Н.В. Краснокутська	КФ, ЯІ	МД, СА	ФА		ПМ
Р. Купер	КФ		МД	ІТ, МД	ІТ, МД, ПМ
Ж.-Ж. Ламбен	ЯІ, АЛ	МД, СА	КФ, МД, ПМ		ПМ
А.Ф. Павленко	КФ, РІ	МД		ІТ, МД	ПМ
П.Г. Перерва	КФ, ММ, РІ, ІУ	ІТ, МД			МД, ЯІ, КМ
В.Р. Прауде	КФ, ФУ	МД		ІТ, МД	ПМ
О.М. Хотяшева	КФ, МД			ІТ	МР, ПМ
Н.І. Чухрай	КФ, ММ, ЯІ			ІТ, МД	ПМ
В.М. Щербань		МД		ІТ, МД	МР, ПМ
О.М. Ястремська	КФ			ІТ, МД	ПМ

Примітка: КФ – оцінка за критеріями фільтрації (або факторами, показниками, вимогами, відповідями на запитання); АЛ – алгоритми відбору; РІ – розрахунок рейтингу ідей; ЯІ – розрахунок якості ідей; ФУ – оцінка факторів успіху; ІУ – оцінка імовірності успіху; ММ – матричні методи оцінки (оціночні шкали, оціночні матриці, бланки оцінки, чек-листи, матриці Nielsen та MDA); ПМ – пробний маркетинг; МД – польові і кабінетні маркетингові дослідження; ОП – оцінка потенціалу; СА – сумісний (спільний) аналіз; ІТ – інженерні тести; ФА – фінансовий аналіз; ФВА – функціонально-вартісний аналіз; КМ – імітаційне комп'ютерне моделювання; МР – моделі ринку (імітаційні, штучні)

інноваційного циклу деякі науковці пропонують використовувати відразу кілька інструментів тестування, знижуючи ймовірність прийняття помилкового рішення від застосування лише одного інструменту тестування. Загалом вітчизняна та іноземна наука рекомендує до використання чималу кількість інструментів тестування, однак, як показує практика, високий відсоток комерційних невдач товарних інновацій на ринку говорить про те, що або підприємницький сектор взагалі не використовує ці інструменти або не розуміє, як їх практично використовувати у своїй діяльності, або вони є морально застарілими в сучасних умовах розвитку.

Висновки з проведеного дослідження.

У статті проаналізовано сучасні теоретико-методичні підходи до інструментального наповнення процедури маркетингового тестування товарних інновацій на етапах інноваційного циклу їх створення. Різні інструменти маркетингового тестування широко висвітлені в працях науковців, однак їх більшість розглядає ці інструменти лише на окремих етапах інноваційного циклу без загального взаємозв'язку з усіма його етапами, внаслідок чого маємо відсутність комплексності в проведенні

маркетингового тестування. Проведений аналіз є майбутнім заділом на розроблення методичного інструментарію проведення маркетингового тестування товарних інновацій для оцінювання їх ринкових перспектив.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л.В. Маркетинг. Донецьк : ДонНУЕТ, 2002. 562 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Київ : Лібра, 2006. 720 с.
3. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг. Київ : ЦНЛ, 2007. 255 с.
4. Старостіна А.О., Гончарова Н.П., Крикавський Є.В. та ін. Маркетинг. Київ : Знання, 2009. 1070 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. Минск : НПЖ «Финансы, учет, аудит», 1997. 464 с.
6. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Товарна інноваційна політика. Суми : Університетська книга, 2007. 281 с.
7. Каракай Ю.В. Маркетинг інноваційних товарів. Київ : КНЕУ, 2005. 226 с.
8. Кардаш В.Я., Павленко І.А., Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика. Київ : КНЕУ, 2002. 266 с.

9. Котлер Ф., Келлер К.Л., Павленко А.Ф. та ін. Маркетинговий менеджмент. Київ : Хімджест, 2008. 720 с.

10. Купер Р. Разработка новых товаров. Маркетинг / под ред. М. Бейкера. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 1200 с.

11. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 800 с.

12. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг. Київ : КНЕУ, 2003. 246 с.

13. Економіка та організація інноваційної діяльності / за ред. П.Г. Перерви, С.М. Меховича, М.І. Погорелова. Харків : НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.

14. Прауде В.Р., Білий О.Б. Маркетинг. Київ : Вища школа, 1994. 256 с.

15. Хотяшева О.М. Инновационный менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 384с.

16. Чухрай Н.І., Патора Р.В. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві. Київ : КОНДОР, 2006. 398 с.

17. Щербань В.М., Козубенко Л.Д. Товарна інноваційна політика. Київ : Кондор, 2006. 400 с.

18. Ястремська О.М., Гіковата Н.К., Гіковатий В.М. Створення нової продукції: організаційно-економічний та маркетинговий аспекти. Харків : ХНЕУ, 2007. 232 с.

19. Краснотутська Н.В. Інноваційний менеджмент. Київ, 2003. 502 с.

REFERENCES:

1. Balabanova, L.V. (2002). *Marketynh* [Marketing]. Donetsk: DonDUET (in Ukrainian).

2. Harkavenko, S.S. (2006). *Marketynh* [Marketing]. Kyiv: Libra (in Ukrainian).

3. Hirchenko, T.D., Dubovyk, O.V. (2007). *Marketynh* [Marketing]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury (in Ukrainian).

4. Starostina, A.O., Ghoncharova, N.P., Krykavskyj, Je.V. (2009). *Marketyng* [Marketing]. Kyiv: Znannja (in Ukrainian).

5. Durovich, A.P. (1997). *Marketing v predprinimatel'skoy deyatel'nosti* [Entrepreneurial marketing]. Minsk: NPZh "Finansy, uchet, audit" (in Russian).

6. Illiashenko, S.M., Shypulina, Yu.S. (2007). *Tovarna innovatsiina polityka* [Commodity innovation policy]. Sumy: Universytetska knyha (in Ukrainian).

7. Karakai, Yu.V. (2005). *Marketynh innovatsiinykh tovariv* [Marketing of innovative products]. Kyiv: KNEU (in Ukrainian).

8. Kardash, V.Ya., Pavlenko, I.A., Shafaliuk, O.K. (2002). *Tovarna innovatsiina polityka* [Commodity innovation policy]. Kyiv (in Ukrainian).

9. Kotler, F., Keller, K.L., Pavlenko, A.F. (2008). *Marketyngovyj menedzhment* [Marketing management]. Kyiv: Khimdzhest (in Ukrainian).

10. Cooper, R. (2002). *Razrabotka novykh tovarov* [Development of new products]. *Marketing* [Marketing]. St. Petersburg: Peter (in Russian).

11. Lambin, J.-J. (2005). *Menedzhment, orientirovanny na rynek* [Market oriented management]. St. Petersburg: Peter (in Russian).

12. Pavlenko, A.F., Voichak, A.V. (2003). *Marketynh* [Marketing]. Kyiv: KNEU (in Ukrainian).

13. Pererva, P.G., Mekhovych, S.M., Pohorielov, M.I. (2008). *Ekonomika ta orhanizatsiia innovatsijnoi diial'nosti* [Economics and organization of innovation activities]. Kharkiv: NTU "KhPI" (in Ukrainian).

14. Praude, V.R., Bilyi, O.B. (1994). *Marketynh* [Marketing]. Kyiv: Vyshcha shkola (in Ukrainian).

15. Khotyashева, O.M. (2007). *Innovatsionny menedzhment*. [Innovative management]. St. Petersburg: Peter (in Russian).

16. Chukhray, N.I., Patora, R.V. (2006). *Tovarna innovatsiina politika: upravlinnya innovatsiyami na pidpriemstvi* [Commodity Innovation Policy: Innovation Management at the Enterprise]. Kyiv: Kondor (in Ukrainian).

17. Shcherban, V.M., Kozubenko, L.D. (2006). *Tovarna innovatsiina polityka* [Commodity Innovation Policy]. Kyiv: Kondor (in Ukrainian).

18. Yastremska, O.M., Hikovata, N.K., Hikovaty, V.M. (2007). *Stvorennia novoi produktsii: orhanizatsiino-ekonomichni ta marketyngovi aspekty* [Creation of new products: organizational, economic and marketing aspects]. Kharkiv: KhNEU (in Ukrainian).

19. Krasnokutsjka, N.V. (2003). *Innovacijnyj menedzhment* [Innovation management]. Kyiv: KNEU (in Ukrainian).

ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ У РЕГІОНАЛЬНОМУ КОНТЕКСТІ В РАМКАХ СПІВПРАЦІ З КРАЇНАМИ ЄС

FOREIGN TRADE ACTIVITIES OF THE NATIONAL BUSINESSES IN THE REGIONAL CONTEXT WITHIN COOPERATION WITH THE EU MEMBER STATES

УДК 658.8.011.1:339.9

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-23>**Пробоїв О.А.**

к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки, маркетингу та менеджменту
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

Горан Т.А.

к.і.н., старший викладач кафедри міжнародної економіки, маркетингу та менеджменту
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

Proboyiv Olga

Ivano-Frankivsk Educational-Scientific Management Institute
Ternopil National Economic University

Goran Tetyana

Ivano-Frankivsk Educational-Scientific Management Institute
Ternopil National Economic University

У статті розглянуто природу інтеграції та виявлено вплив євроінтеграційних процесів на зовнішньоторговельну політику України та її регіонів. Проаналізовано динаміку та структуру експорту й імпорту вітчизняних підприємств впродовж 2014–2018 років. Проведено огляд зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств у 2019 році та визначено пріоритет вітчизняного експорту за аналізований період. Окреслено передумови для інтенсивного розвитку, зростання й залучення Прикарпаття до міжнародної економічної співпраці. Визначено перспективні галузі для розвитку плідного економічного співробітництва між прикарпатськими підприємствами та суб'єктами країн ЄС. Проаналізовано зовнішньоекономічну політику Івано-Франківської області та проведено моніторинг зовнішньоторговельних операцій підприємств у регіональному контексті. Вивчено динаміку експорту та імпорту товарів і послуг прикарпатських підприємств із країнами ЄС. Окреслено перспективи та шляхи підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємств Івано-Франківщини.

Ключові слова: зовнішньоторговельна діяльність, зовнішня торгівля підприємств, експорт та імпорт товарів і послуг, країни-партнери, економічне співробітництво, євроінтеграція.

В статье рассмотрена природа интеграции и определено влияние евроинте-

грационных процессов на внешнеторговую политику Украины и ее регионов. Проанализированы динамика и структура экспорта и импорта отечественных предприятий в течение 2014–2018 годов. Проведен обзор внешнеторговой деятельности украинских предприятий в 2019 году и определен приоритет отечественного экспорта за анализируемый период. Очерчены предпосылки для интенсивного развития, роста и привлечения Прикарпатья к международному экономическому сотрудничеству. Определены перспективные отрасли для развития плодотворного экономического сотрудничества между прикарпатскими предприятиями и субъектами стран ЕС. Проанализирована внешнеэкономическая политика Ивано-Франковской области и проведен мониторинг внешнеторговых операций предприятий в региональном контексте. Изучена динамика экспорта и импорта товаров и услуг прикарпатских предприятий со странами ЕС. Очерчены перспективы и пути повышения эффективности внешнеторговой деятельности предприятий Ивано-Франковской области.

Ключевые слова: внешнеторговая деятельность, внешняя торговля предприятий, экспорт и импорт товаров и услуг, страны-партнеры, экономическое сотрудничество, евроинтеграция.

Ukraine has an advantageous geographical position and being the largest European country by its territory, arouses a considerable interest of the neighboring states. Proximity to the EU border, rich cultural-historic heritage, availability of resources and considerable investment potential of the Ivano-Frankivsk region create the necessary preconditions the region's intensive development, growth and its involvement in the international economic cooperation. Finding the ways to optimize the foreign trade operations of the Ivano-Frankivsk oblast is a necessary condition for receiving long-term competing advantages and one of the methods of improving the efficiency of the national economic system and increasing the wellbeing of the population. The objective of the research is to reveal the peculiarities, situation, dynamics, structure and prospects of the foreign trade activities of the Pre-Carpathian businesses in the context of cooperation with the EU member states. An advantageous geographical location of the Ivano-Frankivsk city, proximity to the European border, availability of natural-climatic and resource potential create all the required preconditions for the intensive development of the Pre-Carpathian region. A stable positive dynamics of the social-economic development of the city is achieved due to the successful foreign economic policy and attracting foreign investments, opening of new businesses and expanding production and jobs at the existing companies, increasing sales markets for the produce. A higher, as compared to many other Ukrainian cities, living comfort level and the level of the social wellbeing of the residents, favorable political climate provide for a low level of social tension in the city. These and other components of the economic and investment potential create the necessary conditions for implementing a successful foreign trade policy in the Ivano-Frankivsk region. In 2018–2019, the biggest part of export of the Pre-Carpathian region went to Romania, Slovakia, India, Poland, Turkey, Check Republic, Italy, Belarus, the Russian Federation and Latvia. The export volume of goods to the EU countries constituted 63.5% of the total amount, the basis of exports consisted of plastic materials, organic chemical compounds, timber and timber goods, electric machines, oil and oil refining goods, boilers and machines, milk and dairy products, eggs and natural honey. A sufficient diversification of sales markets decreases the sensitivity of the Pre-Carpathian businesses to the changes of the foreign trade price conditions, global demand for the produce and foreign trade policy of the government. Finally, it can be concluded that the basic challenge for radical change in the foreign trade activities of the Ivano-Frankivsk city and region consists in developing and implementing of a complex of foreign trade policy steps aimed at the state's stimulation of goods export and more active trans-border cooperation.

Key words: foreign trade activities, foreign trade of businesses, export-import of goods and services, partner countries, economic cooperation, European integration.

Постановка проблеми. Україна має зручне географічне розташування і як одна з найбільших за територією європейських держав викликає значний інтерес з боку сусідніх країн. Близькість кордонів із країнами ЄС, багата культурно-історична спадщина, наявність ресурсів та значний

інвестиційний потенціал Івано-Франківщини формують необхідні передумови для інтенсивного розвитку, зростання й залучення регіону до міжнародної економічної співпраці. Для підприємств Прикарпаття перспективними галузями є туристично-рекреаційний комплекс, харчова

промисловість, машинобудування, інформаційні технології, альтернативна енергетика та енергозберігаючі технології. Пошук шляхів нарощування оборотів зовнішньоторговельної діяльності підприємствами Івано-Франківщини є неодмінною умовою отримання довготривалих конкурентних переваг та одним зі способів підняття ефективності функціонування регіону в рамках економічної системи країни та підвищення рівня заможності місцевого населення, тому потребує комплексного й багатоаспектного дослідження.

Для економіки Прикарпаття залучення підприємств у європейські інтеграційні процеси дає змогу нівелювати негативні наслідки наростаючих кризових явищ, а також створює додаткові можливості відкривати сучасні робочі місця й долати технологічну відсталість, безпосередньо залучати зарубіжні вкладення та новітні технології, піднімати рівень доходів і платоспроможність населення, що приведе до підвищення конкурентоспроможності місцевих товаровиробників і сприятиме появі нових шансів виходу на ринки країн ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Основні аспекти реалізації зовнішньоекономічної діяльності підприємствами в рамках інтеграційних процесів досить широко висвітлювались у наукових доробках зарубіжних і вітчизняних дослідників, таких як К. Шер'язданова [1], А. Етціоні [2], Т. Дієз [3], Р. Міхель [5], А. Ключник [9], Е. Ковтун, І. Поліщук, Ю. Турець [16].

Незважаючи на проведені численні дослідження та опублікування їхніх результатів, для України та більшості її регіонів все ж таки залишається актуальною та невирішеною низка питань стосовно напрямів поглиблення співпраці між вітчизняними підприємствами та суб'єктами господарювання країн ЄС у сфері зовнішньоторговельної політики. Детального висвітлення потребують питання проведення моніторингу динаміки й структури українського експорту та імпорту до країн ЄС у національному масштабі та регіональному контексті задля пошуку шляхів оптимізації зовнішньоторговельної діяльності для отримання довгострокових конкурентних переваг та підвищення ефективності функціонування конкретного регіону й вітчизняної економічної системи загалом.

Постановка завдання. Метою дослідження є розкриття особливостей, стану, динаміки, структури та перспектив зовнішньоторговельної діяльності підприємств Прикарпаття в контексті співпраці з країнами ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Етимологічно слово «інтеграція» походить від латинського «integratio», що у перекладі означає «відродження». В його основі лежить слово «integer» («істинний», «цілий»), тобто визначальне значення – це отримання цілого з яких-небудь

частин. Вперше термін «інтеграція» був застосований у 30-х роках минулого століття [1, с. 11]. За термінологією А. Етціоні, інтеграція – це істинна «здібність цієї системи підтримувати себе самостійно внаслідок впливу внутрішніх і зовнішніх факторів» [2, с. 329, 330]. За європейського підходу інтеграцію визначають як «процес, під час якого поодинокі держави надають частку власних суверенних прав на благо створеної і спільної для них всіх інституціональної структури, щоби вбезпечити врахування і здійснення їх спільних інтересів» [3, с. 255].

Економічна інтеграція зумовлена значним поглибленням міжнародного поділу праці, як наслідок, національні економіки «переплітаються» та «взаємопроникають». Неабиякою формою інтеграції, обмеженою територіальними/геополітичними рамками, є регіональна інтеграція. У ХХ ст. значення національної держави зазнає переоцінки, а модель регіону як частини світової спільноти стає більш популярною. Значущість і вага окремого регіону зростають разом із поглибленням у ньому інтеграційних процесів. Найбільш успішно й динамічно регіональна інтеграція здійснюється в рамках ЄС [4, с. 1].

Європейська інтеграція для України та її регіонів – це курс модернізації господарства, подолання технологічної відсталості, хороша можливість отримати іноземні інвестиції та сучасні технології, здобути конкурентні переваги та прокласти шлях на світові ринки.

З 1 січня 2016 року розпочалося застосовування Розділу IV Угоди про асоціацію між Україною та ЄС в розрізі ґрунтовної та всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ПВ ЗВТ) [5, с. 130]. З 1 вересня 2017 року в повному обсязі набуває чинності Угода про асоціацію між Україною та ЄС. Основоволожними успіхами української сторони протягом 2017 року стали залучення України до Програми ЄС під назвою «Конкурентоспроможність підприємств малого і середнього бізнесу (COSME) (2014–2020)», доведення до кінця процедур, обов'язкових для залучення України до Регіональної Конвенції щодо преференційних правил походження товарів (ПЕМ-Конвенція).

Всебічною метою Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та Євросоюзом є збільшення кількості торговельно-економічних угод та інвестиційних потоків, лібералізація торгівлі та гармонізація регуляторного середовища на взаємовигідних домовленостях [5, с. 130].

Зниження рівня ввізного мита позитивно позначиться на надходженнях коштів у державний бюджет. Одночасно скоротиться час, необхідний для супровідних процедур, тому зросте ефективність роботи митниці. З огляду на те, що третину імпорту з країн ЄС сьогодні становлять обладнання, спорядження й транспортні засоби,

здешевлення продукції промисловості сприятиме швидкому оновленню фундаментальних фондів вітчизняних виробництв та впровадженню новітніх технологій із переробки сировини. Максимальну вигоду від припинення застосування митних тарифів отримають українські експортери.

Загалом динаміку експорту та імпорту в Україні впродовж 2014–2018 років можна побачити на рис. 1.

За офіційними даними Держстату за 2018 рік, експорт товарів та послуг склав \$57,28 млрд., що на 8,9% більше, ніж у 2017 році, зокрема експорт товарів зріс на 9,4%, становлячи \$47,335 млрд., а експорт послуг – на 8,6%, склавши \$11,637 млрд. Імпорт товарів і послуг становив \$63,49 млрд., що на 15,27% більше, ніж у 2017 році [7, с. 13].

Негативне сальдо зовнішньої торгівлі товарами й послугами становило \$6,212 млрд., однак зважаємо на те, що підприємства стали більше витрачати коштів на закупку імпортного обладнання для власного переоснащення, нові та енергозберігаючі технології, а це вже є інвестиціями задля зростання можливостей нарощувати експорт [7, с. 13].

Підсумки 2019 року щодо зовнішньої торгівлі глобально мало відрізняються від 2018 року:

Україна продовжує продавати сировину та агропродукцію, а завозити нафтопродукти, вироби з полімерів та хімічні добрива, багато готових товарів (рис. 2).

Серед країн-лідерів, до яких Україна експортувала свою продукцію, слід відзначити Китай, Польщу та Російську Федерацію. За офіційними даними Держстату, впродовж минулого року експорт до Китаю збільшився на 63% порівняно з 2018 роком, склавши 3,6 млрд. дол. У торгівлі з Польщею у 2019 році відбулося зростання експорту на 1,2% на суму 3,3 млрд. дол. У торгівлі з Росією експорт знизився на 11,2%, становлячи у 2019 році 3,2 млрд. дол. [8, с. 1].

За аналізований період Україна наростила свій експорт до Туреччини (2,6 млрд. дол.), Німеччини (2,4 млрд. дол.), Єгипту (2,3 млрд. дол.), Нідерландів (1,8 млрд. дол.), Білорусі (1,5 млрд. дол.), Іспанії (1,5 млрд. дол.), Румунії (1 млрд. дол.), Чехії (921 млн. дол.), Індонезії (735,3 млн. дол.), Молдови (726,8 млн. дол.), Словаччини (709,6 млн. дол.), Бельгії (680,9 млн. дол.), Великої Британії (628,1 млн. дол.), Ізраїлю (620,1 млн. дол.). Загалом у зовнішній торгівлі з країнами ЄС експорт у 2019 році зріс на 3%, склавши 20,8 млрд. дол.



Рис. 1. Динаміка та структура українського експорту/ імпорту впродовж 2014–2018 років

Джерело: запозичено із дослідження аналітичного порталу «Слово і діло» [6, с. 1]



Рис. 2. Топ країн-імпортерів товарів з України у 2019 році та приріст українського експорту

Джерело: запозичено з дослідження аналітичного порталу «Слово і діло» [8, с. 1]

Однак впродовж аналізованого періоду у зовнішній торгівлі України відбулося скорочення експорту до США (на 12% з 978,9 млн. дол.), Іраку (на 9% з 584,4 млн. дол.), Болгарії (на 6% з 482,2 млн. дол.), Грузії (на 18% з 392,6 млн. дол.), В'єтнаму (на 28% з 95,5 млн. дол.) [8, с. 1].

Стосовно обсягів та динаміки імпорту у 2019 році, то найбільше товарів Україна завозила з Китаю (приріст на 21% з обсягом 9,2 млрд. дол.), Росії (скорочення на 13,6% з обсягом 7 млрд. дол.), Німеччини (6 млрд. дол.), Польщі (приріст на 12,6% з обсягом 4,1 млрд. дол.), Білорусі (скорочення на 1% з обсягом 3,8 млрд. дол.), США (приріст 11% з обсягом 3,3 млрд. дол.), Туреччини (приріст на 37,4% з обсягом 2,4 млрд. дол.), Італії (2,1 млрд. дол.), Франції (1,7 млрд. дол.), Швейцарії (1,6 млрд. дол.) [8, с. 1].

Отже, Євросоюз посилює свою позицію як торговельний партнер для України. У 2018–2019 роках експорт з України до ЄС зріс на 8% порівняно з показниками 2017 року, а український імпорт із Євросоюзу – на 10%. У такий спосіб 2018–2019 роки стали рекордними за показниками експорту з України до ЄС. Частка ЄС у торгівлі України складає близько 42%.

Незважаючи на серйозні зрушення, опанування новітніх ринків національними експортерами обмежується довготривалим процесом стандартизації українських товарів до вимог ринків ЄС. Збільшення перспектив застосування потенціалу ПВ ЗВТ між Україною та ЄС є пріоритетом діяльності Уряду. Йдеться про скорочення нетарифних обмежень, наприклад, пов'язаних з фітосанітарними й санітарними заходами та технічними торговельними перешкодами; перенесення торгівлі в електронний формат та інтеграцію у Цифровий ринок ЄС; сприяння завоюванню малими й невеликими підприємствами частки ринку ЄС [9, с. 13].

У становленні та зміцненні економіки, подоланні нею системних кризових явищ ключове значення має зовнішньоторговельна політика регіонів. Вигідне географічне розташування міста Івано-Франківська та близькість європейських кордонів, автентична культурна та історична спадщина, наявний природно-кліматичний та ресурсний потенціал формують усі необхідні передумови для інтенсивного розвитку Прикарпаття та успішної інтеграції міста до світової економічної спільноти.

Івано-Франківськ – це молоде європейське місто з давньою історією, динамічним розвитком та нездоланим стремлінням до позитивних трансформацій. Високий рівень інвестиційної привабливості Івано-Франківська підтримується присутністю необхідної інфраструктури для розвитку бізнесу, сприятливим бізнес-середовищем, помірним рівнем політичного ризику та прийнятним станом фінансів органів місцевого самоврядування.

Ефективність стратегії зовнішньоекономічної політики Івано-Франківської області ґрунтується на таких конкурентних перевагах, як зручне географічне розташування, адже місто виступає логістичним центром південно-західного регіону України; вагомими сировинні ресурси регіону, оскільки у регіоні є сприятливий для розвитку туризму природний клімат, рекреаційні зони, історичні пам'ятки, вільні земельні ділянки та виробничі площі; значний досвід роботи з іноземними інвесторами, інтернаціональними фінансовими інституціями, а також транскордонної співпраці з містами-побратимами; сприятливий політичний клімат, що знижує ризик ймовірних втрат інвестора.

Інвестиційний клімат Івано-Франківська позитивно оцінений іноземними міжнародними компаніями. До п'ятірки основних країн-інвесторів, на які припадає 86,1% загального обсягу прямих інвестицій, входять Кіпр, Нідерланди, Польща, Сербія та Данія. Крім того, м. Івано-Франківськ є учасником Асоціації міст України, що підтримує щільні зв'язки з Радою Регіонів Європи, Міжнародною Спілкою Громад та Організацією міст-побратимів; учасником мережі міст сталого розвитку України (згідно з Ольбартською Хартією), що тісно співпрацює з великими містами держав-учасників Європейського Союзу; учасником Міжнародного форуму історичних центрів; учасником Асоціації поріднених міст з центром у місті Бая Маре (Румунія); учасником Асоціації європейських муніципалітетів "Energiesites" (Енерджі-сіті); учасником Асоціації «Кільце європейських ковальських міст»; учасником Національного форуму міст-партнерів ПРООН/МПВСР; підписантом Угоди Мерів, тобто ініціативи Європейської Комісії, яка має на меті об'єднати європейські місцеві органи влади в добровільне утворення заради спільної боротьби з глобальним потеплінням.

Місто є другим українським містом, яке удостоєно чотирьох високих нагород Парламентської Асамблеї Ради Європи (ПАРЄ), а саме Європейського диплому, Почесного Прапора, Почесного Знаку Ради Європи та Почесного Призу Ради Європи. У 2018 році за активне просування європейської ідеї місто отримало четверту найвищу нагороду ПАРЄ, а саме Почесний Приз.

Зовнішню діяльність міста характеризують угоди про партнерство з 24 муніципалітетами із

зарубіжжя, серед яких слід назвати міста Польщі, Угорщини, Чехії, Румунії, Білорусі, Литви, Латвії, Молдови, Грузії, Португалії, Болгарії та США. Місто проводить велику кількість міжнародних мистецьких та спортивних заходів, а місцеві університети співпрацюють з європейськими ВНЗ [10].

Івано-Франківськ увійшов у трійку обласних центрів, де легко вести бізнес, у рейтингу "Regional Doing Business" за результатами дослідження Офісу ефективного регулювання та Спілки українських підприємців.

Область постійно поглиблює міжнародні зв'язки, має угоди про співробітництво з окремими регіонами Австрії, Грузії, Канади, Китаю, Литви, Польщі, Румунії, Словаччини. Її членство у Міжнародних Асоціаціях «Карпатський Євро регіон» і «Верхній Прут» сприяє розширенню співпраці з регіонами Молдови, Польщі, Румунії, Словаччини, Угорщини в рамках європейських програм транскордонного співробітництва [10, с. 30].

Стала позитивна динаміка соціально-економічного розвитку міста забезпечується, зокрема, успішною зовнішньоекономічною політикою та залученням інвестицій (включаючи іноземний капітал), відкриттям нових підприємств та розширенням виробництва й кількості робочих місць на вже працюючих підприємствах, розширенням ринків збуту продукції, що виробляють підприємства міста. Вищі, ніж у багатьох інших містах України, рівень комфорту для проживання та рівень соціального благополуччя мешканців міста, сприятливий політичний клімат забезпечують низький рівень соціальної напруженості в місті. Ці та інші складові частини економічного та інвестиційного потенціалу створюють необхідні передумови для втілення успішної зовнішньоекономічної політики на Івано-Франківщині.

Серед регіонів України за обсягом прямих іноземних інвестицій у 2018 році Івано-Франківщина посіла 8 місце, а з розрахунку на одну особу – 5 місце. Найбільші обсяги прямих інвестицій зосереджені на підприємствах міст Івано-Франківська (494,7 млн. дол. США, або 55% загальнообласного обсягу інвестицій) та Калуша (256,7 млн. дол., або 28,6%). Серед районів області значна частка капіталу нерезидентів залучена в економіку Рогатинського (3,2%), Калуського (3,1%) та Тисменицького (2,7%) районів. На території Івано-Франківська успішно працюють такі підприємства з іноземними інвестиціями, що здійснюють зовнішньоторговельну діяльність:

– ТОВ «Електролюкс Україна», що є одним зі світових лідерів з виробництва побутової техніки та професійного устаткування;

– ТОВ «Тайко Електронікс Юкрейн Лімітед», що займається виробництвом продукції для автомобільної галузі ("BMW", "Opel", "Mercedes", "Skoda", "Fiat");

– ТОВ «Конфєціоні «Роза»», ТзОВ «Ектос ІФ» і швейний цех данського виробництва “HRTTextiles Івано-Франківськ” [11, с. 10].

Івано-Франківщина посідає третє місце в рейтингу областей, які активно експортують продукцію у країни Європи. Обсяги експорту товарів, котрі виготовляються безпосередньо в нашому місті, протягом 2019 року склали 911,6 млн. дол., а імпорту – 833,9 млн. дол., тобто порівняно з 2018 роком обсяги експорту збільшились на 4,6%, а обсяги імпорту залишились на рівні минулорічного показника. При цьому позитивне сальдо зовнішньої торгівлі товарами склало 77,7 млн. дол., а коефіцієнт покриття експортом імпорту – 1,09 [12, с. 1]. Партнерами прикарпатських підприємств у зовнішній торгівлі товарами у 2019 році були нерезиденти зі 114 країн світу, у 2018 році – зі 108 країн світу, у 2017 році – з 90 країн світу. Отже, простежується позитивна динаміка зростання обсягів експорту та розширення географії зовнішньої торгівлі місцевих суб'єктів господарювання (рис. 3).

Івано-Франківські підприємства-експортери орієнтуються переважно на ринки країн Європи (56,5% експорту товарів і понад 80% експорту послуг від загального обсягу експорту). Найбільші експортні поставки у 2018–2019 роках здійснювалися до Румунії, Словаччини, Польщі, Індії, Чехії, Білорусі, Італії, Туреччини, Німеччини [13, с. 4].

Основу експортних поставок області склали продукти пластмаси та полімерні матеріали (23,0%), органічні хімічні сполуки (14,0%), деревина та вироби з неї (11,9%), електричні машини (11,8%), молоко й молочна продукція, яйця та натуральний мед (8,4%), нафта і продукти її перегонки (4,8%), котли та машини (4,0%) [13, с. 5] (рис. 4).

Обсяги експорту товарів суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності області у 2019 році збільшились на 4,6% порівняно з обсягами відповідного періоду 2018 року, становлячи 911,4 млн. дол. США, а обсяги імпорту скоротились на 0,25%, склавши 831,9 млн. дол. США.

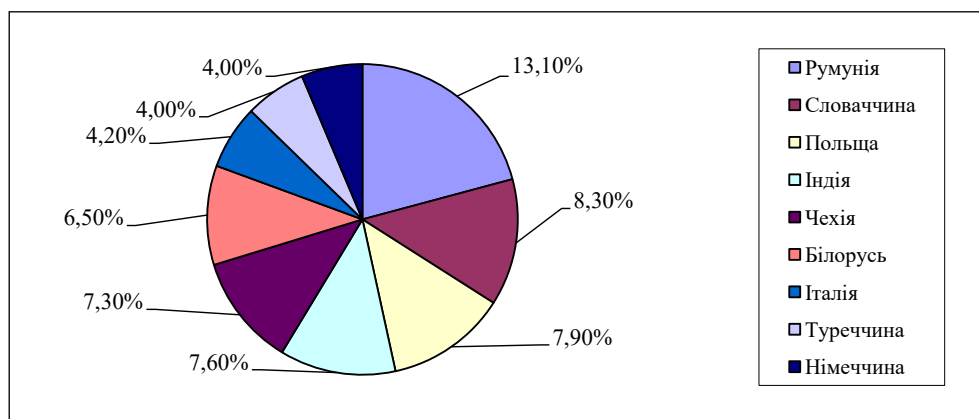


Рис. 3. Експортні поставки підприємств Прикарпаття у 2019 році

Джерело: побудовано на основі даних щодо стану соціально-економічного розвитку регіону Івано-Франківської обласної державної адміністрації [13, с. 4]

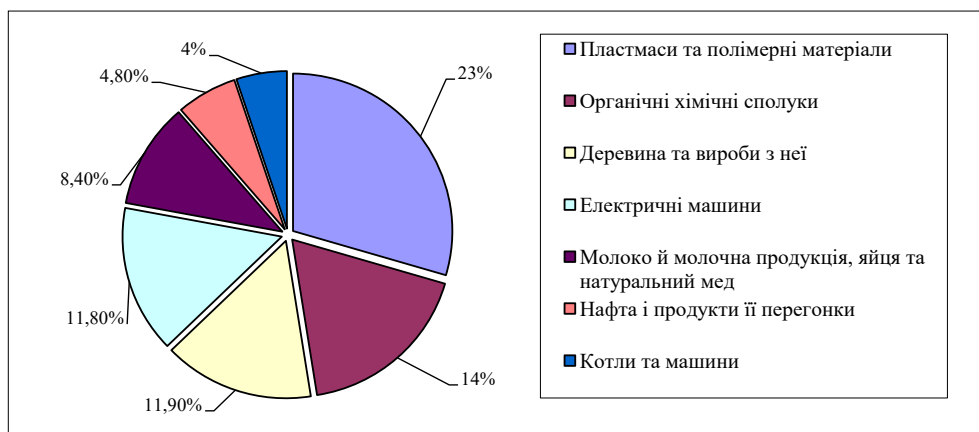


Рис. 4. Структура експорту товарів підприємствами Прикарпаття у 2019 році

Джерело: побудовано на основі даних щодо стану соціально-економічного розвитку регіону Івано-Франківської обласної державної адміністрації [13, с. 5]

Сальдо зовнішньоторговельного балансу області було позитивним на рівні 79,5 млн. дол. США [15, с. 1] (рис. 5).

Достатня диверсифікація ринків збуту знижує чутливість підприємств Прикарпаття до змін зовнішньоекономічної цінової кон'юнктури, світового попиту на продукцію та зовнішньоторговельну політику уряду.

Важливим фактором стійкості економіки міста та області у період затяжної економічної кризи є відсутність залежності від експортних поставок до

країн СНД. Загалом для підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємств Івано-Франківщини слід вживати низку заходів, перелік яких наведено в табл. 1.

Для покращення інвестиційного клімату та стимулювання зовнішньоторговельної діяльності підприємств Прикарпаття в рамках регіональної зовнішньоекономічної політики органи місцевого самоврядування реалізують близько 20 міжнародних проєктів у рамках програм Європейського Союзу, Програм Розвитку ООН, Світового Банку,

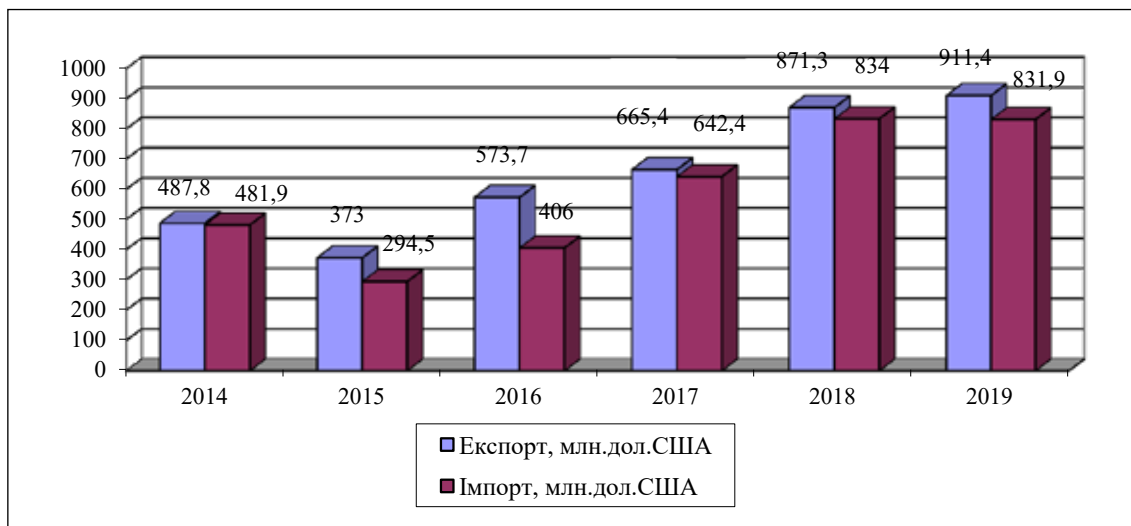


Рис. 5. Динаміка показників зовнішньоторговельного обігу товарів підприємств та організацій Прикарпаття [15, с. 1]

Джерело: побудовано на основі даних Головного управління статистики в Івано-Франківській області

Таблиця 1

Шляхи підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємств Івано-Франківщини

№	Напрямок удосконалення	Характеристика
1	Управління зовнішньоторговельною діяльністю на підприємствах області	Запровадження моніторингу процесу прийняття рішень щодо зовнішньоторговельної діяльності, включаючи планування, організацію та здійснення діяльності, встановлення відповідальності різних відділів та координацію їх роботи в рамках поглиблення співпраці прикарпатських підприємств із суб'єктами країн ЄС.
2	Управлінський облік і контроль	Створення баз даних щодо обсягів експорту/імпорту продукції місцевими підприємствами, ведення обліку сировини й технологічної маршрутизації, виробничих об'єктів.
3	Управління ресурсним потенціалом	Запровадження системи моніторингу за використанням наявних ресурсів (технічних, технологічних, капітальних, маркетингових, інформаційних, трудових), безпосередньо задіяних у зовнішньоторговельній діяльності підприємствами м. Івано-Франківська та області.
4	Оцінювання споживчого попиту та ефективна логістика (управління запасами)	Запровадження системи збору та аналізу даних стосовно товарів конкурентів і запитів зарубіжних споживачів, адміністрування замовлень, моніторинг за станом ринку; визначення необхідного розміру матеріальних запасів і комплектуючих, а також обсягів незавершеного виробництва; впровадження ефективної системи логістики для зменшення витрат і втрат.
5	Оцінювання зовнішньоторговельної діяльності підприємств м. Івано-Франківська та області загалом	Втілення системи оцінювання ефективності зовнішньоторговельної діяльності на основі методів внутрішнього контролю, який охоплює дослідження зарубіжних ринків збуту; підготовку й виробництво продукції на експорт; просування та реалізацію експортної продукції; післяпродажне обслуговування.

Джерело: побудовано на основі джерела [16, с. 173]

Таблиця 2

Міжнародні проекти м. Івано-Франківська в рамках програм Європейського Союзу, Програм Розвитку ООН, Світового Банку, Європейського Банку Реконструкції та Розвитку

Назва організації-партнера	Назва проєкту/мета	Стан реалізації
Європейський банк реконструкції та розвитку	Реконструкція та модернізація системи теплопостачання міста Івано-Франківська	У процесі впровадження
Міжнародний банк реконструкції та розвитку	Розвиток міської інфраструктури у сфері модернізації системи водопостачання та водовідведення	У процесі впровадження
Українсько-німецький проєкт "CIZ"	Енергоефективність у будівлях	Завершено
Північна екологічна фінансова корпорація "NEFCO"	Вуличне освітлення у м. Івано-Франківську	Завершено
Північна екологічна фінансова корпорація "NEFCO"	Реконструкція та модернізація системи теплопостачання в районі вулиць Довга – Карпатська м. Івано-Франківська	У процесі впровадження
Північна екологічна фінансова корпорація "NEFCO"	Підвищення енергоефективності об'єктів бюджетної сфери міста Івано-Франківська	У процесі впровадження
Європейський банк реконструкції та розвитку	Оновлення тролейбусного парку м. Івано-Франківська	У процесі впровадження
USAID	Муніципальна енергетична реформа в Україні	У процесі впровадження

Джерело: побудовано на основі джерела [11, с. 13]

Європейського Банку Реконструкції та Розвитку, Агентства міжнародного співробітництва у сфері розвитку Уряду Швеції (SIDA), Північної екологічної фінансової корпорації (NEFCO), Німецького товариства міжнародного співробітництва (GIZ), а також вживають заходів щодо налагодження транскордонної співпраці з містами-побратимами (табл. 2).

Таким чином, докорінно покращити ситуацію у сфері зовнішньоекономічної діяльності м. Івано-Франківська та регіону загалом можна за допомогою вжиття комплексу заходів зовнішньоекономічної регіональної політики, спрямованих на державне стимулювання експорту продукції місцевими підприємствами, а також на збільшення його обсягу й підвищення ефективності.

Висновки з проведеного дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність завжди була й залишається важливою складовою частиною суспільного регіонального розвитку, незважаючи на зміни в політичній ситуації, економічній кон'юктурі та правовому середовищі країни. Комплексні економічні перетворення, що відбуваються сьогодні в Україні загалом та у її регіонах зокрема, мають на меті забезпечити поступову інтеграцію українських підприємств у міжнародні економічні зв'язки, з одного боку, та залучення іноземних підприємців до діяльності, з іншого боку. Водночас окремі депресивні економічні процеси негативно впливають на стан зовнішньої торгівлі, а фактичний обсяг експорту не відповідає можливостям вітчизняних товаровиробників та не задовольняє державних потреб щодо валютних надходжень. Складне фінансово-економічне становище багатьох вітчизняних підприємств і високі витрати, які потрібні для виходу на зовнішній ринок, також

чинять негативний вплив на розвиток зовнішньоторговельних відносин.

Підсумовуючи вищезазначене, можемо зробити висновок, що, незважаючи на те, що обсяги експорту перевищують імпорт, область потребує вжиття заходів для покращення ситуації. Удосконалення структури експорту ускладнено тривалим спадом виробництва, низькою конкурентоспроможністю більшості обробних галузей, втратою низки традиційних ринків збуту. З боку західних країн зберігається низка дискримінаційних бар'єрів стосовно окремих українських товарів і послуг, що володіють конкурентними перевагами.

Отже, основним завданням для докорінної зміни ситуації у сфері зовнішньоторговельної діяльності підприємств м. Івано-Франківська та регіону загалом є необхідність розроблення та вжиття комплексу заходів зовнішньоекономічної регіональної політики, спрямованих на державне стимулювання експорту продукції та більш активне транскордонне співробітництво.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шерязданова К.Г. Современные интеграционные процессы : учебное пособие. Астана : Академия государственного управления при Президенте РК, 2010. 107 с.
2. Etzioni A. Political unification: a comparative study of leaders and forces. New York : Rinehart, 1965. 346 p.
3. Diez T. European Integration Theory. Oxford : University Press, 2004. 346 p.
4. Біла книга Євросоюзу : Президент Єврокомісії представив п'ять сценаріїв розвитку ЄС. URL: <https://www.5.ua/polityka/bila-knyha-yevrosoiuzu-prezydent-yevrokomisii-predstaviv-piat-stsenariiv-rozvytku-yes-139849.html> (дата звернення: 20.07.2020).

5. Міхель Р. Аналіз зовнішньої торгівлі товарами області західного регіону в умовах дії ЗВТ між Україною та ЄС. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2016. Вип. 3 (119). С. 130–135.

6. Як змінювався експорт та імпорт України в 2014–2018 роках. *Слово і діло*. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2019/04/10/infografika/ekonomika/yak-zminyuvavsvya-eksport-ta-import-ukrayiny-2014-2018-rokakh> (дата звернення: 20.07.2020).

7. Зовнішня торгівля України: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики, 2020. 166 с. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/06/Zov_torg.pdf (дата звернення: 20.07.2020).

8. Зовнішня торгівля: з ким та чим найбільше торгувала Україна в 2019 році. *Слово і діло*. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/02/20/infografika/ekonomika/zovnishnya-torhivlya-kym-ta-chym-najbilshe-torhuvala-ukrayina-2019-roczy> (дата звернення: 20.07.2020).

9. Ключник А. Регулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрного сектора в умовах євроінтеграційних процесів України. *Економіка та інноваційний розвиток національного господарства*. 2013. № 4. С. 11–15.

10. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021–2027 роки. Івано-Франківськ: Івано-Франківська обласна державна адміністрація, 2020. 99 с. URL: <http://www.if.gov.ua/files/uploads/Стратегія%20розвитку%20Івано-Франківської%20області%20на%202021-2027%20роки.pdf> (дата звернення: 21.07.2020).

11. Інвестиційний паспорт Івано-Франківська 2018. Інвестиційний клімат // Офіційний сайт міста Івано-Франківська. URL: http://www.mvk.if.ua/uploads/files/48558_uk.pdf (дата звернення: 21.07.2020).

12. У 2019 році підприємства Прикарпаття стали більше експортувати товарів / Івано-Франківська обласна державна адміністрація. URL: www.if.gov.ua/news/u-2019-roci-pidpriyemstva-prikarpattya-stali-bilshe-eksportuvati-tovariv (дата звернення: 21.07.2020).

13. Соціально-економічний розвиток області за 2019 рік. Соціально-економічний розвиток регіону. Івано-Франківськ: Івано-Франківська обласна державна адміністрація, 2020. 11 с. URL: http://www.if.gov.ua/files/uploads/СЕР_за_2019_рік.pdf (дата звернення: 23.07.2020).

14. Програма соціально-економічного та культурного розвитку області на 2020 рік. Соціально-економічний розвиток регіону. Івано-Франківськ: Івано-Франківська обласна державна адміністрація, 2020. 115 с. URL: <http://www.if.gov.ua/files/uploads/1380-34%20Програма.pdf> (дата звернення: 23.07.2020).

15. Головне управління статистики в Івано-Франківській області. Економічна статистика. Зовнішньоекономічна діяльність. URL: http://www.ifstat.gov.ua/EX_IN/ZD6.HTM (дата звернення: 25.07.2020).

16. Ковтун Е., Поліщук І., Турець Ю. Шляхи оптимізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 6. Ч. 1. С. 172–174. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuimevsg_2016_6%281%29__43 (дата звернення: 26.07.2020).

REFERENCES:

1. Sheryazdanova K. (2010) *Sovremennyye integratsionnyye protsessy: ucheb. posobie* [Modern integration processes]. Astana: Akad. gos. upr. pri Prezidente RK, pp. 107 (in Russian).

2. Etzioni A. (1965) *Political unification: a comparative study of leaders and forces*. New York: Rinehart. 346 p.

3. Diez T. (2004) *European Integration Theory*. Oxford: University Press. 346 p.

4. Bila knyha Yevrosoiuzu: Prezydent Yevrokomisii predstavlyv piat stsennariiv rozvytku YeS [EU White Paper: The President of the European Commission presented five scenarios for the development of the EU]. Available at: <https://www.5.ua/polityka/bila-knyha-yevrosoiuzu-prezydent-yevrokomisii-predstavlyv-pyat-stsenariiv-rozvytku-yes-139849.html> (accessed 20.07.2020).

5. Mikhel R. (2016) *Analiz zovnishnoi torhivli tovaramy oblastei zakhidnoho rehionu v umovakh dii ZVT mizh Ukrainoiu ta YeS* [Analysis of foreign trade in goods of the regions of the western region in terms of the FTA between Ukraine and the EU]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy* [Socio-economic problems of the modern period of Ukraine]. Vypusk 3 (119), pp. 130–135 [in Ukrainian].

6. Iak zminiuvavsia eksport ta import Ukrainy v 2014–2018 rokakh [How did Ukraine's exports and imports change in 2014–2018?]. *Slovo i dilo* [Word and deed]. Available at: <https://www.slovoidilo.ua/2019/04/10/infografika/ekonomika/yak-zminyuvavsvya-eksport-ta-import-ukrayiny-2014-2018-rokax> (accessed 20.07.2020).

7. Zovnishnia torhivlia Ukrainy [Ukraine's foreign trade] (2020). *Statystychnyi zbirnyk* [Statistical collection]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky, 166 p. Available at: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/06/Zov_torg.pdf (accessed 20.07.2020).

8. Zovnishnia torhivlia: z kym ta chym naibilshe torhuvala Ukraina v 2019 rotsi [Foreign trade: with whom and what Ukraine traded the most in 2019] (2019). *Slovo i dilo* [Word and deed]. Available at: <https://www.slovoidilo.ua/2020/02/20/infografika/ekonomika/zovnishnya-torhivlya-kym-ta-chym-najbilshe-torhuvala-ukrayina-2019-roczy> (accessed 20.07.2020).

9. Kliuchnyk A. (2013) *Rehuliuвання rozvytku zovnishnoekonomichnoi diialnosti ahrarnoho sektora v umovakh yevrointehratsiinykh protsesiv Ukrainy* [Regulation of the development of foreign economic activity of the agricultural sector in the conditions of European integration processes of Ukraine]. *Ekonomika ta innovatsiinyi rozvytok natsionalnoho hospodarstva* [Economy and innovative development of the national economy]. № 4, pp. 11–15 [in Ukrainian].

10. *Stratehiia rozvytku Ivano-Frankivskoi oblasti na 2021–2027 roky* [Development strategy of Ivano-Frankivsk region for 2021–2027] (2020). Ivano-Frankivsk: Ivano-Frankivska oblasna derzhavna administratsiia, 99 p. Available at: <http://www.if.gov.ua/files/uploads/Stratehiia%20rozvytku%20Ivano-Frankivskoi%20oblasti%20na%202021-2027%20roky.pdf> (accessed 21.07.2020).

11. *Investytsiinyi pasport Ivano-Frankivska 2018* [Investment passport of Ivano-Frankivsk 2018] (2019). *Investytsiinyi klimat* [Investment climate]. Ofitsiinyi sait

mista Ivano-Frankivska. Available at: http://www.mvk.if.ua/uploads/files/48558_uk.pdf (accessed 21.07.2020).

12. U 2019 rotsi pidpriemstva Prykarpattia staly bilshe eksportuvaty tovariv [In 2019, Prykarpattia enterprises began to export more goods]. Ivano-Frankivska oblasna derzhavna administratsiia. Available at: www.if.gov.ua/news/u-2019-roci-pidpriemstva-prikarpattia-stali-bilshe-eksportuvati-tovariv (accessed 21.07.2020).

13. Sotsialno-ekonomichni rozvytok oblasti za 2019 rik [Socio-economic development of the region in 2019] (2020). Sotsialno-ekonomichni rozvytok rehionu [Socio-economic development of the region]. Ivano-Frankivsk: Ivano-Frankivska oblasna derzhavna administratsiia, 11 p. Available at: http://www.if.gov.ua/files/uploads/SER_za_2019_rik.pdf (accessed 23.07.2020).

14. Prohrama sotsialno-ekonomichnoho ta kulturnoho rozvytku oblasti na 2020 rik [Program of socio-economic and cultural development of the region for 2020] (2020). Sotsialno-ekonomichni rozvytok rehionu [Socio-economic development of the region].

Ivano-Frankivsk: Ivano-Frankivska oblasna derzhavna administratsiia, 115 p. Available at: <http://www.if.gov.ua/files/uploads/1380-34%20Prohrama.pdf> (accessed 23.07.2020).

15. Holovne upravlinnia statystyky v Ivano-Frankivskii oblasti [Main Department of Statistics in Ivano-Frankivsk region]. Ekonomichna statystyka. Zovnishnoekonomichna diialnist [Economic of statistics. Foreign economic activity]. Available at: http://www.ifstat.gov.ua/EX_IN/ZD6.HTM (accessed 25.07.2020).

16. Kovtun E., Polishchuk I., Turets Yu. (2016) Shliakhy optymizatsii zovnishnoekonomichnoi diialnosti vitchyznianskykh pidpriemstv [Ways to optimize the foreign economic activity of domestic enterprises]. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University]. Vypusk 6. Chastyna 1, pp. 172–174. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_6%281%29__43 (accessed 26.07.2020).

МОТИВАЦІЙНИЙ СКЛАДНИК СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗМІНCOMMERCIAL ENTERPRISES STRATEGIC DEVELOPMENT
MOTIVATIONAL COMPONENT IN CONDITIONS OF CHANGES

У статті здійснено характеристики умов ринкового функціонування підприємств торгівлі з урахуванням дії нового чинника – пандемії коронавірусної інфекції. Визначено, що якісна кадрова політика, зокрема належна система мотивації персоналу, є основою ефективного функціонування та розвитку підприємств торгівлі. Дослідження ринку ритейлу показали, що діюча система мотивації все ще є недостатньо дієвою для забезпечення високого рівня мотивації персоналу. У корпоративній стратегії розвитку торговельних компаній пріоритетне місце за своєю вагомістю повинна займати мотиваційна стратегія (справедлива система стимулів персоналу), що є складником процесу вдосконалення управління персоналом. В її основу закладено складники як позитивної (матеріальної та нематеріальної), так і негативної мотивації. Структура мотиваційної стратегії передбачає взаємодію мотивів як інструменту внутрішніх спонукальних сил працівника та стимулів, що визначають їх формування.

Ключові слова: ринок, мотивація, стимулювання, система, торговельне підприємство, ритейл, персонал, кадрова політика, стратегія.

В статті проведена характеристика умов ринкового функціонування

підприємств торгівлі з урахуванням дії нового фактора – пандемії коронавірусної інфекції. Определено, что качественная кадровая политика, в частности надлежащая система мотивации персонала, является основой эффективного функционирования и развития предприятий торговли. Исследование рынка ритейла показало, что действующая система мотивации все еще является недостаточно действенной для обеспечения высокого уровня мотивации персонала. В корпоративной стратегии развития торговых компаний приоритетное место по своей значимости должна занимать мотивационная стратегия (справедливая система стимулов персонала), которая является составляющей процесса усовершенствования управления персоналом. В ее основу заложены составляющие как положительной (материальной и нематериальной), так и негативной мотиваций. Структура мотивационной стратегии предполагает взаимодействие мотивации и стимулов.

Ключевые слова: рынок, мотивация, стимулирование, система, торговое предприятие, ритейл, персонал, кадровая политика, стратегия.

УДК 658:005.5

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-24>

Савченко О.Р.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Рівненський державний гуманітарний
університет

Savchenko Olga

Rivne State Humanities University

The article presents characteristics of trade enterprises' market functioning taking into account a new factor – pandemic coronavirus infection. A behaviour change of both consumers and overall requirements of an external environment had an impact on changing the principles of network service providers' operation not only from a standpoint of work technology (their specialization – sales and service), but also of a management system, including personnel policy. A study of a retail market indicated that current incentive system is still insufficiently effective to ensure a high level of motivation of the personnel. Accordingly, a task of top management in retail companies today is high-quality personnel policy as a foundation for process control of resources' complex types – staff, which requires a fair monetary and non-monetary motivation (provision of guidance appropriate to a work environment, promoting continuous development, learning new skills, updating knowledge, enhancing creativity and the like). Harmonization of personnel policy goals of an employee and economic interests of specific enterprise allows to obtain a causal result of ensuring efficiency, especially in social and economic subsystems of an enterprise's management system as a whole. It is determined that an important aspect of favorable personnel policy of trade enterprises acts as a motivational strategy being part of improving the personnel management process (human resources), which includes such components as: recruitment, selection, preparation, training and promotion of staff welfare, employee relations. The basis of a strategy laid components as positive (tangible and intangible), and negative motivation. The structure of a motivational strategy involves interaction of motives as a tool of internal motive forces of an employee and incentives that determine their formation. Such combination promotes optimal provision of employee's requests and needs as a generator of his labour activity, strengthening his initiatives of searching the ways to increase productivity and self-development. Moreover, on the other hand, it provides opportunities for a head of an enterprise to facilitate effective management.

Key words: market, motivation, stimulation, system, trade enterprise, retail, personnel, personnel policy, strategy.

Постановка проблеми. Сучасне складне ринкове середовище сьогодні ускладнилося новим підступним чинником – світовою пандемією коронавірусної інфекції. Він ізолював увесь світ, «паралізував» налагоджені діючі комунікації як усередині країни, так і за її межами, завдав нищівного впливу на економіку кожної країни світу незалежно від їх міцності, поставив увесь бізнес перед вибором – або ліквідація, або пошук нових форматів виживання. Торгівля не стала винятком. Саме сьогодні, у розпал даної інфекції, ринок торгівлі став «заручником» рішень державної політики щодо правил гри на ньому. Так, торговці ринків продовольчих та непродовольчих товарів

опинилися в повній ізоляції, а магазини та торгові мережі різних форматів і розмірів працюють за умови жорсткого дотримання принципів безпеки, умов та режимів роботи.

Особливий інтерес у таких умовах функціонування становить ринок ритейлу (оптово-роздрібною торгівлі продовольчими товарами), який у першу чергу залежить від споживацької поведінки, настроїв та запитів покупців. Дослідження показують, що панічні настрої соціуму, які викликані перш за все ситуацією невизначеності, зумовлюють зміну стратегії покупок споживачів. Як тільки почалися карантинні обмеження, українці прогнозовано кинулися робити запаси на «чорний день»

(за останній тиждень березня товарообіг мережевих супермаркетів перевищив передноворічні продажі); коли ажіотажний попит вщух, покупці далі стали здійснювати свої закупки один раз на тиждень у великих магазинах із широким асортиментом, намагаючись купити все за один раз та із запасом. Відповідно, зріс і середній чек покупки. Окрім того, ізоляція населення карантином відобразилася на цільовому призначенні заробленого в бік витрат на «проїдання» [1]. Звісно, що зміна як поведінки споживача, так і в цілому вимог зовнішнього середовища позначилася на зміні принципів роботи мережевих надавачів послуг не лише з позиції самої технології роботи (їх спеціалізації – продажу та обслуговування), а й цілої системи менеджменту, у т. ч. кадрової політики. Як свідчать дані ринку роботодавця, відбулося різке падіння кількості поданих резюме (практично вдвічі), що пов'язано з відсіюванням тих, хто раніше переглядав можливі варіанти зміни роботи. Нині співробітники ритейл-компаній міцно тримаються за свої місця роботи та більше не залишають свої резюме з метою пошуку кращих вакансій та пропозицій. Уважаємо, що така ситуація на ринку не повинна розглядатися з позиції роботодавця як сприятлива можливість для підвищення запитів та вимог до персоналу зі збереженням або й зниженням рівнем оплати праці, адже рано чи пізно карантинні обмеження закінчатимуться і тоді знову поставатимуть завдання щодо зменшення показника плинності кадрів та утримання цінних працівників на робочих місцях. Завданням топ-менеджменту торговельних компаній сьогодні є якісна кадрова політика як фундамент процесу управління найскладнішим видом ресурсів – персоналом, котрий потребує справедливої грошової та негрошової мотивації (забезпечення керівництвом належних умов роботи, сприяння постійному розвитку, освоєнню нових умінь та навичок, актуалізації знань, підвищенню творчого потенціалу тощо). Узгодження кадровою політикою цілей працівника та економічних інтересів підприємства дає змогу отримати причинно-наслідковий результат забезпечення ефективності перш за все соціальної та економічної підсистем системи менеджменту підприємства загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

На основі аналізу праць, у яких започатковано розв'язання даної проблеми, виявлено, що значна кількість науковців приділяє велику увагу дослідженню теоретичних та методичних питань формування системи мотивації персоналу. Зокрема, дослідженню мотиваційних процесів у сучасному менеджменті присвятили свої роботи такі науковці, як Н.П. Базалійська, Т.В. Білорус, О.І. Белова, С.С. Занюк, Л.І. Заставнюк, А.О. Климчук, А.М. Колот, М.А. Кравченко, О.В. Крушельницька, О.Є. Кузьмін, Ю.О. Нікітін, С.В. Рукасов, В.Г. Рукас-Пасічник,

І.В. Шостак, С.А. Шапіро та ін. Ними досліджено питання теорії й методології мотивації та стимулювання персоналу в сучасному менеджменті підприємства. Значна кількість розробок доводить той факт, що дана проблематика була й є надзвичайно актуальною в усі часи функціонування організацій. Важливо додати, що в основу сучасних розробок, що набули широкого застосування ще й до цього часу, закладено першопочаткові теорії мотивації, серед яких: теорія «батога і пряника» Дж. Бентхема [2], теорія «наукового управління» Ф. Тейлора [3], соціальна теорія Е. Мейо [4], структура ідеального управління на підприємстві Р. Лайкерта [5], теорія людських потреб А. Маслоу [6], теорія потреб «Х» та «У» Д. МакГрегора [7], теорія «Z» В. Оучі [8], теорія характеристик праці Р. Хекмана та Г. Олдхема [9], теорія справедливості Дж.С. Адамса [10] та ін. Розвиток продуктивних сил суспільства, держав та технологій позначався на зміні пріоритетів та вимог до появи різноманітних форм та методів стимулювання, що знаходило відображення у формуванні різного роду концепцій мотивації. Численні доробки вітчизняних та зарубіжних науковців висвітлюють різноманітні напрями розроблення ефективної системи мотивації персоналу, однак ця проблематика потребує більш поглиблених досліджень, пов'язаних з актуалізацією питань мотивації персоналу як складової частини ефективного управління сучасним підприємством.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у розгляді загальної характеристики мотивації персоналу мережевого ритейлу та її місця в системі системно-функціонального вирішення кадрової політики як основи ефективного функціонування та розвитку підприємств торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах пріоритетна роль торговельної мережі у соціально-економічному забезпеченні держави визначається такими її перевагами, як: вигідні умови залучення капіталу, економія ресурсів на масштабах діяльності, можливість реалізації якісних товарів за нижчими цінами порівняно з мережевими торговельними об'єктами внаслідок дії ефективної комунікаційної політики на логістичних засадах із використанням результатів маркетингових досліджень ринку, а також особливостей мережевої системи менеджменту в цілому (відповідно до визначеної стратегії розвитку і функціонування торговельної компанії, керування з боку головного офісу відбувається за єдиними принципами управління кожним структурним магазином чи підрозділом). Доведенням дії вищезгаданих переваг у бік ритейлу свідчать дані Державної служби статистики України. Так, на тлі скорочення загальної кількості магазинів в Україні кількість мережевих об'єктів поступово

зростає, а їхня частка у загальній кількості торговельних підприємств у 2018 р. зросла майже у 2,5 рази порівняно з 2009 р. (з 1,73% до 4,22%); оборот роздрібної торгівлі України протягом 2018 р. становив 829 834,7 млн грн (при цьому приріст порівняно з минулим роком становив 94 813,7 млн грн, або 25,6%) [11].

Під час дослідження особливостей роботи мережевого ритейлу актуального значення набуває оцінка ролі та місця системи мотивації персоналу, з одного боку, як головного мотиватора у підвищенні їх продуктивності праці та реалізації трудового потенціалу, а з іншого – як ключового елемента системи функціонування та розвитку організації.

Проведені нами дослідження на прикладі гіпермаркету «Фоззі», що входить до ритейл-компанії Fozzy Group, дають змогу констатувати, що діюча структура системи мотивації персоналу містить як матеріальну, так і нематеріальну форми мотивації працівників.

Аналіз рівня оплати праці працівників підприємств торгівлі показав, що середня місячна зарплата на підприємствах оптової та роздрібної торгівлі в Україні є вищою порівняно з іншими аналізованими показниками (табл. 1).

Відповідно до аналізованих показників (табл. 1), оплата праці на підприємствах торгівлі вища від середньомісячної заробітної плати в Україні у травні 2020 р. на 33,03%; по Рівненській області – на 50,74%. Порівняно з рівнем мінімальної заробітної плати показник вищий майже у три рази. Поряд із цим динаміка величин середньої заробітної плати в Україні та галузі впродовж перших п'яти місяців 2020 р. має негативну тенденцію змін. Так, зменшення показника у травні порівняно із січнем аналізованого року становила -1,72% та -7,79%.

Хоча на підприємстві діє система преміювання (табл. 2), а структура нематеріального заохочення містить різні форми зацікавленості (навчання та розвиток персоналу, можливості кар'єрного росту, належні умови праці, пільги для співробітників, мотиваційні програми та заходи (найкращий працівник магазину, лідери, дитячі екскурсії

в магазини, екскурсії на підприємства постачальників, битва професіоналів, Welcome Pack, ін.)), вона все ще є недостатньо дієвою для забезпечення високого рівня мотивації персоналу через те, що частина з них носить короткотерміновий мотиваційний ефект, а фактичний рівень середньої заробітної плати має суттєві коливання від найбільшого на інституційному та адміністративному рівнях управління (оклади переважно формуються у вигляді премій та бонусів) до найменшого на технічному рівні.

Суттєві відмінності розмірів оплати праці мають негативні прояви: чим нижчий рівень в ієрархічній структурі працівника підприємства торгівлі, тим менше у нього мотиву в досягненні успіху на підприємстві, тим більше він є потенційним претендентом на звільнення та джерелом плинності кадрів.

Відповідно до того, наскільки працівника влаштовує матеріальна винагорода, яку він отримує від своєї праці, буде залежати його бажання до визнання та схвалення результатів його роботи. Як показують результати досліджень, близько третини всього персоналу мережевого ритейлу повністю задоволені своєю заробітною платою та умовами праці, а переважна більшість – лише частково або незадоволені (підстава – невідповідність розмірів доходів компанії та незначне винагородження за їхню важку працю). Поясненням вибору даного виду заробітку є відсутність інших пропозицій [14; 15].

Зважаючи на зазначене, важливим аспектом сприятливої кадрової політики торговельних підприємств виступає мотиваційна стратегія як складник процесу вдосконалення управління персоналом (людськими ресурсами), що включає такі складники як залучення, відбір, підготовка, навчання й просування персоналу, соціальне забезпечення, відносини між працівниками. В основу визначеної стратегії закладено складники як позитивної (матеріальної та нематеріальної), так і негативної мотивації. Вагомість справедливої системи мотивації персоналу визначає її пріоритетність та місце в корпоративній стратегії компанії як важливого базису, що виступає

Таблиця 1

Окремі статичні показники по оплаті праці у 2020 р.

№ з/п	Найменування показника	2020 рік				
		січень	лютий	березень	квітень	травень
1	Мінімальна заробітна плата в Україні, грн	4723	4723	4723	4723	4723
2	Середня заробітна плата в Україні, грн	10727	10727	11446	10430	10542
3	Середня місячна зарплата у Рівненській області, грн	9179	9213	10194	8884	9304
4	Середня місячна зарплата на підприємствах оптової та роздрібної торгівлі в Україні	15211	15879	17094	14544	14025

Джерело: розроблено автором на основі [12; 13]

Таблиця 2

Система преміювання управлінців

Показник	Вара премії	Мета	Поріг премії	Періодичність виплати	Надання даних
Виконання оперативного бюджету роздрібного виторгу, %	20%	100%	менше 99% = 0% премії 99% - 99,99% = 50% премії 100% - 100,99% = 100% премії 101% - 101,99% = 110% премії 102% - 102,99% = 120% премії 103% - 103,99% = 130% премії 104% - 104,99% = 140% премії 105% і більше = 150% премії	щоквартально	відділ бізнес-аналізу
Виконання оперативного бюджету оптового виторгу, %	10%	100%	90% - 99,99% = 50% премії 100% - 109,99% = 100% премії 110% - 119,99% = 110% премії 120% і більше = 120% премії	щоквартально	відділ бізнес-аналізу
Дотримання % ФОП магазину, % від виторгу	15%	бюджет	бюджет	щоквартально	фінансовий департамент
Дотримання рівня операційних витрат у рамках узгодженого бюджету	15%	бюджет	бюджет якщо є заборгованість по документам в бухгалтерії, премія не виплачується	щоквартально	фінансовий департамент
Дотримання плану за списаннями, % від виторгу	10%	бюджет	бюджет	щоквартально	відділ бізнес-аналізу
Дотримання плану щодо нестач, % від виторгу	10%	бюджет	бюджет	1 раз у півроку	відділ бізнес-аналізу
Дотримання стандартів (ГЛМ, фокус-чек лист, ТП), % виконання	10%	85%	85% – 89,99% = премія 50%; 90% і більше = премія 100%	щокварталу	операційний департамент
Плинність кадрів, %	10%	бюджет	100% - 101,25% = 50% премії; менше 100% = 100% премії	щокварталу	департамент персоналу

гарантом її ефективного функціонування та розвитку (рис. 1).

Структура мотиваційної стратегії, що подана на рис. 1, передбачає взаємодію мотивів як інструменту внутрішніх спонукальних сил працівника та стимулів, що визначають їх формування. Їх поєднання сприяє оптимальному забезпеченню запитів та потреб працівника як генератора його трудової активності, заохоченню його ініціативи до пошуку шляхів підвищення продуктивності праці та саморозвитку, а з іншого боку, надає можливості керівникові сприяти ефективному управлінню.

Висновки з проведеного дослідження.

Умови сучасного ринкового функціонування сьогодні ускладнилися новим непередбачуваним чинником, який вніс карколомні зміни не лише у функціонування бізнесу, а й у життя кожної країни та й цілого світу. Дію його наслідків відчув також і ринок торгівлі. Для одних його вплив став фатальним «ви роком», для інших, серед яких і торговельні мережеві підприємства, його наслідки неоднозначні. З одного боку, відбулося переосмислення технологічного процесу (посилення гігієни робочих

місць, торговельної зони та місць зберігання, зміна режиму роботи тощо), а з іншого – зросли показники дохідності внаслідок збільшення клієнтської бази через закриття ринків та панічних настроїв суспільства в потребі закупів «про запас».

Вплив даного чинника на ринок роботодавця відіграв виключно негативну роль, змусивши працівників ритейл-компаній міцно триматися за свої робочі місця та задовольнятися тим, що є, щоб не поповнити багаточисленні лави безробітних в Україні [14]. Незважаючи на ситуацію, що виникла сьогодні, політика мережевих компаній стосовно персоналу повинна бути побудована на ефективній кадровій політиці (справедливій системі мотивації), щоб після виходу з вимушеного карантину в персоналу підприємства не виникло бажання помсти та звільнення.

Сьогодні більшість мережевих підприємств має чітко визначену систему преміювання персоналу. Поряд із цим, як показують дослідження, переважна більшість працівників усе ж незадоволені своєю заробітною платнею, вважаючи її несправедливою винагородою за ті зусилля, які

Корпоративна стратегія – підвищення довгострокової вартості мережевого бізнесу компанії

Ділова (функціональна стратегія)

2.1. Стратегія зростання

Розширення можливостей отримання прибутків компанії

Збільшення ринкового сегменту

Розширення клієнтської бази шляхом збільшення власної цінності для них: удосконалення характеристик продукції/послуг, комунікативної політики, підвищення іміджу компанії, ін.

2.2. Стратегія продуктивності

Більш ефективне використання активів

Удосконалення структури витрат

Підвищення рівня прибутковості шляхом удосконалення бізнес-процесів:

виробничих (спеціалізація – доставка, збереження, викладення, збут, сервіс, розподіл, ризики тощо)

сервісних (якість та культура обслуговування, цінова, товарна, збутова політики, дизайн магазину, види розрахунку тощо)

інноваційних (розширення власного виробництва, сфери послуг, менеджменту, кадрового розвитку тощо)

господарських (оцінка позицій, перманентне здійснення факторного аналізу, працевлаштування, безпека та охорона здоров'я, корегування бізнес-стратегії, відповідність внутрішньої структури зовнішнім вимогам, ін.)

2.3 Функціональна (внутрішня) мотиваційна стратегія

Позитивна мотивація

Матеріальне стимулювання

Грошове (оплата праці, надбавки, доплати, премії, комісійні винагороди, участі у прибутках)

Негрошове (медицинське обслуговування, страхування, харчування, транспортні витрати, пільги, путівки для дорослих та дітей, покращення організації та умов праці, створення умов відпочинку, додаткова відпустка, навчання за рахунок підприємства, похвала, відвідування конференцій тощо)

Нематеріальне стимулювання

Творче: стажування, підвищення кваліфікації, можливість самореалізації та самовдосконалення, екскурсії для дітей працівників

Соціально-психологічне: престиж, повага колег, суспільне визнання

Політичне: дія корпоративного духу, авторитету лідерів тощо

Адміністративне: дисциплінарна відповідальність працівника за виконання трудових обов'язків та правил трудової діяльності

Інформаційне: доступність до необхідної інформації

Негативна мотивація

Депреміювання

Зменшення відсотка та надбавок

Зняття стимулюючих заходів

Зменшення відсотка доплат

Рис. 1. Структура та місце мотиваційної стратегії в загальній корпоративній стратегії компанії

Джерело: розроблено автором на основі [16]

вони докладають, забезпечуючи компанії надвисокі прибутки. Зважаючи на це, визначена мотиваційна стратегія, в основу якої закладено як позитивну (матеріальну та нематеріальну), так і негативну мотивації (рис. 1), повинна виступати базою ефективного управління організацією,

гарантуючи працівникам широку та справедливую систему стимулів, а компанії – результат довгострокової та ефективної роботи на ринку товарів та послуг.

Дотримання організацією зобов'язань щодо виконання як матеріальних, так і нематеріальних

методів стимулювання праці персоналу сприяє підвищенню впевненості працівника у своїй роботі, полегшенню процесу його самонавчання і само-реалізації, збереженню дружніх взаємовідносин у колективі. Саме тому розроблена мотиваційна стратегія та її вагомість визначають ключову роль та місце в корпоративній стратегії компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аналітика Nielsen: як змінилися продажі різних груп товарів у період карантину в Україні. URL : <http://www.ua-retail.com> (дата звернення: 17.04.2020).
2. Bentham J. The Collected works of Jeremy Bentham : the Correspondence / edited by Timothy L.S. Sprigge, London : The Athlone Press, 1968. 424 p.
3. Тейлор Ф. Научная организация труда. Москва : Транспечать, 1925. 276 с.
4. Mayo E. The Human Problems of an Industrial Civilization. Boston : Graduate School Administration, Harvard University, 1946. 318 p.
5. Likert R. The Human Organization. New York : Mc Graw-Hill, 1967. 258 p.
6. Maslow A. A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. 1943. Vol. 50. № 4. P. 370–396.
7. McGregor D. The Human Side of Enterprise, New York : McGraw-Hill, 1960. 256 p.
8. Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы / сокр. пер. с англ. Москва : Экономика, 1984. 184 с.
9. Хэкман Дж.Р., Олдхем Г.Р. Теория характеристик работы / по Н.В. Прусовой «Психология труда». Москва : Эксмо, 2008. 160 с.
10. Adams J.S. Inequity in social exchange. *Advances in experimental social psychology*. 1965. Vol. 2. P. 267–299. DOI : 10.1016/S0065-2601(08)60108-2.
11. Офіційний вебресурс Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 09.07.2020).
12. Офіційний вебресурс Міністерства фінансів України. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average> (дата звернення: 09.07.2020).
13. Офіційний вебресурс Головного управління статистики у м. Києві. URL : <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=1139&lang=1> (дата звернення: 09.07.2020).
14. Кадровий переворот: як українські ритейлери змінюють HR-політику через карантин і кризу. URL : <http://www.ua-retail.com> (дата звернення: 02.04.2020).
15. Бєлова О.І. Мотиваційний механізм стратегічного управління підприємством : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2016. 291 с.
16. Климчук А.О., Михайлов А.М. Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 218–234. URL : <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua> (дата звернення: 23.04.2020).

REFERENCES:

1. Analitika Nielsen: yak zminylysia prodazhi riznykh hrup tovariv u period karantynu v Ukraini. URL : <http://www.ua-retail.com> (accessed: 17.04.2020)
2. Bentam Dzh. (1968). Zibrannya tvoriv Dzhheremi Bentama: lystuvannya [The Collected works of Jeremy Bentham : the Correspondence]. London: The Athlone Press, 424 p.
3. Teylor F. (1925). Nauchnaya organizatsiya truda [Scientific organization of labor. Moscow]. Moskva : NKPS Transpechat', 276 p.
4. Mayo E. (1946). Problemy lyudyny z promyslovyoy tsyvilizatsiyeyu [The Human Problems of an Industrial Civilization]. Boston: Administratsiya vyshchoyi shkoly, Harvards'kyy universytet, 318 p.
5. Likert R. (1967). Orhanizatsiya lyudyny [The Human Organization] N'yu-York: Mc Graw-Hill, 258 p.
6. Maslou A. (1943). Teoriya motyvatsiyi lyudyny. Psykholohichnyy ohlyad [Theory of Human Motivation. Psychological Review], vol. 50, no 4, pp. 370-396.
7. McGregor D. (1960). The Human Side of Enterprise [The Human Side of Enterprise]. New York: McGraw-Hill, 256 p.
8. Ouchi U. (1984). Metody organizatsii proizvodstva : yaponskiy i amerikanskiy podkhody [Production Organization Methods: Japanese and American Approaches]. Moskva : Ekonomika, 184 p.
9. Khekman Dzh.R., Oldkhem G.R. (2008). Teoriya kharakteristik raboty [Inequity in social exchange]. Moskva : Eksmo, 160 p.
10. Adams ZH.S. (1965). Nerivnist' sotsial'noho obminu [Inequity in social exchange]. Uspikhy eksperymental'noyi sotsial'noyi psykholohiyi, vol. 2. pp. 267-299. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60108-2.
11. Ofitsiynnyy veb-resurs Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (data zvernennya: 09.07.2020)
12. Ofitsiynnyy veb-resurs Ministerstva finansiv Ukrainy. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average> (accessed: 09.07.2020)
13. Ofitsiynnyy veb-resurs Holovnoho upravlinnya statystyky u m. Kyievi. URL: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=1139&lang=1> (accessed: 09.07.2020)
14. Kadrovyy perevorot: yak ukraïns'ki riteylery zminyuyut' HR-polityku cherez karantyn i kryzu. URL: <http://www.ua-retail.com> (accessed: 02.04.2020)
15. Byelova O.I. (2016). Motyvatsiynnyy mekhanizm stratehichnoho upravlinnya pidpryyemstvom [Motivational mechanism of strategic management of the enterprise] : dys. ... kand. ekon. nauk. 08.00.04. Kyiv, 291 p.
16. Klymchuk A. O., Mykhaylov A. M. (2018). Motyvatsiya ta stymulyuvannya personalu v efektyvnomu upravlinni pidpryyemstvom ta pidvyshchenni innovatsiynoyi diyal'nosti [Motivation and stimulation of personnel in effective enterprise management and increase of innovative activity]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, vol. 1, pp. 218-234. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua> (accessed: 23.04.2020)

МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В НАРОЩУВАННІ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

POSSIBILITIES OF INNOVATIVE INFRASTRUCTURE IN BUILDING THE POTENTIAL OF SMALL ENTERPRISES DEVELOPMENT

УДК 338.242

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-25>**Соколюк Г.О.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту,
адміністрування та готельно-ресторанної справи
Хмельницький національний
університет

Стадник В.В.

д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту,
адміністрування та готельно-ресторанної справи
Хмельницький національний
університет

Skoliuk Galyna

Khmelnytskyi National University

Stadnyk Valentyna

Khmelnytskyi National University

У статті актуалізовано проблеми розвитку малого підприємництва в Україні. Акцентовано увагу на необхідності збільшення інноваційно активних малих підприємств, що необхідно для підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Аргументовано, що серед поширених конкурентних стратегій, які ґрунтуються на інноваціях, для нарощування ринкового потенціалу малих підприємств найбільш прийнятною є стратегія, що передбачає створення нових ринкових ніш. Зазначено, що позитивну роль у цьому має відігравати інформаційно-аналітична підтримка бізнесу, яка може здійснюватися в межах регіональної інноваційної інфраструктури. Виділено можливості поліпшення інформаційного забезпечення малого бізнесу в межах бізнес-інкубаторів і центрів трансферу технологій. Охарактеризовано можливості цифрових маркетингових технологій у забезпеченні індивідуалізації виробництва суспільних благ малими підприємствами.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ринковий потенціал підприємства, інформаційна асиметрія, бізнес-інкубатор, цифрові технології.

В статье актуализированы проблемы развития малого предпринимательства

в Украине. Акцентируется внимание на необходимости увеличения инновационно активных малых предприятий, что необходимо для повышения конкурентоспособности национальной экономики. Аргументировано, что среди распространенных конкурентных стратегий, основанных на инновациях, для наращивания рыночного потенциала малых предприятий наиболее приемлемой является стратегия, предполагающая создание новых рыночных ниш. Указано, что положительную роль в этом должна играть информационно-аналитическая поддержка бизнеса, которая может осуществляться в рамках региональной инновационной инфраструктуры. Выделены возможности улучшения информационного обеспечения малого бизнеса в рамках бизнес-инкубаторов и центров трансфера технологий. Охарактеризованы возможности цифровых маркетинговых технологий в обеспечении индивидуализации производства общественных благ малыми предприятиями.

Ключевые слова: конкурентоспособность, рыночный потенциал предприятия, информационная асимметрия, бизнес-инкубатор, цифровые технологии.

The article actualizes the problems of small business development in Ukraine. For this purpose, the structural and dynamic analysis of the domestic enterprises activities in terms of their size has been done and the industrial enterprises activities among them have been highlighted. According to the results of the study small and medium-sized businesses parts in total sales of industrial products increase have been established, at the same time, their lower efficiency has been noted. It has been emphasized on the need to increase innovative and active small enterprises, what is necessary for the national economy competitiveness increase. It has been argued that among the common competitive strategies based on innovations, the strategy of providing new market niches is the most acceptable for increasing the market potential of small enterprises. It allows individualizing production and bringing it closer to the consumer. It has been noted that institutions of collective action that support business through the regional innovation infrastructure development can play a positive role in this. It has been emphasized that in the information society, which is characterized by high dynamics of consumer needs, the main element of the innovation infrastructure should be collective use organizations specializing in information and consulting services. Possibilities of improving information support of small business within business incubators and technology transfer centers have been highlighted. It has been noted that the appropriate level of information support for the analysis of market conditions will optimize the use of resources and maximize the resulting innovation of a small business. It has been emphasized that use of innovation infrastructure services allows small business to choose right direction for creating product innovations, and the appropriate level of market conditions information support analysis optimizes the use of resources and maximizes the resulting innovation of a small business, starting from the stage of generating new ideas in the context of ways to meet hidden needs, then substantiating their market prospects, developing the technological process of their implementation in goods and ending with the choice of market entry technologies. Possibilities of digital marketing technologies in providing public goods production individualization by small enterprises have been characterized.

Key words: competitiveness, enterprise market potential, information asymmetry, business incubator, digital technologies.

Постановка проблеми. Посилення конкуренції на більшості сегментів ринку внаслідок перенасичення останнього товарами й послугами загострило та актуалізувало для вітчизняних суб'єктів господарювання проблему пошуку шляхів формування конкурентних переваг, які б забезпечували підвищення ефективності господарювання. Особливо гостро ця проблема стоїть перед малими підприємствами з обмеженими ресурсними можливостями, адже вони не можуть вдатись у довготривалому періоді до стратегії так званого цінового лідерства, оскільки працюють на невеликих сегментах ринку, місткість яких обмежує зростання обсягів реалізації продукції.

Отже, для вітчизняного малого бізнесу, який здебільшого не здатен опиратися експансії дешевих товарів виробництва транснаціональних компаній, які витісняють українських виробників навіть із внутрішніх ринків, більш перспективним є пошук інших способів формування конкурентних переваг. Очевидно, що це є можливим лише за зростання інноваційної активності підприємств, результатом якої є створення та оперативне виведення на ринок нових продуктів, що мають споживчу цінність для конкретного (індивідуалізованого) споживача. Такий спосіб роботи з ринком уже навіть дістав назву «крафтова революція», коли великомасштабне віддалене виробництво

подрібнюється та наближається до кінцевого споживача, що забезпечує відповідність споживчих характеристик товару індивідуальному сприйняттю їх цінності [1]. Актуальність таких трансформацій глобального бізнесу, який нині опинився у надзвичайно скрутних умовах через порушення структури логістичних ланцюжків, які спирались на великомасштабне й дешеве китайське виробництво, відкриває нові можливості для вітчизняних малих підприємств, що можуть стати більш вигідними учасниками таких ланцюжків для кінцевого виробника. Однак більш вигідно для малого бізнесу самому стати ініціатором такого «крафту», сформувавши для себе відповідну ринкову нішу й закріпивши в ній свої позиції. Проблема полягає лише в тому, щоби знайти таку нішу. Такі функції у сучасній економіці мають брати на себе інститути колективної дії, що входять до складу інноваційної інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми ефективного функціонування й розвитку малих підприємницьких структур в умовах глобалізації та зростання відкритості національних ринків досліджуються вітчизняними науковцями під різними кутами зору. Зокрема, О. Амоша, В. Вишневський, В. Гесць, Л. Збаразська, А. Мазаракі [2; 3] основну увагу приділяють обґрунтуванню засобів і методів макроекономічного регулювання, співвідносячи їх з вітчизняними реаліями. Проте багато науковців виділяють як один із найважливіших чинників такого розвитку формування інноваційної інфраструктури. Так, М. Єрмошенко, І. Брітченко, А. Князевич, К. Сіренко виділяють ключову роль такої інфраструктури у формуванні ринку інновацій [4–6]. Деякі аспекти формування інноваційної інфраструктури розглядалися нами в попередніх дослідженнях [7; 8]. Проте важливо бачити можливості інноваційної інфраструктури позитивно впливати на розвиток підприємств малого бізнесу в сучасних умовах господарювання, які характеризуються високою динамікою змін прихильності споживачів до певних стандартів споживання. Без цього складно напрацювати обґрунтовані управлінські рішення для забезпечення ефективних результатів структурної перебудови національної економіки для підвищення її конкурентоспроможності. Це робить актуальними відповідні дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасної практики порівняльного аналізу результатів ведення бізнесу у підприємницькому секторі економіки України за типорозмірами підприємств, оцінювання можливостей інноваційної інфраструктури в нарощуванні потенціалу розвитку малих підприємств для підвищення їх конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. За постійного зростання рівня глобалізації кожна

країна, орієнтуючись на свої ресурсні можливості та обмеження, знаходила для себе певний інструментарій регулювання розвитку підприємництва як у розрізі організаційно-правових форм організації бізнесу, так і за видами економічної діяльності. Водночас важливо бачити спільність цілей у формуванні такого регулятивного механізму, тобто їх спрямованість на те, щоби використання інструментів і важелів державної економічної політики давало змогу підвищувати здатність національних економік конкурувати на світових ринках [8].

Незважаючи на різноманітність таких інструментів, у їх сукупності значне місце відводиться тим, що спрямовані на активізацію підприємницької діяльності, особливо у сферах, де великі промислові корпорації не бачать можливості розгорнути масове виробництво, конкуруючи із собі подібними. Очевидно, що для збереження сталого розвитку економіки України в умовах розгортання світової економічної кризи важливо не допустити подальшого деградування тих сфер економічної діяльності, які потенційно здатні до нарощування виробничо-економічного потенціалу країни. Це стосується, зокрема, малих промислових підприємств, специфіка діяльності яких дає змогу забезпечувати задоволення багатьох споживчих потреб і створювати додану вартість у значно більших обсягах, ніж великі підприємства, які часто функціонують як сировинні добавки міжнародних корпорацій.

Для оцінювання внеску малого й середнього бізнесу у загальні результати економічної діяльності підприємств України побудовано табл. 1.

З наведених у табл. 1 даних досить чітко видно, що в економіці України впродовж періоду дослідження сформувалась певна тенденція, яка проявляється у зменшенні результативності діяльності великих промислових підприємств (якщо під результативністю розуміти обсяги реалізації продукції і послуг). Структурне співвідношення результатів діяльності промислових підприємств малого, середнього й великого бізнесу у загальних результатах їх діяльності у 2014–2018 рр. змінилось на користь середнього й малого бізнесу. Так, частка продукції середніх підприємств зросла до 37,9% проти 34,4% у 2014 р., а малих – до 7%, проти 5,3% у 2014 р., а частка промислової продукції великих підприємств зменшилась за цей період із 60,3% до 55,1%. При цьому кількісна структура підприємств усіх видів економічної діяльності зазначених типорозмірів також змінилась у бік деякого зростання питомої ваги малих підприємств. У промисловому секторі це зростання було відчутнішим і проявилось також у співвідношенні отриманих результатів.

Структурне співвідношення обсягів реалізації промислової продукції змінилось переважно на користь середніх підприємств, водночас на

**Структурно-динамічні показники діяльності
українських промислових підприємств різних типорозмірів**

Показники	Значення показників за роками*					Зміни, 2018/2014 рр.
	2014	2015	2016	2017	2018	
Загальна кількість підприємств, що здійснюють економічну діяльність						
Всього, тис. од.	341,0	343,4	306,4	338,3	356,0	15,0
зокрема, великі	0,497	0,423	0,383	0,399	0,446	-0,051
середні	15,906	15,203	14,832	14,937	16,057	0,151
Малі	324,598	327,814	291,15	322,92	339,37	14,772
Частка підприємств, що здійснюють економічну діяльність, % від загалу						
Великі	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0
Середні	4,7	4,4	4,9	4,4	4,5	-0,2
Малі	95,2	95,5	95,0	95,5	95,4	0,2
Загальна кількість діючих промислових підприємств						
Всього, тис. од.	42,2	42,6	39,1	42,0	44,4	2,2
зокрема, великі	0,289	0,233	0,208	0,215	0,237	-0,052
середні	4,791	4,691	4,652	4,745	4,866	0,075
Малі	37,107	37,640	33,695	37,066	39,322	2,215
Частка діючих промислових підприємств, % від загальної кількості						
Великі	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	-0,2
Середні	11,3	11,0	12,1	11,3	11,0	-0,3
Малі	88,0	88,4	87,4	88,2	88,5	0,5
Загальний обсяг реалізованої продукції підприємствами						
Всього, млрд. грн.	4 170,7	5 159,1	6 237,5	7 707,9	9 206,1	5 035,4
зокрема, великими	1 742,5	2 053,2	2 391,4	2 929,5	3 515,8	1 773,3
середніми	1 723,1	2 168,8	2 668,7	3 296,4	3 924,1	2 201
малими	705,0	937,1	1 177,4	1 482,0	1 766,2	1 061,2
Частка продукції, реалізованої підприємствами за їх типорозмірами, %						
Великими	41,8	39,8	38,3	38,0	38,2	-3,6
Середніми	41,3	42,0	42,8	42,8	42,6	1,3
Малими	16,9	18,2	18,9	19,2	19,2	2,3
Загальний обсяг реалізованої промислової продукції						
Всього, млрд. грн.	1 546,6	1 887,5	2 343,0	2 862,3	3 302,5	1 755,9
зокрема, великими	932,9	1 078,2	1 232,2	1 537,3	1 790,4	857,5
середніми	531,5	691,1	921,1	1 092,1	1 230,3	698,8
малими	82,16	118,1	152,4	188,4	227,6	145,44
Частка промислової продукції, реалізованої підприємствами за їх типорозмірами, %						
Великими	60,3	57,1	53,4	54,6	55,1	-5,2
Середніми	34,4	36,6	40,0	38,7	37,9	3,5
Малими	5,3	6,3	6,6	6,7	7,0	1,7
Частка реалізованої промислової продукції у загальних обсягах реалізації продукції підприємствами різних видів економічної діяльності, %						
Всього	37,1	36,6	37,6	37,1	35,9	-1,21
зокрема, великими	53,5	52,5	51,5	52,5	50,9	-2,61
середніми	30,8	31,9	33,4	34,4	35,4	4,55
малими	11,7	12,6	12,0	13,0	14,0	2,35

* без урахування тимчасово окупованих територій АР Крим, Севастополя і частини Донецької та Луганської областей

Джерело: сформовано за джерелом [9, с. 153–157, 231]

великих підприємствах динаміка обсягів реалізованої продукції була негативною. Так, у 2014 р. на великих підприємствах було реалізовано 53,5% від загального обсягу реалізації продукції (робіт, послуг), а у 2016 р. – лише 50,9%. Навпаки, на середніх підприємствах ця частка зросла з 30,8% у 2014 р. до 35,4% у 2018 р. На малих підприємствах

простежується така ж тенденція: у 2014–2018 рр. частка реалізації промислової продукції збільшилась на 2,35%, а саме з 11,7% до 14,0%.

Такі тенденції можна пояснити, якщо для порівняння за цей же період проаналізувати динаміку структурного співвідношення підприємств різних типорозмірів. Як видно з наведених у табл. 1 даних,

найвідчутніші зміни торкнулися великих підприємств, адже їх загальна кількість знизилась із 497 у 2014 р. до 383 у 2016 р. Проте в наступні роки їх кількість почала зростати, і у 2018 р. економічну діяльність здійснювали вже 447 великих підприємств. Це дещо менше, ніж у 2014 р., але позитивні тенденції з'явилися. Аналогічна тенденція простежується також у промисловому секторі національної економіки, адже у 2018 р. великих промислових підприємств стало на 52 одиниці менше, ніж у 2014 р., хоча в найгіршому 2016 р. ця різниця складала 81 підприємство. У малому й середньому бізнесі за п'ять років кількість промислових підприємств досить істотно зросла, хоча також до 2016 р. спостерігалось зниження їх кількості: понад 3,4 тис. малих промислових підприємств припинили свою діяльність у цьому році. У наступні роки їх кількість почала зростати, а у 2018 р. вона навіть перевищила кількість тих, що функціонували у 2014 р., на 2,2 тис. одиниць. Середніх промислових підприємств у 2018 р. функціонувало на 75 одиниць більше, ніж у 2014 р.

Отже, наведені дані свідчать про зростання внеску малого й середнього бізнесу у загальні результати діяльності промислових підприємств, що закономірно, адже, як показує світовий досвід, малий та середній бізнес у будь-якій країні робить досить суттєвий внесок у розвиток виробництва суспільних благ (зокрема, в країнах ЄС він становить більшість суб'єктів господарювання, створює 67% робочих місць і забезпечує до 40–80% ВВП) [10]. Водночас в Україні, незважаючи на абсолютне переважання частки малого бізнесу у загальній кількості підприємств, їх фінансові результати складають лише 20,8% від загальних фінансових результатів усіх діючих підприємств [9, с. 156]. Це свідчить про значно нижчу ефективність господарювання підприємств малого бізнесу, ніж великих підприємств.

Очевидно, що одним із класичних чинників вищої ефективності великих підприємств є більші масштаби їх діяльності, що дає економію на масштабах, а також змогу вибирати для себе кращі конкурентні стратегії. Для підприємств малих і середніх досягти вищої ефективності бізнесу можна лише тоді, коли вони не просто копіюватимуть наявний бізнес, а вибиратимуть для себе інноваційний сценарій розвитку. Тоді конкретну допомогу малому бізнесу у визначенні такої ніші можуть надавати ті організації, які здатні виявляти «інформаційну асиметрію» у ринковому середовищі, аналізувати її детермінанти, на основі чого можна виявляти приховані запити споживачів, розпізнавати їх стійкість та оцінювати потенційну емність нової ринкової ніші, отже, визначати ринковий потенціал майбутньої новинки, яка може бути розроблена й представлена ринку силами малого підприємства.

Інноваційна інфраструктура має сприяти дифузії інновацій у всі сфери економіки, забезпечуючи організаційну, правову та економічну підтримку інноваційної діяльності на різних рівнях і в різних формах. Для цього вона має охоплювати сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надаватимуть послуги із забезпечення інноваційної діяльності (консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо), тобто виконувати ті функції, які малий бізнес зазвичай не здатен виконувати кваліфіковано.

Створення деяких об'єктів інфраструктури (організацій) може відбуватися за принципом самоорганізації, якщо потреба у зазначених функціях є досить гострою, а для її задоволення учасники ринку несуть значні витрати. Тут йдеться про виконання функцій, пов'язаних із придбанням інноваційних продуктів (зокрема, технологій), які можуть бути використані суб'єктами підприємництва для отримання конкурентних переваг, однак існує невизначеність щодо ефективності альтернативних варіантів, і ця невизначеність не може бути усунена підприємцем самостійно, або трансакційні витрати, які він через це понесе, є надміру високими. Отже, в цьому контексті об'єкти інфраструктури інноваційної діяльності будуть затребувані підприємницькою спільнотою, якщо вони суттєво зменшуватимуть трансакційні витрати підприємств, що особливо важливо для малого бізнесу.

Як зазначав К. Ерроу, досліджуючи об'єкти ринкової інфраструктури, їх суспільна пропозиція, може бути оцінена через витрати на їх створення й функціонування [11, с. 67]. Ці витрати можуть бути визначені як витрати колективної дії. Отже, згідно із законом попиту і пропозиції, на ринку протиставляються організації (структури), що є носіями трансакційних витрат і носіями витрат колективної дії. За умови, коли витрати на утримання структур колективної дії для кожного їх учасника будуть меншими, ніж трансакційні витрати цих же учасників за відсутності таких організацій, суб'єкти ринку зацікавлені у їх функціонуванні та можуть ініціювати їх створення (самоорганізація задля зменшення рівня трансакційних витрат).

Вважаємо за необхідне ще раз підкреслити, що в умовах інформаційного суспільства, яке характеризується високою динамікою розвитку споживчих потреб, основним елементом інноваційної інфраструктури мають бути організації колективного використання, що спеціалізуються на інформаційно-консультативних послугах. Як показала вітчизняна практика, преференції в оподаткуванні, покликані стимулювати інноваційну діяльність, не дають належного результату через відсутність чітко прописаних регулятивних норм, які окреслюють поле дії преференцій. Через це вони набули деформованого поширення у галузях, що

не можуть бути віднесені до наукоємних і пріоритетних для України, тому більшу суспільну користь можуть мати саме заходи з формування інноваційної інфраструктури, функціональні завдання якої полягатимуть у зменшенні ризику інноваційної діяльності малих підприємницьких структур та оптимізації використання ресурсного потенціалу регіонів за рахунок розроблення відповідних програм.

Це сприятиме зростанню ринкового потенціалу продуктивних інновацій і може забезпечувати нарощування потенціалу розвитку малого підприємства. Згідно з Ж.-Ж. Ламбеном, це може здійснюватися за рахунок розширення кола споживачів завдяки інтенсифікації маркетингових зусиль, наповнення продукту новими функціями, а також технологічного вдосконалення процесу виробництва [12, с. 279]. Виділені ним напрями складають основу більшості конкурентних стратегій сучасних підприємств, тому багато науковців рекомендують саме в контексті цих напрямів алгоритмізувати інноваційний пошук підприємства, вибираючи найбільш економічно привабливий для підприємства спосіб роботи з ринком.

Ринковий потенціал (потенціал розвитку ринку) будь-якого підприємства змінюється в часі під впливом багатьох чинників, зокрема змін споживчих звичок, уподобань та пріоритетів, культурних цінностей, доходів, технологій, рівня цін, змін у законодавстві. Перелічені чинники обумовлюють зміни в етапах життєвого циклу товарів, внаслідок чого змінюється величина ринкового потенціалу. Нинішня криза внесла свої корективи в обсяги та способи споживання багатьох товарів і послуг, тому питання збереження ринкового потенціалу підприємств є одним із першочергових завдань менеджменту, а його вирішення потребує осучаснення маркетингових інструментів і технологій передусім у роботі зі споживачами

В умовах зростаючої інформатизації суспільства Інтернет та інші цифрові канали стають поштовхом до розвитку технологій взаємодії зі споживачами завдяки використанню засобів цифрового маркетингу, який змінює форми й методи маркетингової діяльності, значно розширює можливості маркетингу впливати на поведінку споживачів (рис. 1).

Цифрові технології за умови їх релевантного використання дають змогу індивідуалізувати структуру споживчої цінності продуктів та послуг для багатьох видів бізнесу не тільки у сфері послуг. Вони можуть використовуватися для сегментування покупців продукції і для оцінювання місткості різних сегментів ринку в межах стратегії розвитку продуктів і ринків. Це даватиме змогу виявляти приховані потреби споживачів і відкривати нові ринкові ніші, що може стати вирішальним аргументом для визначення напрямів розвитку бізнесу для малого підприємства.

Звичайно, для малого бізнесу зазначені напрями формування конкурентних переваг засобами маркетингового таргетування є досить складними в реалізації, адже потребують значних коштів для залучення високо специфічних ресурсів. Зазвичай це під силу лише великим бізнес-структурам, і тільки в тому разі, якщо такими ресурсами (компетенціями) уже володіють засновники малого підприємства (це можуть бути їх власні компетенції, а саме дослідників ринку, конструкторів-винахідників чи інженерів-технологів), таке підприємство зможе набути відповідних конкурентних переваг. До того ж ресурсна обмеженість малого бізнесу робить його особливо вразливим до ризик-факторів.

На жаль, як показує практика, реалізація інноваційних проєктів малими бізнес-структурами в Україні не має шансів отримати фінансову підтримку з боку держави, а власних коштів зазвичай



Рис. 1. Цифрові технології маркетингу у роботі з перспективними цільовими аудиторіями

Джерело: побудовано з використанням джерела [13]

не вистачає. Кредитні ресурси є занадто дорогими, тому малому бізнесу надзвичайно важливо зменшити інноваційний ризик. Зазвичай це потребує всебічної експертизи проєкту, яка може тривати досить довго й вимагати значних витрат, на що у малого бізнесу немає ні часу, ні коштів. З огляду на все це, небагато підприємців вибирають для себе інноваційну модель розвитку.

Вихід із такої ситуації є можливим за умов створення відповідних організацій колективної дії, зокрема бізнес-інкубаторів, регіональних інноваційних центрів, центрів трансферу технологій, які можуть надавати малим фірмам кваліфіковану допомогу щодо оптимального стратегічного вибору з огляду на їх ресурсні можливості та ресурсний потенціал регіону. Створення цих чи подібних структур колективної дії також забезпечить централізацію інших функціональних служб (маркетингової, юридичної), необхідних для кваліфікованого опрацювання ділової інформації, прийняття обґрунтованих управлінських рішень та супроводження їх реалізації задля зменшення інноваційних ризиків. Зокрема, кваліфікована юридична допомога сприятиме зменшенню трансакційних витрат у формі неплатежів через невиконання контрактів чи підвищені витрати на страхування й гарантії. Діяльність патентної служби може забезпечити захист права власності на інноваційний продукт (реєстрація та використання товарних знаків, марок, патентування винаходів, придбання та продаж ліцензій тощо).

Викладене вище дає підстави дійти висновку, що створення й функціонування таких структур колективної дії, як бізнес-інкубатори, технопарки, регіональні науково-технологічні центри (РНТЦ), доцільно з точки зору зменшення трансакційних, отже, сукупних витрат підприємств регіону, особливо малих та середніх. Водночас цілеспрямована й продуктивна діяльність таких організацій створить умови для підвищення рівня інноваційності підприємницької діяльності в регіоні.

Природно, що органи місцевої влади мають бути зацікавлені в тому, щоби діяльність бізнес-інкубатора забезпечувала більшу динаміку розвитку регіону. Це вимагає від органів місцевої влади активної роз'яснювальної роботи для залучення до «інкубування» потенційних підприємців, які поки що через обмежені ресурси чи відсутність досвіду не наважуються розпочинати самостійний бізнес. Проте для цього важливо знайти переконливі аргументи, адже вітчизняна практика ведення бізнесу надзвичайно тяжіє до вибудовування тіньових схем здійснення виробничо-збутових операцій, причому навіть за спрощеної системи оподаткування, тому важливо, щоб отримувані вигоди були очевидними та відчутними для підприємців, щоб вони дійсно бачили переваги «інкубування»

навіть за втрати можливості приховування частини доходів.

Доцільно при цьому мати на увазі, що прискорення процесу становлення й розвитку підприємницьких структур відбуватиметься не тільки за рахунок набуття ними підприємницького досвіду, що проявлятиметься в прийнятті більш обґрунтованих та інноваційних рішень, зменшенні ризиків ринкової взаємодії, розробленні оптимальних бізнес-процесів і схем оподаткування з урахуванням специфіки бізнесу, але й через їх взаємовигідну співпрацю завдяки інтеграційним можливостям інноваційної інфраструктури. Це підвищуватиме рівень довіри між потенційними партнерами, формуватиме умови для реалізації спільних бізнес-проєктів, збільшуючи ресурсні можливості учасників і, відповідно, ефективність їх використання.

Висновки з проведеного дослідження. На основі порівняльного аналізу діяльності вітчизняних підприємств за їх типорозмірами встановлено зростання частки підприємств малого та середнього бізнесу у загальних обсягах реалізації промислової продукції, водночас відзначено нижчу ефективність їх господарської діяльності. Це стало підставою для висновку про необхідність збільшення інноваційно активних малих підприємств, що здатні реалізувати нішеву конкурентну стратегію. Зазначено, що для цього слід посилити інформаційно-консалтингову складову частину регіональної інноваційної інфраструктури. Використання послуг інноваційної інфраструктури дасть змогу малому підприємству вибрати правильний напрям інноваційного пошуку для створення продуктивних інновацій. Належний рівень інформаційного забезпечення аналізу кон'юнктури ринку дасть змогу оптимізувати використання ресурсів і максимізувати результат інноваційної діяльності малого підприємства: починаючи з етапу генерування нових ідей в контексті шляхів/способів задоволення прихованих потреб, отже, обґрунтування їх ринкових перспектив, розроблення технологічного процесу їх втілення у товари й завершуючи вибором способів і технологій просування на ринок і збуту. Важливо при цьому попередньо оцінити міру впливу вжиття заходів у кожному з виділених етапів діяльності на обсяги зростання ринкового потенціалу малого підприємства в координатах «економічна доцільність/можливість» і співвіднести з цим його сильні та слабкі сторони. Реалізація цих завдань з урахуванням галузевої специфіки підприємства визначена наступним етапом дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Паливода А. Крафтова революція. *Дзеркало тижня*. 2018. Вип. 34, 15 вересня. URL: http://zn.ua/macrolevel/kraftovaya-revoluciya-294579_.html (дата звернення: 02.05.2020).

2. Амоша А., Вишневыскі В., Збаразская Л. Неоіндустріалізацыя і новая прамысловая палітыка Украіны. *Эканоміка прамысловості*. 2012. № 1–2 (57–58). С. 3–36.

3. Пріоритеты нацыянальнага эканамічнага развітку ў кантэксты глабалізацыйных викликів : монографія : у 2 ч. / за ред. В. Гейця, А. Мазаракі. Київ : Київський нацыянальний торгово-эканамічны ўніверсітэт, 2008. Ч. 2. 273 с.

4. Організацыйна-эканамічны аспекты інновацыйнага оновлення нацыянальнага гасподарства : монографія / за заг. наук. ред. М. Ёрмошенка, С. Ёрохіна. Київ : Нацыянальна акадэмія ўправління, 2008. 216 с.

5. Брітченко І., Князевіч А. Складовы рынку інновацый. *Інвестицыйна-інновацыйны засады развітку нацыянальнай эканомікі ў рынковых умовах* : збірнік матэрыялаў Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі (24–25 квітня 2015 р.). Ужгород ; Мукачэво : Карпатская вежа, 2015. С. 21–24.

6. Сіренко К. Інновацыйна інфраструктура як галоўна рушійна сіла ў развітку інновацый. *Інфраструктура рынку*. 2019. Вип. 27. С. 68–73.

7. Стаднік В., Петрыцка О. Складовы та чыннікі фармування патэнцыялу развітку малогі прадпрыемства. *Актualityні праблемы эканомікі*. 2006. № 12. С. 124–129.

8. Стаднік В., Мукомела-Міхалець В. Підпріемніцкі структуры прамысловага сектара эканомікі Украіны: стан і перспектывы развітку ў умовах глабалізацыі. *Вісник Хмельницькага нацыянальнага ўніверсітэту. Эканамічныя навукі*. 2017. № 4. С. 93–99.

9. Audretsch D., van der Horst R., Kwaak T., Thurik R. Annual report on EU Small and Medium-Sized Enterprises. URL: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2008> (дата звернення: 04.06.2020).

10. Діяльність суб'єктів великага, середняга, малогі та мікропідпріемніцтва : статистичны збірнік 2018 р. / за ред. М. Кузнєцовай. Київ : Державна служба статыстыкі Украіны, 2019. 374 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 22.07.2020).

11. Arrow K. The Economic Implications of Learning-by-Doing. *Review of Economic Studies*. 1962. Vol. 29. P. 155–173.

12. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ., под. ред. В. Колчанова. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 800 с.

13. Окландер М., Окландер Т., Яшкіна О. та ін. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя : монографія. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.

policy of Ukraine]. *Ekonomika promyslovosti*, no 1–2 (57–58), pp. 3–36 (in Russian).

3. Priorytety natsionalnoho ekonomichnoho rozvytku v konteksti hlobalizatsiinykh vyklykiv: monohrafiia u 2 ch. (2008) [Priorities of national economic development in the context of globalization challenges: a monograph in 2 parts] / za red. V. Heitsia, A. Mazaraki. Kyiv Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t. Part 2. 273 p. (in Ukrainian).

4. Orhanizatsiino-ekonomichni aspekty innovatsiinoho onovlennia natsionalnoho hospodarstva: monohrafiia (2008) [Organizational and economic aspects of innovative renewal of the national economy: monograph] / ed. by Yermoshenko M.; Yerokhina A. Kyiv. Natsionalna akademiia upravlinnia. 216 p. (in Ukrainian).

5. Britchenko I., Kniazevych A. (2015) Skladovi rynku innovatsij [Components of the innovation market] *Investytsiino-innovatsiini zasady rozvytku natsionalnoi ekonomiky v rynkovykh umovakh*: zb. mater. Mizhnarod. nauk.-prakt. konf. (24–25 kvitnia 2015 r.). Uzhhorod ; Mukachevo : Karpatska vezha, pp. 21–24 (in Ukrainian).

6. Sirenko K. (2019) Innovatsiina infrastruktura yak holovna rushiina syla v rozvytku innovatsii [Innovation infrastructure as the main driving force in the development of innovation] *Infrastruktura rynku*. Vol. 27, pp. 68–73 (in Ukrainian).

7. Stadnyk V., Petrytska O. (2006) Skladovi ta chynnyky formuvannia potentsialu rozvytku maloho pidpryemstva [Components and factors of small enterprise development potential formation] *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 12, pp. 124–129 (in Ukrainian).

8. Stadnyk V., Mukomela-Mykhalets V. (2017) Pidpryemnytski struktury promysloвого sektora ekonomiky Ukrainy: stan i perspektyvy rozvytku v umovakh hlobalizatsii [Entrepreneurial structures of the Ukrainian economy industrial sector: the state and prospects of development in the globalization context] *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 4, pp. 93–99 (in Ukrainian).

9. Audretsch D., van der Horst R., Kwaak T., Thurik R. Annual report on EU Small and Medium-Sized Enterprises. URL: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2008> (accessed 04.06.2020).

10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Diialnist subiektiv velykoho, serednoho, maloho ta mikropidpryemnytstva. Statystychnyi zbirnyk 2018 r. (2019) [State Statistics Service of Ukraine. Activities of large, medium, small and micro enterprises. Statistical collection of 2018] / ed. by M. Kuznietsovoi. Kyiv, 374 p. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 22.07.2020).

11. Arrow K. The Economic Implications of Learning-by-Doing. *Review of Economic Studies*. 1962. Vol. 29, pp. 155–173.

12. Lamben Zh. -Zh. (2008) Menedzhment, orientirovannyi na rynek [Market-oriented management] / translated from English by the ed. V. Kolchanova. Sankt-Peterburh: Piter, 800 p. (in Russian).

13. Tsyfrovyi marketynh – model marketynhu XXI storichchia : monohrafiia (2017) [Digital marketing – a marketing model of the XXI century: a monograph] / M. Oklander, T. Oklander, O. Yashkina, others ; ed. by M. Oklander. Odesa : Astroprynt, 292 p. (in Ukrainian).

REFERENCES:

1. Palyvoda A. (2018) Kraftova revoliuciia [Craft revolution] *Dzerkalo tyzhnja*, no. 34, 15-th of september. URL: zn.ua/macrolevel/kraftovaya-revoluciya-294579_.html (accessed 02.05.2020) (in Ukrainian).

2. Amosha A., Vyshnevskiy V., Zbarazskaja L. (2012) Neoindustrializaciia i novaja promyshlennaja politika Ukrainy [Neo-industrialization and the new industrial

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ЕКОНОМІКИ

FORMATION OF ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS

УДК 338.242

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-26>

Цалко Т.Р.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
та публічного адміністрування
Київський національний університет
технологій та дизайну

Овсюк В.О.

студент
Київський національний університет
технологій та дизайну

Tsalko Tetiana

Kyiv National University of Technology
and Design

Ovsiuk Volodymyr

Kyiv National University of Technologies
and Design

У статті встановлено, що в умовах сучасної економіки підприємствам потрібна ефективна стратегія розвитку, яка має враховувати особливості зовнішніх змін у сферах виробництва, маркетингу, менеджменту тощо. Для вирішення цього питання у статті авторами запропоновано шляхи формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання, що засноване на моделі гармонізації спеціалізованих бізнес-процесів з управлінням бізнес-процесами, інтеграції систем управління спеціалізованими бізнес-процесами в загальну систему управління підприємством. Обґрунтовано необхідність інформатизації та автоматизації управління бізнес-процесами підприємства як основи формування ефективною стратегії розвитку підприємства. Впровадження розробленого механізму в практику управління розвитком підприємства в сучасних умовах розвитку економіки дає можливість підвищити його конкурентоспроможність, збільшити обсяг продажів та зменшити собівартість продукції.

Ключові слова: стратегія, розвиток, стратегічне управління, стратегія розвитку, управління розвитком підприємства.

В статье установлено, что в условиях современной экономики предприятиям

нужна эффективная стратегия развития, которая должна учитывать особенности внешних изменений в сферах производства, маркетинга, менеджмента и т. п. Для решения этого вопроса в статье авторами предложены пути формирования стратегии развития предприятия в современных условиях хозяйствования, основанные на модели гармонизации специализированных бизнес-процессов с управлением бизнес-процессами, интеграции систем управления специализированными бизнес-процессами в общую систему управления предприятием. Обоснована необходимость информатизации и автоматизации управления бизнес-процессами предприятия как основы формирования эффективной стратегии развития предприятия. Внедрение разработанного механизма в практику управления развитием предприятия в современных условиях развития экономики дает возможность повысить его конкурентоспособность, увеличить объем продаж и снизить себестоимость продукции.

Ключевые слова: стратегия, развитие, стратегическое управление, стратегия развития, управление развитием предприятия.

The article establishes that in the modern economy enterprises need an effective development strategy, which should take into account the peculiarities of external changes in the fields of production, marketing, management and more. To address this issue, the authors propose ways to form a strategy for enterprise development in modern business conditions, based on the model of harmonization of specialized business processes with business process management, integration of specialized business process management systems into the overall enterprise management system. Namely: improving the organizational structure and expanding job descriptions to ensure the interchangeability of officials; introduction of information management systems for document management and project management; conducting research to automate the development of routine management decisions; improvement of job descriptions in order to formalize the rules of formation of information messages. The article also substantiates the need for informatization and automation of business process management of the enterprise, as a basis for the formation of an effective strategy for enterprise development, which provides electronic document management and control of information messages. It is also established that in addition to technical support, you also need an appropriate management culture in the enterprise, in which the heads of all departments perform all necessary actions to process information messages. The mechanism of formation of strategy of development of the enterprise in modern economy is offered based on an estimation of conformity of management of business processes to other advanced business processes and gives the chance to increase efficiency of system of management of the enterprise. To assess the compliance of incoming information flows, it is proposed to consider the following characteristics: compliance with the qualifications of the responsible employee, the possibility of replacing the responsible employee, assessing the quality of formalization of instructions and processes of information messages, adequacy of technical support for information messages, their submission and analysis. The introduction of the developed mechanism in the practice of enterprise development management in the modern conditions of economic development makes it possible to increase its competitiveness, increase sales and reduce production costs.

Key words: strategy, development, strategic management, development strategy, enterprise development management.

Постановка проблеми. Інтенсивний розвиток світової економіки та зростаючі запити споживачів диктують сучасним підприємствам певні правила гри та обумовлюють напрями розвитку. Процес управління розвитком підприємства в сучасних умовах вимагає розроблення відповідної стратегії, у якій заходи щодо розвитку певних сфер підприємства поєднуються та координуються.

В умовах розвитку інформаційних технологій сучасна економіка диктує умови розвитку та накладає свій відбиток на процес стратегічного управління підприємством та його розвитку. Саме це обумовлює необхідність інтеграції заходів щодо

автоматизації, роботизації та інформатизації в управлінні та діяльності підприємства, що обумовлює загальну стратегію розвитку будь-якого підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання щодо специфіки сучасної економіки та формування стратегії розвитку підприємства обговорювалися в роботах таких науковців, як І. Ансофф, Б. Вілхем, П. Волкер, М. Портер, К. Прахалад, Г. Хемел, О.С. Віханський, Л.Є. Довгань, Є.О. Діденко, А.О. Касич, С.М. Невмержицька, І.І. Смачило, Т.О. Харченко, І.Я. Чугунов. Однак, незважаючи на значний внесок, наявні підходи

відрізняються своєю вузькою спрямованістю, тому вивчення їх індивідуальних переваг та обмежень у використанні дасть змогу визначити основні напрями розвитку в умовах інформаційної економіки.

Деякі автори пропонують розробити та впровадити стратегію розвитку підприємства через побудову інтегрованої інформаційної системи, завданням якої є надання менеджерам якісної інформації. Особливістю цієї системи є використання інтегрованої звітності, що дає змогу встановити залежність між показниками стійкості підприємства, його здатністю створювати цінність та знижувати репутаційні ризики [1; 2]. Взагалі вважається, що інтеграція виходить за рамки простої сумісності та передбачає певну функціональну залежність [3].

Основним недоліком такого підходу є фінансовий розвиток, через який недостатня увага приділяється автоматизації та інформатизації виробничої сфери, які є дуже важливими в умовах сучасної економіки [4].

Основним інструментом стратегії розвитку є інформаційна система автоматизації управлінських рішень [5]. Основними особливостями запропонованої системи є врахування зовнішніх факторів під час визначення напрямку розвитку економічного потенціалу з використанням нечіткого моделювання та моделювання організаційної взаємодії. Результатом має стати модель активного, пасивного або компенсаційного розвитку. Ігнорування необхідності модернізації виробничої сфери підприємств та необхідність узгодження цієї модернізації із загальною стратегією розвитку підприємств слід зазначити серед дискусійних питань цього підходу.

Науковцями також запропоновано підхід до автоматизації процесу вибору стратегії розвитку підприємства в умовах ринку та невизначеності, на основі цього підходу взято ігрову модель та інформаційну систему для її розрахунку. Основним критерієм оптимізації стратегії розвитку є прибуток підприємства. Однак недостатньо описано, яка ринкова невизначеність була врахована в моделі, а також як пропонується адаптуватися до сучасної інформаційної економіки [6; 7].

Якщо розглядати стратегію в окремих проєктах, то можна помітити, що дослідження стратегії переважно зосереджувалось на перспективі стратегічного вирівнювання, заснованої на навмисній плановій стратегії між проєктами та материнськими організаціями як чиннику успішних проєктів та успішного виконання стратегії організації [8; 9]. Останні дослідження визнають стратегічний характер окремих проєктів, що дає їм змогу розробляти стратегію із зацікавленими сторонами, щоб вони були конкурентоспроможними в контексті проєкту [10; 11].

Аналіз результатів дослідження розвитку підприємства дав змогу встановити, що більшість дослідників, вирішуючи проблеми формування стратегії розвитку підприємства в сучасній економіці, розглядає лише окремі складові частини стратегії або розглядає розвиток у загальному сенсі, тобто без урахування особливостей сучасної економіки.

Постановка завдання. Метою статті є вдосконалення процесу формування стратегії розвитку підприємства та визначення механізму її формування; дослідження процесів формування стратегії розвитку в системі управління підприємством у сучасних умовах; обґрунтування технології стратегічного управління підприємства в сучасних умовах економіки як системи загальних принципів, інструментів і методів, що застосовуються під час формування, розподілу та використання ресурсів підприємства на основі бізнес-процесів та інформаційних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємства, які здійснюють виробничу діяльність, мають враховувати розвиток виробничої галузі в стратегії розвитку, а потім вибудовувати стратегію загального розвитку, включаючи розвиток управління, враховуючи потребу в автоматизації, роботизації та інформатизації виробничих та управлінських процесів відповідно до вимог сучасної економіки. Для вирішення цієї проблеми доцільно запропонувати механізм формування стратегії розвитку підприємства в умовах сучасної економіки, основні взаємозв'язки якого наведені на рис. 1.

Цей механізм передбачає розрізняти процес розвитку системи управління підприємством та розвиток певних сфер його діяльності. У кожній галузі діяльності підприємства існують спеціалізовані бізнес-процеси, які потребують вдосконалення перш за все шляхом автоматизації та інформатизації відповідно до вимог сучасної економіки. Крім того, більшість підприємств потребує покращення загального управління бізнес-процесами.

Особливістю сучасної економіки є поява новітніх методів підтримки прийняття управлінських рішень, що забезпечують наявність необхідної інформації та прискорюють її оброблення, що дає можливість розробляти більш обґрунтовані управлінські рішення.

Щодо типового підприємства основними напрямками вдосконалення системи управління підприємством є:

- інформатизація та автоматизація бізнес-процесів підприємства;
- інтеграція систем управління спеціалізованими бізнес-процесами в загальну систему управління промисловим підприємством;
- узгодження спеціалізованих бізнес-процесів з управлінням бізнес-процесами.



Рис. 1. Механізм формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах економіки

З розвитком підприємства в сучасній економіці інформатизація та автоматизація бізнес-процесів підприємства є центральним елементом, оскільки інформація з усіх спеціалізованих відділів, що здійснюють програми певних сфер діяльності підприємства, має збиратися в єдиний центр прийняття рішень. Немає сенсу вдосконалювати інші сфери підприємства відповідно до вимог сучасної економіки, якщо система управління взагалі не може ефективно спілкуватися з відповідними підрозділами та контролювати впровадження спеціалізованих бізнес-процесів.

Для забезпечення ефективності управлінських бізнес-процесів підприємства в умовах сучасної економіки слід виконувати такі завдання, як управління збереженням інформації, управління інформаційними потоками, управління попереднім обробленням інформації задля підтримки прийняття рішень. Збереження управлінської інформації та надання доступу до неї всім менеджерам, які її потребують, є завданнями в ситуації, коли збирання інформації здійснюється на багатьох сайтах, особливо під час розподілу виробництва та реалізації продукції. Для цього доцільно використовувати хмарне сховище, яке вирішує більшість проблем масштабування та розподіленого збору й використання інформації.

Успішне виконання всіх цих завдань та позитивні характеристики інформатизації управління бізнес-процесами складають загальну якість

управлінських рішень. Заходи інформатизації та автоматизації управлінських бізнес-процесів підвищують якість управлінських рішень. Кожен захід може мати як позитивний, так і негативний вплив на кожну з управлінських функцій, що реалізуються в управлінні бізнес-процесами. Крім того, кожен захід позитивно чи негативно впливає на швидкість, розумність та складність прийняття управлінських рішень. Таким чином, загалом захід, що впливає на інформатизацію та автоматизацію управління бізнес-процесами, має враховувати всі її впливи.

Все це можна зробити за допомогою відповідної інформаційної системи, яка забезпечує електронне управління документами та контроль руху інформаційних повідомлень. Більш того, крім технічної підтримки, необхідна також відповідна культура управління на підприємстві, в якій керівники всіх підрозділів виконують усі необхідні дії для оброблення інформаційних повідомлень.

Для оцінювання відповідності вхідних інформаційних потоків пропонується врахувати такі характеристики:

- відповідність кваліфікації відповідального працівника, що відображає наявність необхідних якостей у працівника, який, відповідно до посадових інструкцій, має створювати інформаційні повідомлення;
- можливість заміни відповідального працівника, що відображає, чи є працівники, які мають

необхідні якості та можуть виконувати необхідні функції;

– вплив людського фактору, що є оцінкою якості формалізації інструкцій та процесів створення інформаційних повідомлень, а також того, які хибні дії відповідального працівника можуть впливати на якість;

– достатність технічної підтримки для отримання інформаційних повідомлень, їх подання та аналізу, а також засобів подальшого оброблення.

Запропонований механізм формування стратегії розвитку підприємства в сучасній економіці заснований на оцінці відповідності управління бізнес-процесами іншим передовим бізнес-процесам і дає можливість підвищити ефективність системи управління підприємством. У цьому разі комп'ютеризація, автоматизація та роботизація бізнес-процесів здійснюються відповідно до вимог сучасної економіки, що забезпечує високу конкурентоспроможність підприємства.

Висновки з проведеного дослідження.

В результаті проведеного вище дослідження слід зробити такі висновки та надати такі пропозиції. Для успішного розвитку підприємства в умовах сучасної економіки великого значення набуває формування відповідної стратегії підприємства, що обумовило необхідність розроблення механізму формування стратегії розвитку підприємства з урахуванням сучасних вимог економіки, що заснований на оцінці відповідності управління бізнес-процесами іншим передовим бізнес-процесам, що базуються на використанні сучасних інформаційних технологій. Задля впровадження цього механізму доцільно вжити заходів щодо гармонізації спеціалізованих бізнес-процесів з управлінням бізнес-процесами взагалі, такі як удосконалення організаційної структури та розширення посадових інструкцій задля забезпечення взаємозамінності посадових осіб; впровадження систем управління інформацією для управління документацією та управління проектами; проведення досліджень автоматизації розроблення рутинних управлінських рішень; вдосконалення посадових інструкцій задля формалізації правил формування інформаційних повідомлень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Welham B., Hadley S. Basic enough budgets: what should you do when you can't do everything? ODI Working Paper. 2015. № 431. 28 p. London : Overseas Development Institute. URL: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/10171.pdf> (дата звернення: 15 липня 2020).
2. Volcker P.A. Truth and integrity in state budgeting: preventing the next fiscal crisis. New York, 2018. 136 p. URL: https://www.volckeralliance.org/sites/default/files/TruthCrisis_0.pdf. (дата звернення: 15 липня 2020).

3. Simson R., Welham B. Incredible budgets: budget credibility in theory and practice. ODI Working Paper No. 2014. № 400. 38 p. London : Overseas Development Institute. URL: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odiassets/publications-opinion-files/9103.pdf> (дата звернення: 15 липня 2020).

4. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств. *Бізнес-Інформ*. 2014. № 11. С. 290–294.

5. Невмержицька С.М., Левчук Я.В. Формування стратегії інноваційного розвитку підприємств в умовах невизначеності. *Вісник ХДУ. Серія: Економічні науки*. 2018. № 32 (2018). С. 99–103.

6. Діденко Є.О. Інноваційна діяльність підприємства як основа його стабільного та безпечного розвитку. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2014. № 11 (162). С. 77–82.

7. Смачило І.І. Формування економічної стратегії підприємства в сучасних умовах. *Молодий вчений*. 2017 № 12 (52). С. 758–762.

8. Талавіря О.М. Аспекти розробки економічної стратегії розвитку підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2016. Вип. 1 (47). Т. 2. С. 335–339.

9. Чугунов І.Я., Макогон В.Д. Бюджетна стратегія в умовах економічних перетворень. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2018. № 5. С. 5–18.

10. Харченко Т.О. Формування технологій стратегічного управління в банківській системі. *Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні : матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції* (м. Київ, 11 квітня 2019 р.). Київ, 2019. С. 235–238.

11. Харченко Т.О., Ковтун А.О. Особливості стратегічного управління в банківській системі. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6852> (дата звернення: 18 липня 2020).

REFERENCES:

1. Welham, B. and Hadley, S. (2015) Basic enough budgets: what should you do when you can't do everything? ODI Working Paper 431. 28 p. London: Overseas Development Institute. Available at: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/10171.pdf> (accessed 15 July 2020).
2. Volcker, Paul A. Truth and integrity in state budgeting: preventing the next fiscal crisis. New York. 2018. 136 p. Available at: https://www.volckeralliance.org/sites/default/files/TruthCrisis_0.pdf (accessed 15 July 2020).
3. Simson, R. and Welham, B. (2014) Incredible budgets: budget credibility in theory and practice. ODI Working Paper No. 400. 38 p. London: Overseas Development Institute. Available at: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odiassets/publications-opinion-files/9103.pdf> (accessed 15 July 2020).
4. Kasych A.O. (2014) Vtlennya kontseptsiiy stratehichnoho upravlinnya v praktyku vitchyznyanykh pidpryyemstv [Implementation of the concept of strategic management in the practice of domestic enterprises]. *Business Inform*, vol. 11, pp. 290–294 (in Ukrainian).
5. Nevmerzhyts'ka S.M., Levchuk Ya.V. (2018) Formuvannya stratehiyi innovatsiynoho rozvytku pid-

pryyemstv v umovakh nevyznachenosti [Formation of a strategy for innovative development of enterprises in uncertainty]. *Bulletin KHDU. Series Economic Sciences*, vol. 32 (2018), pp. 99–103 (in Ukrainian).

6. Didenko Ye.O. (2014) Innovatsiina diialnist pidpryiemstva yak osnova yoho stabilnoho ta bezpechnoho rozvytku [Innovative activity of the enterprise as a basis for its stable and safe development]. *Formation of market relations in Ukraine*, vol. 11 (162), pp. 77–82 (in Ukrainian).

7. Smachylo I.I. (2017) Formuvannja ekonomichnoji strateghiji pidpryiemstva v suchasnykh umovakh [Formation of economic strategy of the enterprise in modern conditions]. *A young scientist*, vol. 12 (52), pp. 758–762.

8. Talavyrja O.M. (2016) Aspekty rozrobky ekonomichnoji strateghiji rozvytku pidpryiemstv [Aspects of developing an economic strategy for enterprise development]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University*, vol. 1 (47), pp. 335–339.

9. Chugunov I.Y., Makogon V.D. (2018). Byudzhetna strategiia v umovax ekonomichny'x peretvoren' [Budget strategy in the context of economic transformation]. *Visnyk Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-tu*. Vol.5, pp. 5–18 (in Ukrainian).

10. Kharchenko T.O. (2019) Formuvannja tekhnolohiy stratehichnoho upravlinnya v bankivs'kiy systemi [Development of strategic management technologies in the banking system]. *Modern Determinants of Business Process Development in Ukraine: Proceedings of the Third International Scientific and Practical Internet Conference* (Ukraine, Kiev, April 11, 2019), pp. 235–238 (in Ukrainian).

11. Kharchenko T.O., Kovtun A.O. (2019) Osoblyvosti stratehichnoho upravlinnya v bankivs'kiy systemi [Features of strategic management in the banking system]. *Efektivna ekonomika [An efficient economy]*, vol. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6852> (accessed 18 July 2020).

УДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

IMPROVEMENT OF BUSINESS ACTIVITY ADMINISTRATION ON HOTEL AND TOURIST ENTERPRISES

УДК 658.5.011

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-27>**Чернобай Л.І.**

к.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту
міжнародного підприємництва
Національний університет
«Львівська політехніка»

Ясінська Т.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
міжнародного підприємництва
Національний університет
«Львівська політехніка»

Chernobay Liana

National University "Lviv Polytechnic"

Yasinska Tetiana

National University "Lviv Polytechnic"

Забезпечення високого рівня платоспроможності, фінансової стійкості та стабільності розвитку суб'єкта господарювання неможливе без ефективного управління його діловою активністю. У статті авторами обґрунтовано актуальність дослідження та розвитку процесу адміністрування ділової активності підприємств готельно-туристичної сфери. Визначено сутність процесу адміністрування ділової активності підприємства як сукупності норм, методів, засобів та дій, за допомогою яких спеціально уповноважені працівники підприємства виконують управлінську діяльність, спрямовану на контроль та покращення показників ділової активності підприємства. Представлено комплексне розуміння поняття адміністрування ділової активності господарюючого суб'єкта через його структуру. Розкрито основні проблеми адміністрування ділової активності вітчизняних підприємств готельно-туристичного комплексу та запропоновано шляхи їх подолання.

Ключові слова: адміністрування, ділова активність, готельно-туристичний комплекс, управлінські рішення, фінансовий стан.

Обеспечение высокого уровня платежеспособности, финансовой устойчивости и

стабильности развития субъекта хозяйствования невозможно без эффективного управления его деловой активностью. В статье авторами обоснована актуальность исследования и развития процесса администрирования деловой активности предприятий гостинично-туристической сферы. Определена сущность процесса администрирования деловой активности предприятия как совокупности норм, методов, средств и действий, с помощью которых специально уполномоченные работники предприятия выполняют управленческую деятельность, направленную на контроль и улучшение показателей деловой активности предприятия. Представлено комплексное понимание понятия администрирования деловой активности хозяйствующего субъекта через его структуру. Раскрыты основные проблемы администрирования деловой активности отечественных предприятий гостинично-туристического комплекса и предложены пути их преодоления.

Ключевые слова: администрирование, деловая активность, гостинично-туристический комплекс, управленческие решения, финансовое состояние.

The article substantiates the relevance of research and development of the process of administration of business activity of hotel and tourism enterprises. The approaches of scientists to the interpretation of the concepts of "administration" and "business activity of the enterprise" are studied. The analysis of literature sources showed the insufficiency of scientific research in the field of administration of business activity of the enterprise. At the same time, elaboration of the content of the concepts "administration" and "business activity of the enterprise" allowed to formulate the essence of the process of administration of business activity of the enterprise as a set of norms, methods, means and actions by which specially authorized employees perform management activities, indicators of business activity of the enterprise. Analysis of the practical activities of domestic enterprises in the tourism and hotel sector has shown the existence of a number of problematic aspects of the process of administration of business activity, which require optimization. Among them, the lack of control over business activity indicators should be singled out. Solving such a problem may require redistribution of certain functions within the organizational management structure. The practice of hotel business representatives also shows that a number of enterprises in this area do not analyze the relevant indicators of business activity of the enterprise. This deprives the managers of such enterprises of an important basis for making management decisions aimed at increasing competitiveness. The use of appropriate information technologies will simplify the process of determining the indicators of business activity of the enterprise. Quarantine restrictions exacerbate the problem of lack of working capital in domestic enterprises of the hotel and tourism industry. It is proposed to consider opportunities for participation in lending programs for small and medium-sized businesses by the EBRD. Thus, it is necessary to emphasize the importance of effective administration of business activity of the enterprise to increase the effectiveness of its activities. The timeliness and quality of the process of identifying and responding to the state and changes in business performance determines the effectiveness of the company.

Key words: administration, business activity, hotel and tourist complex, management decisions, financial condition.

Постановка проблеми. Пандемія коронавірусу та карантинні заходи обмежили можливості ведення бізнесу як в Україні, так і за кордоном. За даними Нацбанку України [1], індекс ділової активності українських компаній стрімко погіршився (із 45,8 пунктів у березні до 29,9 у квітні 2020 року). Будь-яке значення індексу нижче за 50 пунктів сигналізує про переважання песимістичних настроїв бізнесу. Дослідження також показали, що найбільш песимістичними є очікування у підприємств сфери послуг. Відсутність туристичного руху практично призупинила розвиток інфраструктури туризму та її основного компоненту, яким є готельний сектор. У сучасних умовах готелі змушені подбати про збереження свого бізнесу, а також про шляхи

швидкого та ефективного відновлення після скасування карантинних заходів.

Виживання та ріст ділової активності – це найважливіші напрями в діяльності готельних підприємств в усіх країнах світу. Деякі з них уже усвідомили цей факт і вживають необхідних заходів, щоби забезпечити собі стабільне майбутнє шляхом задоволення мінливих потреб споживачів і стимулювання повторних звертань за наданням готельних послуг [2].

В таких умовах особливої актуальності набувають питання вдосконалення управління підприємствами задля підвищення їх ділової активності і, як наслідок, фінансових результатів. Підприємствам важливо будувати та використовувати такі

системи адміністрування в управлінні, які б найкраще відповідали цілям та завданням, а також враховували вплив різних чинників внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематика адміністрування та ділової активності підприємств піднімається в наукових дослідженнях низки вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як А. Савченко [3], М. Войнаренко [4], О. Костюк [4], В. Круглов [5], О. Сєров [6], Л. Ліпич [7], Р. Гринюк [7], Ю. Мироненко [8], В. Овчарук [9], Г. Ткачук [10], О. Гарасюк [11], Б. Буркінський [12], О. Марченко [13], Є. Крикавський [14], З. Люльчак [14]. Вивчення літературних джерел дало змогу проаналізувати сутність понять адміністрування, ділової активності підприємства, а також сформулювати узагальнюючі висновки щодо змісту процесу адміністрування ділової активності суб'єкта господарювання.

Саме поняття «адміністрування» в теорії та практиці трактується неоднозначно. А. Савченко [3, с. 147] визначає поняття «адміністрування» як «організаційно-розпорядчу діяльність керівників та органів управління, що здійснюється шляхом видання наказів і розпоряджень». М. Войнаренко та О. Костюк [4, с. 50] вважають, що «адміністрування – це «професійна діяльність менеджерів організації або державних службовців, що спрямована на втілення в життя рішень керівництва, тобто реалізація поставлених завдань і пошук оптимальних шляхів їх вирішення». Істотна частка дослідників підтримує думку про те, що поняття «адміністрування» є складовою частиною поняття «управління» (останнє, зокрема, за своєю сутністю має ширший зміст і включає адміністрування). Зокрема, В. Круглов [5, с. 148] вказує на те, що адміністрування є «способами та прийомами, діями прямого й обов'язкового визначення поведінки і діяльності людей з боку відповідних керівних компонентів». Як «бюрократичний метод управління суспільством, що ґрунтується на силі та авторитеті влади, відображених у наказах, постановах, розпорядженнях, вказівках та інструкціях», поняття «адміністрування» трактує О. Сєров [6, с. 19]. У роботі Л. Ліпич та Р. Гринюка вказується на те, що «адміністрування повинно сприяти оперативному прийняттю рішень у процесі господарської діяльності підприємств, координувати функціонування їхніх підрозділів, визначати організаційну структуру та координувати діяльність підрозділів, а також забезпечувати досягнення основних податкових цілей і завдань» [7, с. 44]. На думку Ю. Мироненка [8, с. 65], адміністрування розглядається як самостійний вид управлінської діяльності або як одна з функцій керівника.

Таким чином, поняття «адміністрування» розглядається авторами багатоаспектно та диференційовано, зокрема як процес, як вид

управлінської діяльності, як уміння й навички, як функція менеджменту, як управлінська діяльність, як стиль управління. Узагальнення вищенаведеного дає змогу погодитися з В. Овчаруком який розкриває сутність поняття адміністрування як виду управлінської діяльності, який на засадах документації, діловодства, інформаційного забезпечення та формалізації управлінських процедур забезпечує цілеспрямований вплив керівної підсистеми на керувану за всіма етапами технології управління [9, с. 9].

У вітчизняній літературі приділено достатньо уваги вивченню також проблематики ділової активності. Проведений аналіз підходів науковців дає змогу погодитися з тим, що ділова активність відображає рівень ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів і водночас характеризує якість управління, а також можливості потенційного розвитку підприємства, що характеризує його фінансову конкурентоспроможність [10]. Остання є комплексною характеристикою, в якій відображено можливості до самофінансування та розширеного відтворення, а також можливості підприємства в майбутньому щодо досягнення високих фінансових результатів, що забезпечать його розвиток, а також формуватимуть умови для адаптації на конкурентному ринку в динамічних умовах зовнішнього та внутрішнього середовища [11].

Ділова активність може характеризуватися динамікою ефективності виробництва й показниками загальної економічної активності. Позитивні зміни таких показників сприяють зміцненню фінансового становища компанії [12, с. 252]. Саме рівнем ділової активності підприємства значною мірою визначається стабільність його фінансового стану, адже ділова активність обумовлює конкурентоспроможність компанії, кількість ринків збуту продукції, рівень основних показників економічного розвитку. В умовах економічної нестабільності ринку та посилення конкуренції висока ділова активність зводить до мінімуму ризик невдачі.

Аналіз поглядів різних авторів на сутність поняття ділової активності дає змогу погодитися з висновком О. Марченко про те, що ділова активність – це комплексна характеристика показників підприємства, яка показує його становище на ринку, а також ефективність використання різних видів ресурсів та загальні результати господарської діяльності підприємства [13].

Ділова активність проявляється в динамічному розвитку підприємств і темпах обігу їхніх засобів. Рівень ефективності використання корпоративних ресурсів, стійкість економічного зростання є критеріями ділової активності. Аналіз ділової активності підприємства проводять у розрізі двох видів, а саме якісного та кількісного. Критеріями якісного аналізу є обсяг ринку збуту продукції; унікальність

продукції порівняно з аналогами; імідж підприємства; налагодженість зв'язків з партнерами, клієнтами тощо. Кількісна оцінка ділової активності підприємства передбачає аналіз ефективності використання ресурсів та рівня виконання плану.

Метою оцінювання ділової активності компанії є об'єктивна оцінка фінансової ситуації, а також розроблення заходів для покращення фінансового стану підприємства в майбутньому. Основні завдання аналізу ділової активності полягають у моніторингу фінансового стану; оцінюванні тенденцій зміни показників ділової активності; дослідженні основних чинників впливу на показники ділової активності та розрахунку величини їх впливу; пошуку резервів підвищення ділової активності та розробленні конкретних заходів щодо їх використання [14]. Результати аналізу ділової активності підприємства використовуються під час визначення конкурентної політики, оцінювання виконання поставлених перед ними завдань, розроблення програми розвитку на перспективу.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні сутності процесу адміністрування ділової активності підприємств, виявленні проблем та розробленні заходів з удосконалення адміністрування ділової активності підприємств готельно-туристичної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз літературних джерел засвідчив недостатність наукових досліджень у сфері адміністрування ділової активності підприємства. Водночас опрацювання змісту понять «адміністрування» та «ділова активність підприємства» дало змогу сформулювати сутність процесу адміністрування ділової активності підприємства як сукупність норм, методів, засобів та дій, за допомогою яких

спеціально уповноважені працівники підприємства виконують управлінську діяльність, спрямовану на контроль та покращення показників ділової активності підприємства.

Комплексне розуміння поняття адміністрування ділової активності підприємства виражається через його структуру. В структурі адміністрування ділової активності суб'єктів господарювання виокремлено макроекономічну та мікроекономічну складові частини (рис. 1).

Аналізування практичної діяльності вітчизняних підприємств туристично-готельного сектору засвідчило існування низки проблемних аспектів процесу адміністрування ділової активності, які вимагають оптимізації. Серед них слід виокремити відсутній контроль щодо показників ділової активності. На підприємствах нерідко присутнє розпорошення інформації та прийняття фрагментарних рішень, що є наслідком відсутності контролю. Вирішення такої проблеми може вимагати перерозподілу певних функцій у рамках організаційної структури управління.

Так, зокрема, в процесі дослідження практичної діяльності представників вітчизняного готельного бізнесу було виявлено, що у їх більшості відповідальність за контроль показників ділової активності лежить лише на головному бухгалтері. Через відсутність мотивації контроль за показниками ділової активності з боку бухгалтера послаблений. В такій ситуації рекомендованим є перерозподіл обов'язків щодо контролю ділової активності серед посадових осіб підприємства та призначення головуючого серед цих осіб, який би виконував функції узагальнення інформації та вироблення рекомендацій щодо оптимізації діяльності підприємства. Такі зміни в процесі адміністрування



Рис. 1. Складові частини адміністрування ділової активності підприємства

ділової активності на підприємстві сприятимуть прийняттю оптимальних управлінських рішень.

Практика роботи представників готельного бізнесу засвідчує також, що низка підприємств цієї сфери не проводить аналізу відповідних показників ділової активності підприємства. Це позбавляє менеджерів таких підприємств важливого підґрунтя прийняття управлінських рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності.

Спростити процес визначення показників ділової активності підприємства дасть змогу використання відповідних інформаційних технологій. Задля цього можна залучити додатковий модуль для програми «1С Бухгалтерія». Серед вітчизняних систем альтернативу «1С» можуть скласти системи «Галактика» і «Парус». Серед зарубіжних можна виділити «SAP» і «Microsoft Dynamics Axapta». Пропоновані системи дадуть змогу налагодити систематичну роботу з розрахунку таких показників ділової активності, як коефіцієнт оборотності активів; коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості; коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості; коефіцієнт фондодіддачі; коефіцієнт оборотності власного капіталу.

Застосування інформаційних технологій дасть змогу покращити контроль за показниками ділової активності, а в подальшій господарській діяльності керівники зможуть краще розуміти стан підприємства. Контролювання показників ділової активності підприємства дасть змогу знизити ризики, підвищити ефективність діяльності і, відповідно, мати позитивні наслідки для фінансового стану підприємства.

Карантинні обмеження загострюють проблему нестачі власних оборотних коштів у вітчизняних підприємств готельно-туристичної сфери. Нині залучення короткострокових кредитів банків є малопривабливим способом вирішення проблеми через високі відсоткові ставки на короткострокові кредити. Водночас отримання кредиту дає змогу бізнесу швидко задовольнити потреби в необхідних матеріальних засобах та дотримуватися плану господарської діяльності підприємства. Для представників готельного бізнесу кредитні кошти дають змогу провести оновлення готелю та перейти на якісно вищий рівень обслуговування.

Сьогодні додаткові можливості залучення коштів підприємствами малого та середнього бізнесу відкриваються завдяки Програмі кредитування мікро-, малих та середніх підприємств, що спрямована на підтримку Угоди про поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі України з ЄС. Програма підтримується за рахунок фінансування Європейським Союзом у рамках Ініціативи «EU4Business». Для реалізації програми Європейський банк реконструкції та розвитку укладає кредитні угоди з вітчизняними банками. Так, у грудні 2018 року АТ «Укресімбанк» та ЄБРР уклали кредитну угоду

на суму, що еквівалентна 25 млн. дол. США [15]. У жовтні 2019 року Євросоюз та Європейський банк реконструкції та розвитку виділили 70 млн. євро (у гривневому еквіваленті) «Прокредитбанку», «ОТП Банку» та «Райффайзенбанку Аваль». Ці кошти призначені для інвестицій, а також для досягнення цілей оборотного капіталу малих та середніх підприємств. У лютому 2020 року стало відомо про те, що Європейський банк реконструкції та розвитку надає 15 млн. євро «Піреус Банку Україна» для розширення кредитування малих і середніх підприємств (МСП). Зазначається, що пакет фінансування, організований ЄБРР для «Піреус Банку Україна», включає кредит у гривні на суму до 5 млн. дол. для кредитування МСП і фінансування в розмірі 10 млн. євро у рамках Програми розподілу ризиків ЄБРР, за якою ЄБРР братиме на себе частину ризиків за окремими кредитами, які ПБУ надаватиме українським компаніям. Кошти за Програмою розподілу ризиків допоможуть збільшити розмір та строки погашення кредитів для МСП [16].

ЄБРР є провідним інституційним інвестором в Україні та вже взяв на себе зобов'язання щодо надання понад 14,54 млрд. євро за більш як 460 проектами. Для участі у Програмі українські підприємства мають відповідати таким критеріям прийнятності Програми [15]: резидент України; приватна форма власності; річний товарообіг не більше еквіваленту 50 млн. євро та валюта балансу не більше еквіваленту 43 млн. євро (і не належить до групи компаній з товарообігом понад еквіваленту 50 млн. євро та валютою балансу понад еквіваленту 43 млн. євро); кількість співробітників не більше 249; відсутність у переліку осіб, не прийнятних для ЄБРР; наявність усіх необхідних схвалень та дозволів та відповідність вимогам українського чинного законодавства у сфері охорони навколишнього середовища, соціального законодавства та законодавства у сфері охорони праці та техніки безпеки, відповідність кредитним процедурам.

Інвестиційні проекти, що фінансуються за рахунок Програми ЄБРР, мають відповідати таким критеріям [15]: фінансова життєздатність; місце реалізації – територія України; відповідність чинному законодавству України, включаючи законодавство у сфері охорони навколишнього середовища, охорони праці та здоров'я, трудовому законодавству та нормативним положенням і стандартам, що діють в Україні; відповідність принаймні одній директиві ЄС, яка застосовується відповідно до Програми; закупівлі у рамках субпроектів здійснюються в рамках відповідно до комерційної практики, чинних принципів та правил закупівлі товарів і послуг, що фінансуються ЄБРР.

Додатковою перевагою спільної з ЄБРР Програми для підприємств-позичальників, які

успішно реалізують інвестиційні субпроекти, є можливість отримати грантові кошти від ЄБРР у сумі до 15% від суми субкредиту.

Одним з найважливіших аспектів надання допомоги є те, що банк залучає професійних консультантів з не менше ніж 15 роками досвіду роботи на аналогічному ринку та наявністю щонайменше 3 успішно реалізованих проєктів і професійною командою. Європейський банк реконструкції та розвитку компенсує фінансові витрати за роботу місцевого консультанта у розмірі до 50%, що може заощади в середньому 6–7 тис. євро. Проте якщо підприємство захоче залучити міжнародного консультанта, послуги якого коштують близько 60 тис. євро, то ЄБРР оплачує 84% вартості послуг міжнародного консультанта, а компанії залишається оплатити лише 16%.

Висновки з проведеного дослідження. На результати господарської діяльності підприємства істотний вплив здійснює стан адміністрування його ділової активності. Дослідження практичної діяльності вітчизняних підприємств готельно-туристичного комплексу засвідчило недостатність уваги, яка приділяється цьому управлінському процесу. Особливо гостро стоїть проблема налагодженості системи внутрішнього контролю за станом та динамікою показників ділової активності підприємства. Важливим є вжиття заходів удосконалення процесу адміністрування ділової активності готельних підприємств для забезпечення успішного відновлення їх роботи після скасування карантинних обмежень в Україні та світі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Індекс ділової активності стрімко погіршився, компанії планують скорочення – НБУ. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/05/4/660105> (дата звернення: 04.05.20).
2. Жульковська Д. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки*: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Умань, 30 листопада – 1 грудня 2017 року. Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. С. 334–336.
3. Савченко А. Поняття, значення та система адміністрування податків в Україні. *Право.ua*. 2015. № 3. С. 147–152.
4. Войнаренко М. Сутність та принципи бізнес-адміністрування на підприємствах за умов мінливого конкурентного середовища. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 4. С. 49–51.
5. Круглов В. Публічне адміністрування в процесі державно-приватного партнерства. *Актуальні проблеми державного управління*. 2015. № 1. С. 145–153.
6. Серов О. Аналіз термінологічного забезпечення категорійно-понятійного апарату в галузі знань «публічне управління й адміністрування». *Державне управління: теорія та практика*. 2016. № 2. С. 15–23.

7. Ліпич Л. Адміністрування як інструмент підвищення інвестиційної ефективності прямого оподаткування підприємств. *Економічний часопис Східно-європейського національного університету ім. Лесі Українки*. 2016. № 3. С. 41–46.

8. Мироненко Ю. Сутність адміністративного управління підприємством та його актуальність у сучасних умовах. *Управління розвитком*. 2014. № 13. С. 65–68.

9. Овчарук В. Системи адміністрування в управлінні підприємствами з урахуванням євроінтеграційних процесів: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00.04. Львів, 2019. 41 с.

10. Ткачук Г. Оцінка ділової активності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 13. Ч. 4. С. 88–90.

11. Гарасюк О. Проблеми щодо сутності поняття «ділова активність». *Вісник Київського технологічного університету*. 2010. № 22. С. 63–67.

12. Буркінський Б. та ін. Фінансові механізми інноваційного економічного розвитку України в умовах євроінтеграції: монографія / за ред. В. Лойко, А. Рамського. Київ: Київський університет ім. Б. Грінченка, 2019. 252 с.

13. Марченко О. Фінансові аспекти ділової активності підприємств. *Фінанси України*. 2007. № 5. С. 136–143.

14. Крикавський Є., Люльчак З. Економіка і фінанси підприємств: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. 696 с.

15. Програма Європейського банку реконструкції та розвитку. *Укресімбанк*. URL: <https://www.eximb.com/ua/business/corporate-mfo-ebr.html> (дата звернення: 04.05.2020).

16. ЄБРР дає €15 мільйонів «Піреус Банку України» для кредитів малому бізнесу. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2871957-ebr-dae-15-miljoniv-pireus-banku-ukraina-dla-kreditiv-malomu-biznesu.html> (дата звернення: 05.05.2020).

REFERENCES:

1. Indeks dilovoi aktivnosti strimko pohirshyvsia, kompanii planuiut' skorochnnia – NBU [The business activity index has deteriorated rapidly, companies plan to reduce – the NBU] (2020) Ekonomichna pravda (electronic journal). Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/05/4/660105> (accessed 04.05.2020).
2. Zhul'kov's'ka D. (2017) Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku hotel'noho biznesu v Ukraini [Current state and prospects of hotel business development in Ukraine]. Proceedings of the Suchasni problemy i perspektyvy ekonomichnoi dynamiky (Ukraine, Uman, november 30 – december 1, 2017), Uman: VPTS "Vizavi", pp. 334–336.
3. Savchenko A. (2015) Poniattia, znachennia ta sistema administruvannia podatkov v Ukraini [The concept, meaning and system of tax administration in Ukraine]. Pravo.ua, no. 3, pp. 147–152.
4. Vojnarenko M. (2013) Sutnist' ta pryntsypy biznes-administruvannia na pidpriemstvakh za umov minlyvoho konkurentnoho seredovyscha [The essence and principles of business administration in enterprises in a

changing competitive environment]. *Ekonomika: realii chasu*, no. 4, pp. 49–51.

5. Kruhlov V. (2015) Publichne administruvannia v protsesi derzhavno-pryvatnoho partnerstva [Public administration in the process of public-private partnership]. *Aktual'ni problemy derzhavnoho upravlinnia*, no. 1, pp. 145–153.

6. Sierov O. (2016) Analiz terminologichnoho zabezpechennia katehorijno-poniatijnogo aparatu v haluzi znan' "publichne upravlinnia j administruvannia" [Analysis of the terminological support of the categorical-conceptual apparatus in the field of knowledge "public administration"]. *Derzhavne upravlinnia: teoriia ta praktyka*, no. 2, pp. 15–23.

7. Lipych L. (2016) Administruvannia iak instrument pidvyschennia investytsijnoi efektyvnosti pramoho opodatkovannia pidpriemstv [Administration as a tool to increase the investment efficiency of direct taxation of enterprises]. *Ekonomichnyj chasopys Shkhidnoievropejs'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, no. 3, pp. 41–46.

8. Myronenko Yu. (2014) Sutnist' administratyvnoho upravlinnia pidpriemstvom ta joho aktual'nist' u suchasnykh umovakh [The essence of administrative management of the enterprise and its relevance in modern conditions]. *Upravlinnia rozvytkom*, no. 13, pp. 65–68.

9. Ovcharuk V. (2019) Systemy administruvannia v upravlinni pidpriemstvamy z urakhuvanniam ievrointehratsijnykh protsesiv [Administration systems in enterprise management taking into account European integration processes] (PhD Thesis), Lviv.

10. Tkachuk H. (2015) Otsinka dilovoi aktyvnosti pidpriemstva [Assessment of business activity of

the enterprise]. *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*, vol. 4, pp. 88–90.

11. Harasiuk O. (2010) Problemy schodo sutnosti poniattia "dilova aktyvnist'" [Problems regarding the essence of the concept of "business activity"]. *Visnyk Kyivs'koho tekhnologichnoho universytetu*, no. 22, pp. 63–67.

12. Burkins'kyj B. (2019) Finansovi mekhanizmy innovatsijnogo ekonomichnoho rozvytku Ukrainy v umovakh ievrointehratsii [Financial mechanisms of innovative economic development of Ukraine in the conditions of European integration]. Kyiv : Kyiv. un-t im. Borysa Hrinchenka (in Ukrainian).

13. Marchenko O. (2007) Finansovi aspekty dilovoi aktyvnosti pidpriemstv [Financial aspects of business activity of enterprises]. *Finansy Ukrainy*, no. 5, pp. 136–143.

14. Krykavs'kyj Ye., Liul'chak Z. (2013) *Ekonomika i finansy pidpriemstv* [Economics and finance of enterprises]. L'viv : Vydavnytstvo L'vivs'koi politekhniki (in Ukrainian).

15. Prohrama Yevropejs'koho banku rekonstruktsii ta rozvytku [European Bank for Reconstruction and Development Program.] (2020) *Ukreksimbank* : website. Available at: <https://www.eximb.com/ua/business/corporate-mfo-ebrr.html> (accessed 04.05.2020).

16. YeBRR daie €15 mil'joniv "Pireus Banku Ukraina" dlia kreditiv malomu biznesu [The EBRD provides € 15 million to Piraeus Bank Ukraine for small business loans] (2020) *Ukrinform* (electronic journal). Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2871957-ebrr-dae-15-miljoniv-pireus-banku-ukraina-dla-kreditiv-malomu-biznesu.html> (accessed 05.05.2020).

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

PRODUCTION QUALITY MANAGEMENT IN SYSTEM OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISE

УДК 631.15

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-28>**Шаповал Г.М.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансово-економічної
безпеки, обліку і аудиту
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Shapoval Galyna

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

У статті вивчено теоретичні основи управління якістю продукції та визначено роль управління якістю продукції в системі фінансово-економічної безпеки. Визначено, що якість продукції (включаючи новизну, технічний рівень, відсутність дефектів під час виконання, надійність в експлуатації) є одним з найважливіших засобів конкурентної боротьби, завоювання та утримання позицій на ринку. Досліджено наявні методи аналізу якості та конкурентоспроможності, проаналізовано основні положення стандартів забезпечення безпеки якості. Розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності управління якістю продукції в системі фінансово-економічної безпеки. Спрямованість удосконалення системи управління якістю продукції має бути такою, щоби було забезпечено її функціонування на основі реального механізму управління якістю, зорієнтованого на виготовлення конкурентоздатної продукції, що задовольняє вимогам наявних і потенційних споживачів.

Ключові слова: якість продукції, управління якістю, фінансово-економічна безпека, стандарти безпеки якості, система TQM.

В статье изучены теоретические основы управления качеством продукции и опре-

делена роль управления качеством продукции в системе финансово-экономической безопасности. Определено, что качество продукции (включая новизну, технический уровень, отсутствие дефектов при исполнении, надежность в эксплуатации) является одним из важнейших средств конкурентной борьбы, завоевания и удержания позиций на рынке. Исследованы существующие методы анализа качества и конкурентоспособности, проанализированы основные положения стандартов обеспечения безопасности качества. Разработаны предложения по повышению эффективности управления качеством продукции в системе финансово-экономической безопасности. Направленность совершенствования системы управления качеством продукции должна быть такой, чтобы было обеспечено ее функционирование на основе реального механизма управления качеством, ориентированного на изготовление конкурентоспособной продукции, удовлетворяющей требованиям имеющихся и потенциальных потребителей.

Ключевые слова: качество, управление качеством, финансово-экономическая безопасность, стандарты безопасности качества, система TQM.

The theoretical bases of product quality management are studied and the role of product quality management in the system of financial and economic security is determined. In the conditions of the prevailing non-price competition and the saturated market high quality of production serves as the main factor of success in maintenance of financial and economic safety of the enterprise. It is the improvement of product quality that determines the degree of survival of the firm in market conditions, the pace of scientific and technological progress, the growth of production efficiency, the saving of all types of resources used in the enterprise. It is determined that product quality (including novelty, technical level, lack of defects in performance, reliability in operation) is one of the most important means of competition, gaining and maintaining market position. In modern economic conditions, the quality management system as an organic part of the enterprise should be designed based on the purpose, target orientation and management conditions, and not formed only in an evolutionary way with the help of individual partial innovations. A working quality management system should become a real tool for continuous improvement of the enterprise and a source of economic benefits. Improving product quality affects the growth of productivity, the pace and efficiency of scientific and technological development, ensures the effective use of fixed assets, increasing investment efficiency, forming the image of the company as an economically reliable partner and its entry into the world market. The existing methods of quality and competitiveness analysis are studied and the main provisions of quality assurance standards are analyzed. Proposals for improving the efficiency of product quality management in the system of financial and economic security have been developed. The focus of improving the product quality management system should be such as to ensure its functioning on the basis of a real quality management mechanism focused on the manufacture of competitive products that meet the requirements of existing and potential consumers.

Key words: product quality, quality management, financial and economic security, quality safety standards, TQM system.

Постановка проблеми. Сьогодні в економіці спостерігається тенденція до підвищення ролі якості в управлінні виробництвом продукції. Ефективність діяльності підприємства на ринку, його конкурентоспроможність та рівень фінансово-економічної безпеки залежать від результатів управління якістю продукції, тому управлінню якістю продукції на підприємстві приділяється особлива увага.

Висока якість продукції є одним з основних засобів конкурентної боротьби, що дає змогу завойовувати та утримувати провідні позиції на ринку. Важливими елементами якості продукції є її новизна, технічний рівень, відсутність дефектів під час виготовлення, надійність в експлуатації. Процес управління якістю продукції має включати

системну роботу на всіх стадіях виробничого процесу й бути спрямованим не стільки на виявлення дефектів або браку в готовій продукції, скільки на підвищення та перевірку якості продукції на кожному етапі її виготовлення. Зазначені питання управління якістю продукції в системі фінансово-економічної безпеки підприємства є актуальними та потребують детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління якістю продукції досліджуються в роботах учених-економістів [1; 2; 8], де розглядаються основні вимоги управління якістю, підходи до нього та можливості підвищення ефективності цього процесу. Ці проблеми також широко висвітлюються в законодавчій базі [3–7]. Проте, незважаючи на велику кількість досліджень у

цьому напрямі та законодавчих документів з цієї теми, багато питань все ще залишаються невирішеними. Зокрема, недостатньо розкритою є тема управління якістю продукції в системі фінансово-економічної безпеки підприємства.

Постановка завдання. Метою роботи є визначення необхідності забезпечення якості продукції в системі фінансово-економічної безпеки та розроблення рекомендацій щодо вдосконалення системи управління якістю продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансово-економічна безпека підприємства – це стан захищеності його діяльності від негативного впливу зовнішнього середовища, а також здатності швидко усунути загрози, пристосуватися до наявних умов, що негативно впливають на його діяльність [2]. Зміст цього поняття включає також систему заходів забезпечення якості продукції, оскільки саме висока якість продукції сприяє зростанню попиту на продукцію, забезпечує конкурентоспроможність та фінансово-економічну стабільність підприємства.

Якість продукції характеризується сукупністю її властивостей, які дають змогу задовольняти потреби споживачів. Підвищення якості продукції забезпечує ефективну діяльність підприємства в умовах ринку, бо воно сприяє підвищенню попиту на продукцію, відповідно, зростанню обсягів її виробництва та прибутку підприємства.

Для того щоби забезпечити конкурентоспроможну якість продукції, кожному підприємству необхідно здійснювати управління якістю, яке базується на сукупності принципів. Головні засади управління якістю продукції сформульовані Е. Демінгом таким чином:

- постійна мета діяльності підприємства полягає в підвищенні якості продукції;
- недопущення дефектів у будь-якій сфері діяльності;
- вимагання від постачальників гарантій якості продукції, що ними продається;
- не укладання контрактів на поставку продукції з орієнтацією на низькі ціни;
- постійне навчання працівників;

- недопущення виникнення у працівників страху відповідальності за допущені помилки;
- усунення причин, що зменшують у працівників почуття поваги й гордості за свою організацію [2].

Механізм управління якістю продукції, спрямований на забезпечення виробництва та реалізації продукції відповідно до встановлених стандартів, можна представити у вигляді схеми (рис. 1).

Для підвищення якості продукції на підприємстві має бути створена дієва система управління якістю продукції, що є невід'ємною частиною системи управління виробництвом та являє собою регламентований стандартами підприємства порядок регулювання виробничих процесів, спрямований на забезпечення необхідного рівня якості продукції під час її розроблення, виготовлення та експлуатації.

Система управління якістю має формуватися з огляду на призначення, цільову орієнтацію та умови господарювання, а також стати інструментом удосконалення діяльності підприємства й джерелом зростання економічних вигід.

Роль заходів з підвищення якості продукції у системі фінансово-економічної безпеки полягає в тому, що вони сприяють формуванню ефективної системи господарювання в умовах ринкових відносин, що проявляється в такому:

- високоякісна продукція краще задовольняє потреби споживача;
 - підвищення якості продукції сприяє економії робочого часу, оскільки загальна сума витрат суспільної праці на виготовлення й використання продукції підвищеної якості, навіть якщо її досягнення пов'язане з додатковими витратами, істотно зменшується;
 - якісна продукція забезпечує фінансову стійкість підприємства, а також одержання максимально можливого прибутку;
 - висока якість продукції позитивно впливає на імідж та конкурентоспроможність підприємства загалом.
- Особливо важливу роль у підвищенні якості продукції відіграють її стандартизація та сертифікація. В нашій країні правові та організаційні



Рис. 1. Модель економічного механізму управління якістю продукції

засади стандартизації, спрямовані на забезпечення єдиної технічної політики в цій сфері, регулюються Законом України «Про стандартизацію».

Стандартизація – це діяльність зі встановлення норм і вимог, яким має відповідати якість продукції. Метою стандартизації є забезпечення раціонального виробництва для виготовлення продукції, здатної задовольнити потреби споживача з урахуванням його прав та інтересів. При цьому необхідно забезпечити безпеку праці на підприємстві та збереження навколишнього середовища [3].

Результатом стандартизації є нормативні документи, які встановлюють правила, принципи та характеристики результатів діяльності підприємства, зокрема стандарт, кодекс ustalеної практики та технічні умови.

Нормативні документи зі стандартизації визначають загальні принципи стандартизації в Україні; систему органів, які здійснюють стандартизацію та їх компетенцію; порядок розроблення, затвердження, оформлення, реєстрації, обліку, зберігання й приймання стандартів, а також відповідальність за їх порушення.

Стандарт – це нормативний документ, що встановлює правила щодо діяльності чи її результатів задля досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній сфері [3].

Основні завдання контролю за дотриманням якості продукції визначені в Законі України «Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію неякісної та небезпечної продукції» [4], в якому передбачається порядок вилучення продовольчих та промислових товарів невідповідної якості у підприємств, які їх виробляють чи реалізують.

В Законі зазначено, що товари, які реалізуються підприємствами, мають супроводжуватись відповідними документами, наявність яких передбачається законодавством, зокрема сертифікатом відповідності або його копіями, завіреними в установленому порядку суб'єктом господарської діяльності, що відпустив товар, а також посвідченнями якості від товаровиробника.

Відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів», «споживач має право на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товар, що забезпечує можливість його компетентного вибору» [6].

Закон України «Про метрологію і метрологічну діяльність» [7] визначає єдність величин, якими вимірюються різні параметри якості продукції, а також вимоги до таких вимірів та їх перевірки.

Єдність вимірів в Україні забезпечується Державною метрологічною службою, яка підпорядковується Державному комітету зі стандартизації, сертифікації та метрології. Державні органи управління та окремі господарюючі суб'єкти створюють відомчі метрологічні служби для виконання

робіт із забезпечення єдності та точності вимірів та метрологічного контролю.

Міжнародна система сертифікації прийнята в усьому світі, що є прямим підтвердженням необхідності проведення постійного моніторингу якості продукції. Глибина перевірки та її етапи регулюються міжнародними стандартами, які умовно розділені на п'ять таких категорій:

- переробка, перевезення сировини й харчових продуктів;
- перевірка приміщень, обладнання, умов виробництва;
- якість і регулярність санітарної обробки приміщень та обладнання;
- методи боротьби з потенційними шкідниками та мікроорганізмами;
- ефективне управління процесами забезпечення сировиною та ведення документації.

Для забезпечення уніфікації вимог до виробництва якісної продукції використовуються стандарти ISO 22000 (табл. 1).

Міжнародний досвід управління якістю, викладений у світових стандартах з якості ISO, передбачає виокремлення найбільш суттєвих та ключових процесів виробництва продукції для забезпечення контролю якості продукції.

Враховуючи поєднання вимог українського законодавства щодо забезпечення якості продукції та міжнародних стандартів у цій сфері, можемо дійти висновку про необхідність застосування інтегрального підходу до управління якістю продукції, який буде враховувати забезпечення інтересів усіх груп зацікавлених осіб у виробництві якісної продукції та сприятиме забезпеченню високого рівня фінансово-економічної безпеки підприємства.

Інтегральне управління якістю продукції може базуватись на концепції «загального управління якістю», або TQM (Total Quality Management). Концепція TQM охоплює всі структури підприємства, всі види виробничої діяльності і спрямована на використання матеріальних і людських ресурсів для найбільш ефективного задоволення потреб споживачів, суспільства та співробітників підприємства. Отже, управління якістю відповідно до цієї концепції буде враховувати вимоги Закону України «Про стандартизацію» та найбільш повно враховувати інтереси усіх груп зацікавлених осіб.

Як показує міжнародний досвід, застосування концепції TQM сприяє підвищенню якості результатів трудової діяльності і зростанню фінансових показників [8]. Застосування цієї концепції в управлінні якістю продукції передбачає участь усіх працівників підприємства у забезпеченні зростання якості продукції для досягнення довгострокового успіху за рахунок як задоволення вимог споживача, так і забезпечення вигід для працівників підприємства й суспільства загалом.

Таблиця 1

Стандарти групи ISO 22000

Стандарт	Характеристика
1. СТАНДАРТ ISO 22000: 2005	Прийнятий у 2005 р. і схвалений міжнародною організацією сертифікації. Оцінює ефективність менеджменту тих підприємств, які зайняті в галузі переробки та виробництва харчових продуктів, на всіх етапах: від обробки сировини до упаковки.
2. СТАНДАРТ ISO / TS 22004: 2005	Визначає порядок використання ISO 22000: 2005, ведення звітного матеріалу, послідовність етапів контролю й доцільність застосування.
3. СТАНДАРТ ISO 22005: 2007	Досліджує залежності якості сировини та зовнішньої екологічної бази. Визначає закономірність якісного виробництва харчових продуктів. Визначає норми щодо кормових продуктів. Враховує принципи ефективного управління.
4. СТАНДАРТ ISO / TS 22002-1: 2009	Визначає норми якості для обладнання та виробництва продуктів харчування, роз'яснює спеціальні умови та різні передумови для якісного виробництва продуктів харчування відповідно до міжнародних стандартів.
5. СТАНДАРТ ISO / TS 22002-3: 2011	Визначає вимоги до ефективності планування та виконання сільськогосподарської діяльності, ступінь безпеки та якості сировини, яка використовується в подальшому ланцюжку харчового виробництва. Регламентує ефективне управління та довгострокове планування.
6. СТАНДАРТ ISO / TS 22003: 2007	Включає інструкції, що дають змогу проводити багаторівневий аудиторський контроль швидко і з максимальним охопленням всіх ланок виробництва, обробки та транспортування, зокрема для перевірки ефективності системи управління, менеджменту і продукції підприємства.

Таблиця 2

Відмінності основних принципів традиційної системи управління й системи TQM

Традиційні принципи управління	Принципи системи TQM
1. Задоволення потреб замовника	1. Задоволення потреб споживача, суспільства й співробітників організації
2. Планування, забезпечення і контроль підвищення якості продукції	2. Планування, забезпечення й контроль підвищення якості всіх процесів і системи
3. Розроблення переважно коригуючих дій	3. Розроблення переважно попереджувальних дій
4. Навчання управління якістю тільки співробітників відділу контролю якості	4. Навчання управління якістю всього персоналу
5. Покладення функцій забезпечення якості на відділ контролю якості	5. Покладення функцій забезпечення якості на весь відділ
6. Рішення в галузі якості тільки «невідкладних» питань і задач сьогодення	6. Постійне виявлення й рішення в галузі якості хронічних проблем
7. Виконання кожним автономно поставленого завдання	7. Координація і взаємодія діяльності всіх співробітників в галузі якості

Система «загального управління якістю» має певні відмінності від основних принципів традиційного управління, які наведені в табл. 2.

Як видно з табл. 2, підприємство з традиційними підходами до управління орієнтується на потреби замовника, які постійно змінюються, що викликає необхідність змінювати характеристики продукції, що виготовляється. Методичною базою традиційного підходу до управління є системи маркетингових досліджень і маркетингової інформації, що часто мають суб'єктивний характер і не завжди об'єктивно відображають потреби ринку.

Система TQM в управлінні якістю продукції не тільки буде враховувати інтереси споживача, але й сприятиме забезпеченню стратегічних цілей діяльності підприємства та забезпеченню потреб суспільства загалом. Такий підхід до управління

якістю продукції сприятиме зростанню фінансової стійкості підприємства у стратегічній перспективі та дасть змогу забезпечити високий рівень фінансово-економічної безпеки його діяльності.

В рамках застосування цієї системи під час управління якістю продукції доцільно буде вдосконалити такі механізми управління якістю:

- розроблення інструментарію прийняття управлінських рішень під час обґрунтування рівня витрат у собівартості продукції за певного рівня її якості на засадах визначення економічного ефекту системи управління якістю на підприємстві;

- застосовування класифікації витрат на якість шляхом розподілу їх на витрати у системі якості та витрати на систему якості, яка дає змогу більш виважено сформулювати вимоги до частки певних видів витрат у собівартості продукції під час її

планування та прогнозування залежно від вимог до продукції з боку споживачів та ринку;

– вдосконалення організаційно-методичного підходу до управління системою якості на підприємстві шляхом розроблення типової організаційної структури управління та адміністративних методів формування документообігу у системі якості підприємства.

Висновки з проведеного дослідження.

Система управління якістю в сучасних умовах господарювання має стати реальним інструментом безперервного вдосконалення діяльності підприємства й джерелом економічних вигід.

В умовах ринкових відносин кожне підприємство має орієнтуватись на досягнення максимальних результатів своєї діяльності, а наявність на ринку конкуренції значно знижує можливості підприємства щодо досягнення поставленої мети. В такому разі підприємство має створювати та підтримувати суттєві переваги перед конкурентами, основні з яких спрямовані на виробництво продукції високої якості, здатної якомога краще задовольняти потреби споживачів. Це обумовлює необхідність приділяти на підприємствах велику увагу цим питанням шляхом орієнтації на світовий досвід та відповідно до українського законодавства для створення сучасних систем управління якістю продукції.

Отже, стратегічним напрямом успішного функціонування підприємств у сучасних економічних умовах є формування ефективної системи управління якістю продукції на підприємстві, яка буде враховувати інтереси всіх груп зацікавлених осіб та сприятиме забезпеченню високого рівня фінансово-економічної безпеки підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вакуленко А.В., Гарафонов О.І., Гарбуз Н.А. Управління якістю : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2010. 551 с.
2. Деминг Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. Out of the Crisis / пер. с англ. Москва : Альпина Паблишер, 2011. 400 с.
3. Про стандартизацію : Закон України від 3 липня 2020 р. № 1315-VII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text> (дата звернення: 13.07.2020).
4. Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції : Закон України від 18 грудня 2017 р. № 1393-XIV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1393-14#Text> (дата звернення: 11.04.2020).
5. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 16 січня 2020 р. № 771/97-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2189-19> (дата звернення: 11.04.2020).

6. Про захист прав споживачів : Закон України від 3 липня 2020 р. № 1023-XII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2189-19> (дата звернення: 13.07.2020).

7. Про метрологію та метрологічну діяльність : Закон України від 3 липня 2020 р. № 1314-VII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2189-19> (дата звернення: 13.07.2020).

8. Давидова О.Ю., Писаревський І.М., Ладженська Р.С. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. Харків : ХНАМГ, 2012. 481 с.

REFERENCES:

1. Vakulenko A.V., Harafonova O.I., Harbuz N.A. (2010) Upravlinnia yakistiu [Quality management]: navch. posib. [Tutorial] M-vo osvity i nauky Ukrainy, DVNZ "Kyiv. nats. ekon. un-t im. Vadyma Hetmana" [Ministry of Education and Science of Ukraine, Vadym Hetman Kyiv National University of Economics], Kiev : KNEU, 551 p.
2. Deminh E. (2011) Vykход iz krizisa. Novaya paradihma upravleniya liudmi, sistemami i protsessami [Way out of the crisis. A new paradigm for managing people, systems and processes], M.: Alpina Publisher, 400 p.
3. Pro standartyzatsiiu [About standardization]: Zakon Ukrainy [Law of Ukraine] (2020) Verkhovna Rada Ukrainy [Supreme Council of Ukraine], no. 1315-VII. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text> (accessed: 13 July 2020).
4. Pro vyluchennia z obihu, pererobku, utylizatsiiu, znyshchennia abo podalshe vykorystannia neiakysnoi ta nebezpechnoi produktsii [On withdrawal from circulation, processing, utilization, destruction or further use of low-quality and dangerous products]: Zakon Ukrainy [Law of Ukraine] (2017) Verkhovna Rada Ukrainy [Supreme Council of Ukraine], no. 1393-XIV. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1393-14#Text> (accessed: 11 April 2020).
5. Pro osnovni pryntsypy ta vymohy do bezpechnosti ta yakosti kharchovykh produktiv [About the main principle and requirements to perfection and quality of food products]: Zakon Ukrainy [Law of Ukraine] (2020) Verkhovna Rada Ukrainy [Supreme Council of Ukraine], no. 771/97-BP. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2189-19> (accessed: 11 April 2020).
6. Pro zakhyst prav spozhyvachiv [On consumer protection]: Zakon Ukrainy [Law of Ukraine] (2020) Verkhovna Rada Ukrainy [Supreme Council of Ukraine], no. 1023-XII. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2189-19> (accessed: 13 July 2020).
7. Pro metrolohiu ta metrolohichnu dialnist [About metrology and metrological activity]: Zakon Ukrainy [Law of Ukraine] (2020) Verkhovna Rada Ukrainy [Supreme Council of Ukraine], no. 1314-VII. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2189-19> (accessed: 13 July 2020).
8. Davydova O.Yu., Pysarevskiy I.M., Ladyzhenska R.S. (2012) Upravlinnia yakistiu produktsii ta posluh u hotelno-restorannomu hospodarstvi [Management of quality products and services to the hotel and restaurant government]: navch. posib. [Tutorial] RMOINU – Kharkiv: KNAME, 481 p.

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ РЕНТИ НА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ЇХ РОЗВИТКУ З УРАХУВАННЯМ ЕКОЛОГО-СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СКЛАДОВИХ

FORMATION AND DISTRIBUTION OF INTELLECTUAL RENT TO THE AGRICULTURAL ENTERPRISES ON THE INNOVATIVE STRATEGIES FOR DEVELOPMENT BASED ECOLOGICAL AND SOCIO-ECONOMIC COMPONENTS

УДК 005.336.4:338.43(477)

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-29>

Яснолоб І.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва і права
Полтавська державна аграрна академія

Чайка Т.О.

к.е.н., начальник редакційно-видавничого
відділу
Полтавська державна аграрна академія

Черненко К.В.

к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія

YasnoIob Ilona

Poltava State Agrarian Academy

Chayka Tetyana

Poltava State Agrarian Academy

Chernenko Kseniia

Poltava State Agrarian Academy

У статті визначено вплив інтелектуального капіталу на еколого-соціально-економічний розвиток у контексті інноваційної стратегії розвитку аграрних підприємств. Розраховано інтелектуальну ренту за два роки на чотирьох аграрних підприємствах. За проведеними розрахунками сільськогосподарські підприємства мають низький рівень інтелектуального потенціалу, що є результатом недостатнього фінансування та відсутності дієвої стратегії його інноваційного розвитку. Це обумовлює необхідність підвищення психологічної готовності організації, менеджменту та управлінської команди до інновацій; розроблення дієвої стратегії інноваційного розвитку з урахуванням еколого-соціально-економічних складових частин; можливість інтеграції господарської діяльності; достатність рівнів саморегулювання та здатності мозкового центру до передбачення напрямів змін, готовності команди до змін; зростання компетенції та кваліфікації команди; зміни в цінностях, переконаннях, технологіях, філософії мислення; пошук додаткових джерел фінансування та іншої підтримки.

Ключові слова: інтелектуальна рента, інтелектуальний капітал, аграрні підприємства, еколого-соціально-економічні чинники, інновації, стратегічний розвиток.

В статье определено влияние интеллектуального капитала на эколого-социально-

экономическое развитие в контексте инновационной стратегии развития аграрных предприятий. Рассчитана интеллектуальная рента за два года на четырех аграрных предприятиях. По проведенным расчетам сельскохозяйственные предприятия имеют низкий уровень интеллектуального потенциала, что является результатом недостаточного финансирования и отсутствия действенной стратегии его инновационного развития. Это обусловливает необходимость повышения психологической готовности организации, менеджмента и управленческой команды к инновациям; разработку действенной стратегии инновационного развития с учетом эколого-социально-экономических составляющих; возможность интеграции хозяйственной деятельности; достаточность уровней саморегулирования и способности мозгового центра к предвидению направлений изменений, готовности команды к изменениям; рост компетенции и квалификации команды; изменения в ценностях, убеждениях, технологиях, философии мышления; поиск дополнительных источников финансирования и другой поддержки.

Ключевые слова: интеллектуальная рента, интеллектуальный капитал, аграрные предприятия, эколого-социально-экономические факторы, инновации, стратегическое развитие.

The article identifies the impact of intellectual capital on environmental, socio-economic development in the context of an innovative strategy for the development of agricultural enterprises. The intellectual rent for two years at four agricultural enterprises is calculated. The conducted analysis of the formation and distribution of intellectual rent at agrarian enterprises showed that in 2018, the LLC and the farm used not only the licenses on the objects of industrial property, but also other intellectual resources, while in 2019, all the enterprises had the negative value of the intellectual rent, which is the result of the low level of the enterprise's intellectual potential. According to the conducted estimations, agricultural enterprises have a low level of intellectual potential, which is the result of insufficient financing and the absence of the efficient strategy of their innovation development. It stipulates the necessity of: raising the psychological readiness of the organization, the managerial staff and executives to introduce innovations; developing the efficient strategy of innovation development taking into account ecological, social, and economic components; the possibility of economic activities' integration; sufficient levels of self-regulation and the ability of the brain center to forecast the directions of changes, the readiness of the team to changes; growing of the team's competence and qualification; changing of values, persuasions, in technologies, in the philosophy of thinking; the search of additional sources of financing, and other support. The recommendations to the agricultural enterprises were given as to improving their innovative activities with the aim of raising the efficiency of using intellectual capital and intellectual rent. The recommendations envisage: the psychological readiness of the organization, the managerial staff and the team; developing the efficient strategy; the possibility of integration and interference; the sufficient levels of self-regulation and the ability of the brain center to forecast the directions of changes, the readiness of the team to changes; improving the team's competence; the directions of changes in values, persuasions, in technologies, in the philosophy of thinking; the presence of financial resources (one's own or attracted); the possibility of the government support, etc.

Key words: intellectual rent, intellectual capital, agrarian enterprises, ecological-socio-economic factors, innovations, strategic development.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток будь-якого суб'єкта економічних відносин, виробництва, сектору економіки та економіки загалом неможливий без урахування концепції стійкого розвитку задля збалансування екологічних, соціальних, економічних, культурних, національних складових частин. У цьому контексті одним із найважливіших процесів реформування аграрного

сектору економіки в умовах інтеграції є інтелектуалізація виробництва, адже інтелектуальний капітал визначає конкурентоспроможність соціально-економічних систем, виступає ключовим ресурсом їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розроблення теоретичних підходів до вивчення ренти здійснювалось у працях класиків економічної

думки Ф. Кене, В. Петті, Д. Андерсона, А. Сміта, Д. Рікардо, Дж.С. Мілля, К. Маркса, О. Маршалла [3–8]. Теоретичні основи рентних відносин саме у сільському господарстві знаходять відображення у праці [9]. Заслугує на увагу авторський підхід [10] до визначення сутності та функцій інтелектуальної ренти. У праці [11] інтелектуальна рента розглядається як джерело та результат поступального інноваційного розвитку. Авторський колектив [12] досліджував інтелектуальну ренту як складову частину моделі інноваційного розвитку аграрного сектору економіки. Проте дослідження інтелектуальної ренти в аграрному секторі економіки в контексті стійкого розвитку не отримали достатньої уваги, незважаючи на необхідність його розвитку з урахуванням еколого-соціально-економічних принципів.

В умовах інноваційного розвитку аграрного сектору економіки України постає необхідність підвищення інноваційної активності підприємств, стимулом якої є утворення інтелектуальної ренти. На думку сучасних німецьких дослідників Х. Шілара і К. Шварца, крім «ноу-хау», джерелами квазі-ренти є загальний рівень освіти, дисципліна праці, творчість, багаторічні національні традиції виробництва. Вони стверджують, що надприбутки, «які приносять такі «ресурси», можуть перевершувати ренти з найбагатших нафтових родовищ [1].

Аналогічної думки дотримується С. Глазьев, який стверджує, що сьогодні на світовому ринку на частку інтелектуальної ренти приходить зростаюча частина економічного багатства, яка має динаміку до збільшення. На його думку, більшу частину цін (до 70%) на сучасні товари становить саме інтелектуальна рента [2].

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення питання формування та розподілу інтелектуальної ренти на аграрних підприємствах у контексті інноваційної стратегії їх розвитку з урахуванням еколого-соціально-економічних складових частин.

Для досягнення поставленої мети дослідження визначено такі наукові завдання:

- аналіз формування та розподілу інтелектуальної ренти на аграрних підприємствах, які розвиваються за інноваційною стратегією;
- надання рекомендацій щодо покращення інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств задля підвищення використання інтелектуального капіталу та збільшення інтелектуальної ренти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні джерелами інтелектуальної ренти є не лише інновації, але й загальний рівень освіти, культура та дисципліна праці, творчість, багаторічні національні традиції виробництва, вартість яких не відображається у фінансовій звітності. Окрім того, існує практика використання неліцензованих

та незапатентованих інновацій, що значно знижує інноваційну діяльність підприємств.

Позбутися цього недоліку можна шляхом розвитку особистої відповідальності керівництва та управлінців підприємства щодо використання ліцензованих і запатентованих інновацій, постійного збільшення такої складової частини інтелектуального капіталу, як людський капітал (залучення фахівців з вищою освітою та багаторічним досвідом, постійне підвищення кваліфікації, впровадження системи мотивації праці тощо) [3].

Використовуючи інтелектуальний капітал, сільськогосподарське підприємство розвивається за інноваційною стратегією, яка, на нашу думку, забезпечує ефективну довгострокову динаміку його розвитку шляхом впровадження інноваційних рішень. При цьому результативність інноваційної стратегії розвитку підприємства в аграрному секторі економіки може бути оцінена шляхом визначення інтелектуальної ренти на рівні підприємства (IP^n) за формулою (1) [7]:

$$IP^n = D - B - \Pi_n^n, \quad (1)$$

де D – доходи від усіх видів діяльності (виручка від реалізації продукції, операційні, інвестиційні та фінансові доходи) за рік, грн.; B – витрати за всіма видами діяльності (собівартість продукції, операційні, інвестиційні та фінансові доходи) за рік, грн.; Π_n^n – нормативний прибуток підприємства за рік, грн.:

$$\Pi_n^n = BK \times K_{рн}^n, \quad (2)$$

де BK – власний капітал підприємства на кінець року, грн.; $K_{рн}^n$ – середньогалузеве значення рентбельності власного капіталу за даними державної статистичної звітності, %.

Вищенаведене дає нам змогу визначити результативність формування та розподілу інтелектуальної ренти на прикладі чотирьох сільськогосподарських підприємств, які розвиваються за інноваційною стратегією, таких як фермерське господарство (ФГ), товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), товариство з додатковою відповідальністю (ТДВ) та приватне підприємство (ПП). Використовуючи фінансову звітність цих підприємств (форму 1 «Баланс» і форму 2 «Звіт про фінансові результати»), ми розрахували розподіл їх інтелектуальної ренти (табл. 1).

Наведені розрахунки свідчать про те, що у 2018 р. товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) і фермерське господарство (ФГ) використовували не лише ліцензії на об'єкти промислової власності, але й інші інтелектуальні ресурси, тоді як у 2019 р. всі підприємства мали від'ємне значення інтелектуальної ренти, що є результатом низького рівня інтелектуального потенціалу підприємства.

За проведеними розрахунками сільськогосподарські підприємства мають низький рівень

Таблиця 1
Динаміка вартості інтелектуальної ренти в аграрних підприємствах, 2018–2019 рр.

№	Показники	ФГ			ТОВ			ТДВ			ПП		
		2018 р.	2019 р.	динаміка, %	2018 р.	2019 р.	динаміка, %	2018 р.	2019 р.	динаміка, %	2018 р.	2019 р.	динаміка, %
1	Доходи від усіх видів діяльності за рік (Д), тис. грн.	29 989	30 965	3,3	10 733 232	11 760 539	9,6	14 319	15 281	6,7	11 274	10 746	-4,7
2	Витрати за всіма видами діяльності за рік (В), тис. грн.	23 352	23 620	1,1	10 564 784	11 694 913	10,7	14 227	13 113	-7,8	10 137	9 021	-11,0
3	Нормативний прибуток за рік ($\Pi_{\text{н}}$), тис. грн.	6 585,4	12 369,8	87,8	165 324,0	509 552,6	208,2	1 466,7	2 674,8	82,4	2 020,1	3 320,9	64,4
4	Власний капітал на кінець року (ВК), тис. грн.	28 632	34 943	22,0	718 800	1 439 414	100,3	6 377	7 556	18,5	8 783	9 381	6,8
5	Середньогалузеве значення рентабельності власного капіталу ($K_{\text{рн}}^{\text{п}}$), %	23,0	35,4	53,9	23,0	35,4	53,9	23,0	35,4	53,9	23,0	35,4	53,9
6	Інтелектуальна рента (ІРП), тис. грн.	51,6	-5 024,8	×	3 124,0	-443 926,6	×	-1 374,7	-506,8	×	-883,1	-1 595,9	×

інтелектуального потенціалу, що є результатом недостатнього фінансування та відсутності дієвої стратегії його інноваційного розвитку. Це обумовлює необхідність підвищення психологічної готовності організації, менеджменту та управлінської команди до інновацій; розроблення дієвої стратегії інноваційного розвитку з урахуванням еколого-соціально-економічних складових частин; можливість інтеграції господарської діяльності; достатність рівнів саморегулювання та здатності мозкового центру до передбачення напрямів змін, готовності команди до змін; зростання компетенції та кваліфікації команди; зміни в цінностях, переконаннях, технологіях, філософії мислення; пошук додаткових джерел фінансування та іншої підтримки [4].

Результати досліджень свідчать про те, що підприємства мають самостійно вирішувати питання інноваційного розвитку, тому що державна підтримка інноваційної діяльності в Україні не відповідає сучасним вимогам і здебільшого має декларативний характер [5]. У таких умовах інноваційний розвиток аграрного сектору, хоча й має більш ускладнену структуру шляхом використання у функціонально-виробничих процесах природних ресурсів та біологічних організмів, відбувається лише на поодиноких підприємствах. Реалізація моделі інноваційного розвитку в аграрному секторі економіки обумовлює виникнення вигід у трьох напрямках (для суспільства, монопольні вигоди, приватні вигоди), що потребує збалансованого узгодження кількості товаровиробників, які впроваджують інновації, їх мотивації, структури стимулів, генерованої суспільством, рівня конкуренції, попиту на інновації та інноваційну продукцію як з боку кінцевого споживача, так і з боку споживача-переробника. Зі внутрішньо системних факторів інноваційний розвиток аграрного сектору економіки на 30% стримується незадовільним фінансовим станом підприємств, на 25% – низькою якістю науково-дослідних робіт і низьким рівнем інтеграції науки з виробництвом [8].

Водночас останнім часом сільськогосподарські підприємства почали більш активно впроваджувати інновації, змінюючи парадигму мислення. В результаті цього приблизно 20% сільськогосподарських підприємств, головним чином великі за розмірами господарські товариства та приватно-орендні підприємства, витрачають на вдосконалення виробництва більше 30% чистого прибутку. Однак здебільшого на полях і фермах суб'єктів господарювання аграрного сектору економіки України домінують витратні технології, адже витрати пального на 1 га сільськогосподарських угідь перевищують аналогічні в розвинених країнах Заходу у 2–3 рази. Близько третини сільськогосподарських підприємств є збитковими [9].

Слід зазначити, що великою проблемою запровадження інновацій в аграрний сектор є недостатнє

фінансування. В середньому на створення одного сорту чи гібриду сільськогосподарських культур у США витрачають щорічно 250 тис. дол., при цьому загальні витрати складають 1,5–2,5 млн. дол. В Україні на здійснення науково-дослідної програми по овочах в умовах захищеного ґрунту виділяється близько 1 млн. грн., що в еквіваленті складає 125 тис. дол. Наведені показники рівня фінансування аграрної сфери яскраво свідчать про його недостатність в Україні, адже воно в десятки разів менше, ніж у США [10].

Більше того, в Україні не лише не виділяються кошти на впровадження новітніх технологій, але й взагалі існує проблема відтворення технічної бази аграрного виробництва, адже до рівня технологічної потреби виробничого процесу аграрних підприємств необхідно інвестувати (за 10–12 років) понад 300 млрд. грн., що сьогодні є нереальним для товаровиробників [11].

При цьому за відтворювальною структурою інвестицій у сільське господарство здійснюються переважно у технічне переоснащення та реконструкцію діючих підприємств, будівель, споруд (72,9%), а не в нове будівництво (24,9%). Причому робиться це переважно за рахунок коштів сільськогосподарських підприємств, тоді як за рахунок державного бюджету здійснюється лише 3,2% аграрних інвестицій (для порівняння, в окремих галузях державне фінансування сягає 85%, а загалом по економіці – 5,6%) [12]. Також про недостатнє фінансування свідчить той факт, що, за розрахунками науковців, аграрний сектор недоотримував за останні роки значні суми коштів на фінансування наукових та науково-технологічних робіт, адже їх частка у валовій доданій вартості сільського господарства становила 0,65% [10].

Сьогодні інновації переважно впроваджуються у прибуткові рослинницькі галузі: 46% підприємств застосовують нові сорти та гібриди сільськогосподарських культур, 25% – нові сільськогосподарські машини й механізми, 14% – нові системи обробітку ґрунту. Незначний рівень (5%) використовує науково обґрунтовані сівозміни. У тваринництві 52% підприємств застосовували нові породи сільськогосподарських тварин, інші ж види інновацій, зокрема високоефективні корми, нові механізми та засоби захисту рослин, перебувають майже на одному рівні (близько 16%).

З огляд на нерозвиненість вітчизняних галузей тваринництва найбільш вірогідним є входження суб'єктів господарювання з інноваційними розробками саме в галузь тваринництва з можливістю одночасної промислової переробки продукції, що дасть змогу в перспективі вирішувати соціально-економічні та екологічні проблеми. Однак при цьому доцільною є зміна інноваційної політики та стратегії підприємств залежно від спеціалізації

регіону, природно-кліматичних умов, можливостей кооперування тощо [8].

Таким чином, основними утворюючими елементами моделі інноваційного розвитку аграрного сектору України є біологічний потенціал та науково-освітня система, яка формує інноваційне мислення, генерує інновації та забезпечує аграрний сектор економіки компетентними спеціалістами, здатними працювати з різними видами інновацій. Забезпечувати в часовому просторі динамічний синергетичний ефект у діяльності підприємств та підтримання системи у стані інноваційного розвитку можна за умови випередження темпів здійснення змін у системі менеджменту порівняно зі змінами у зовнішньому середовищі [6]. Рушійним же фактором інноваційного розвитку має стати психологічна готовність організації, менеджменту та управлінської команди. Результативність інноваційного розвитку аграрного сектору економіки визначається здатністю системи управління забезпечити ефект від впровадження різних видів інновацій на різних ієрархічних рівнях, включаючи аграрні підприємства, та ефективністю здійснення змін в усіх підсистемах [13].

При цьому мають враховуватися фактори впливу на сприйняття вітчизняними аграрними підприємствами інновацій зовнішнього й внутрішнього спрямування, а також необхідності діагностики та оцінювання факторів забезпечення успіху, зокрема агресивності стратегій, інтеграції, втручання, рівня саморегулювання в організації, рівня здатності мозкового центру до передбачення напрямів змін, рівня готовності команди до змін, темпів зростання компетенції команди, напрямів змін у цінностях, переконаннях, технологіях, філософії мислення.

Регіональна інноваційна політика має бути наповнена новим змістом, а саме стратегічними напрямами інноваційного розвитку регіонального аграрного сектору економіки та цільовою спрямованістю; завданнями економічного, соціального, екологічного, синергетичного, демографічного, науково-технічного, організаційно-правового, інституціонально-структурного характеру; механізмами реалізації та методами впливу регіональних інститутів, що сприятиме підвищенню рівня обґрунтованості стратегічних рішень забезпечення сталості розвитку аграрного сектору економіки, його конкурентоспроможності.

На думку О. Тарабріна, низький рівень інноваційної сприйнятливості та активності суб'єктів аграрного сектору економіки України зумовлений чинниками зовнішнього та внутрішньо системного характеру. Зовні перешкоди реалізації моделі інноваційного розвитку більшою мірою зумовлені несистемністю у прийнятті рішень щодо державної інноваційної та аграрної політики, нерозвинутою системою фінансування й кредитування

інноваційної діяльності та високим ризиком інноваційної діяльності. Внутрішньо системні дестабілізуючі фактори перебувають в площині незадовільного фінансового стану аграрних підприємств та зниження якості науково-дослідних робіт і рівня інтеграції науки з виробництвом [8].

Погоджуючись із О. Петуховою, зазначаємо, що, незважаючи на проголошення інноваційного шляху розвитку пріоритетним для України, системне управління інноваційним процесом в аграрному секторі економіки з боку держави поки що не сформоване. Вимагає вдосконалення нормативно-правова база регулювання інноваційної діяльності в Україні, яка нині є фрагментарною, нецілісною та суперечливою. Потребують суттєвих структурних перетворень вітчизняна освіта й наука, які складають першооснову інноваційного процесу. В державі необхідно сформувати дієвий механізм фінансової підтримки інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки.

Методами вирішення зазначених проблем може стати системне й послідовне забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору економіки України через розвиток інтелектуального капіталу; підготовка кадрів високої кваліфікації для наукової діяльності; розроблення комплексу заходів щодо створення та розвитку єдиної, скоординованої організаційно-фінансової інфраструктури інноваційної діяльності; забезпечення сприятливих умов для диверсифікації джерел фінансування інновацій; чітке визначення пріоритетів науково-технічного розвитку; гармонізація законодавства в інноваційній сфері; створення механізмів державного стимулювання інноваційної активності сільськогосподарських підприємств, зокрема впровадження новачків в агропромислове виробництво та їх дифузії.

З огляду на вищезазначене та сільськогосподарську спеціалізацію України постає актуальна проблема нівелювання загроз руйнації та деградації аграрного сектору економіки, використання потенційних можливостей його інноваційного розвитку, вирішення якої лежить в площині формування резонансної зазначеним умовам системи управління через зміну парадигми суспільного мислення й позиціонування аграрного сектору як «точки динамічного зростання» економіки України.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений аналіз формування та розподілу інтелектуальної ренти на аграрних підприємствах засвідчив, що у 2018 р. товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) і фермерське господарство (ФГ) використовували не лише ліцензії на об'єкти промислової власності, але й інші інтелектуальні ресурси, тоді як у 2019 р. всі підприємства мали від'ємне значення інтелектуальної ренти, що є результатом низького рівня інтелектуального потенціалу підприємства.

Надані рекомендації сільськогосподарським підприємствам щодо покращення інноваційної діяльності задля підвищення використання інтелектуального капіталу та збільшення інтелектуальної ренти, які передбачають психологічну готовність організації, менеджменту та управлінської команди; розроблення дієвої стратегії; можливість інтеграції та втручання; достатність рівнів саморегулювання та здатності мозкового центру до передбачення напрямів змін, готовності команди до змін; зростання компетенції команди; напрями змін у цінностях, переконаннях, технологіях, філософії мислення; наявність фінансових ресурсів (власних або залучених); можливість державної підтримки тощо.

Загалом модель інноваційного розвитку аграрного сектору економіки передбачає зміщення характеру присвоєння ренти: від природної до інтелектуальної. Отже, сьогодні є перспективним напрямом для подальших наукових досліджень питання розподілу й використання інтелектуальної ренти в аграрному секторі економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шилар Х., Шварц К. Развитие оптимизационного мышления в политической экономии и связь оптимальных оценок в трудовой теории стоимости. Москва : Экономика и оптимизация, 1990. С. 198.
2. Глазьев С. Мировой экономический кризис как процесс смены технологических укладов. *Вопросы экономики*. 2009. № 3. С. 26–38.
3. Yasnolob I., Gorb O., Opara N., Shejko S., Pysarenko S., Mykhailova O., Mokiienko T. The Formation of the Efficient System of Ecological Enterprise. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2019. [S.I.], Vol. 9. Issue 5. P. 1052–1061. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/2595>. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.9.5\(29\).17](https://doi.org/10.14505/jemt.9.5(29).17).
4. Yasnolob I., Chayka T., Diadyk T., Rudych A., Bezкровnyi O., Danylenko V., Shulga L., Svitlychna A. Human Factor in the Creation and Development of Energy Independent and Energy Efficient Rural Settlements. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2018. Vol. 10. Issue 5 (37). P. 1029–1036. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/4005>. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.5\(37\).10](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.5(37).10).
5. Yasnolob I., Radionova Y. The organizational fundamentals of innovation development management of agro-industrial enterprises. *Economics, Management and Sustainability*. 2017. [S.I.], Vol. 2. No. 1. P. 60–66. URL: <https://jems.sciview.net/index.php/jems/article/view/18>. DOI: <https://doi.org/10.14254/jems.2017.2-1.5>.
6. Yasnolob I., Chayka T., Gorb O., Shvedenko P., Protas N., Tereshchenko I. Intellectual Rent in the Context of the Ecological, Social, and Economic Development of the Agrarian Sector of Economics. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2017. Vol. 7. Issue 23. P. 1442–1450. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v8.7\(23\).13](https://doi.org/10.14505/jemt.v8.7(23).13). URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1780>.

7. Суша Г., Луцев А. Определение стоимости интеллектуальной ренты и материальное поощрение персонала. URL: http://www.pac.by/dfiles/001581_901190_lucevich5.pdf.

8. Тарабрін О., Піменов І. Інноваційний розвиток аграрного сектору економіки України в сучасних умовах. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/inb/2011-2/11_tarabrin.pdf.

9. Зубець М., Саблук П., Тивончук С. Інноваційно-випереджувальна модель якісного розвитку агропромислового виробництва. *Економіка АПК*. 2008. № 12. С. 3–8.

10. Коденська М. Інноваційний продукт аграрно-економічної науки, його оцінка та інвестиційне забезпечення. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vkhnu_ekon/2009.../11_02.pdf.

11. Мельник Ю., Саблук П. Агропромислове виробництво України: уроки 2008 року і шляхи забезпечення інноваційного розвитку. *Економіка АПК*. 2009. № 1. С. 3–15.

12. Лупенко Ю., Лупенко Є. Інвестування розвитку сільського господарства. *Економіка АПК*. 2008. № 12. С. 59–62.

13. Сіренко Н. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектору економіки України : монографія. Миколаїв, 2010. 416 с.

REFERENCES:

1. Shylar Kh., & Shvarts K. (1990). Razvitiye optimizatsionnogo myshleniya v politicheskoy ekonomii i svyaz' optimal'nykh otsenok v trudovoy teorii stoimosti [The Development of Optimization Thinking in Political Economy and the Connection of Optimal Estimations in Labor Theory of Value]. Moscow : Ekonomika i optimizatsiya P. 198 [in Russian].
2. Glaziev S. (2009). Mirovoy ekonomicheskii krizis kak protsess smeny tekhnologicheskikh ukladov [The World Economic Crisis as a Process of Changing the Technological Structures]. *Voprosy ekonomiki – The Questions of Economics*, 3, 26–38 [in Russian].
3. Ilona Yasnolob, Oleg Gorb, Nadiia Opara, Serhii Shejko, Svitlana Pysarenko, Olena Mykhailova, Tetyana Mokiienko (2018) The Formation of the Efficient System of Ecological Enterprise. *Journal of Environmental Management and Tourism*. [S.I.], Vol. 9. Issue 5. P. 1052–1061. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/2595>. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.9.5\(29\).17](https://doi.org/10.14505/jemt.9.5(29).17).
4. Yasnolob Ilona, Tetyana Chayka, Tetiana Diadyk, Alla Rudych, Oleksandr Bezкровnyi, Viktoriia Danylenko, Lyudmyla Shulga, Alla Svitlychna (2019) Human Factor in the Creation and Development of Energy Independent and Energy Efficient Rural Settlements. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (Volume X, Fall), 5 (37). 1029–1036. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/4005>. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.5\(37\).10](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.5(37).10).
5. Yasnolob Ilona, Radionova Yana (2017) The organizational fundamentals of innovation development management of agro-industrial enterprises. *Economics, Management and Sustainability*, [S.I.], Vol. 2, no. 1, p. 60–66. URL: <https://jems.sciview.net/index>.

php/jems/article/view/18. DOI: <https://doi.org/10.14254/jems.2017.2-1.5>.

6. Yasnolob I., Chayka T., Gorb O., Shvedenko P., Protas N., Tereshchenko I. (2017) Intellectual Rent in the Context of the Ecological, Social, and Economic Development of the Agrarian Sector of Economics. *Journal of Environmental Management and Tourism*. Vol. 7. Issue 23. P. 1442–1450. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v8.7\(23\).13](https://doi.org/10.14505/jemt.v8.7(23).13). URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1780>.

7. Susha H., Lutsev A. Opredeleniye stoimosti intellektual'noy renty i material'noye pooshchreniye personala [The Determining of the Intellectual Rent Cost and Financial Incentives of the Personnel]. URL: http://www.pac.by/dfiles/001581_901190_lucevich5.pdf [in Ukrainian].

8. Tarabarin O., Pimenov I. (2011). Innovatsiynny rozvytok ahrarnoho sektora ekonomiky Ukrayiny v suchasnykh umovakh [Innovation Development of the Agrarian Sector of Ukrainian Economy under Modern Conditions]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/inb/2011-2/11_tarabrin.pdf [in Ukrainian].

9. Zubets M., Sabluk P., & Tyvonchuk S. (2008). Innovatsiyno-vyperedzhuval'na model' yakisnoho rozvytku ahropromyslovoho vyrobnytstva [Innovation-Outstripping Model of High-Quality Development of Agro-

Industrial Production]. *Ekonomika APK – Economics of Agro-Industrial Complex*, 12, 3–8 [in Ukrainian].

10. Kodenska M. (2009). Innovatsiynny produkt ahrarno-ekonomichnoyi nauky, yoho otsinka ta investytsiynne zabezpechennya [Innovative Product of Agrarian-Economic Science, its Evaluation, and Investment Provision]. Retrieved from: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vkhna_ekon/2009.../11_02.pdf [in Ukrainian].

11. Melnyk Yu., Sabluk P. (2009). Ahropromyslove vyrobnytstvo Ukrayiny: uroky 2008 roku i shlyakhy zabezpechennya innovatsiynoho rozvytku [Agro-Industrial Production of Ukraine: the Lessons of 2008 and the Ways of Innovation Development Provision]. *Ekonomika APK – Economics of Agro-Industrial Complex*, 1, 3–15 [in Ukrainian].

12. Lupenko Yu., & Lupenko Ye. (2008). Investuvannya rozvytku sil's'koho hospodarstva [Investing in the Development of Agriculture]. *Ekonomika APK – Economics of Agro-Industrial Complex*, 12, 59–62 [in Ukrainian].

13. Sirenko N. (2010). Upravlinnya stratehiyeyu innovatsiynoho rozvytku ahrarnoho sektora ekonomiky Ukrayiny [Management of the Strategy of Innovation Development of the Agrarian Sector of Ukrainian Economics]. *Mykolaiv* [in Ukrainian].

РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ
І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКАСУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ
В КАРПАТСЬКОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ РАЙОНІCURRENT STATE AND PROSPECTS OF RESOURCE CONSERVATION
DEVELOPMENT IN THE CARPATHIAN ECONOMIC REGION

У статті розглянуто основні підходи до поняття ресурсозбереження; визначено необхідність аналізу ресурсозбереження з урахуванням природних особливостей та специфіки природно-ресурсного потенціалу окремої території; досліджено сучасний стан та проблеми ресурсозбереження у Карпатському економічному районі. Розглянуто три групи показників ресурсозбереження: економічні, екологічні, соціальні. Проаналізовано динаміку валового регіонального продукту та капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища Карпатського регіону за 2016–2019 рр., визначено причини несприятливої соціально-економічної та екологічної ситуації у регіоні. Досліджено основні екологічні та соціальні показники ресурсозбереження. Проаналізовано викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря в розрізі окремих областей досліджуваного регіону, а також звернуто увагу на показник захворюваності населення. На основі проведеного дослідження запропоновано пріоритетні напрями проведення ресурсозберігаючої політики у Карпатському економічному районі.

Ключові слова: ресурсозбереження, економічний район, еколого-економічна безпека, економічні показники ресурсозбереження, валовий регіональний продукт, капітальні інвестиції, екологічні показники ресурсозбереження, соціальні показники ресурсозбереження.

В статті рассмотрены основные подходы к понятию ресурсосбережения;

определена необходимость анализа ресурсосбережения с учетом природных особенностей и специфики природно-ресурсного потенциала отдельной территории; исследованы современное состояние и проблемы ресурсосбережения в Карпатском экономическом районе. Рассмотрены три группы показателей ресурсосбережения: экономические, экологические, социальные. Проанализирована динамика валового регионального продукта и капитальных инвестиций на охрану окружающей среды Карпатского региона за 2016–2019 гг. Определены причины неблагоприятной социально-экономической и экологической ситуации в регионе. Исследованы основные экологические и социальные показатели ресурсосбережения.

Проанализированы выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух в разрезе отдельных областей исследуемого региона, а также обращено внимание на показатель заболеваемости населения. На основе проведенного исследования предложены приоритетные направления проведения ресурсосберегающей политики в Карпатском экономическом районе.

Ключевые слова: ресурсосбережение, экономический район, эколого-экономическая безопасность, экономические показатели ресурсосбережения, валовой региональный продукт, капитальные инвестиции, экологические показатели ресурсосбережения, социальные показатели ресурсосбережения.

УДК 330.338.2

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-30>

Бойда С.В.

к.е.н., асистент кафедри обліку і оподаткування
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Boyda Svitlana

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National
University

The article considers the main approaches to the concept of resource conservation; the expediency of considering resource conservation in inseparable connection with ecological and economic security is proved; the necessity of the analysis of resource saving taking into account natural features and specificity of natural resource potential of separate territory is defined; the current state and problems of resource conservation in the Carpathian economic region are studied. It is determined that the result of resource conservation should be an increase in economic, environmental and social efficiency of production. Three groups of resource saving indicators are considered: economic, ecological, social. The dynamics of gross regional product and capital investments in environmental protection of the Carpathian region for 2016–2019 are analyzed. The causes of unfavorable socio-economic and environmental situation in the region are identified: difficult to manage hydrological and climatic conditions; impaired transport accessibility; low specific indicators of arable land supply; the structure of the land fund is not optimal due to a significant reduction of the forested area, etc. The main ecological and social indicators of resource conservation are studied. Emissions of pollutants into the atmosphere in the context of individual areas of the study region are analyzed. The largest amount of pollutant emissions into the atmosphere is due to the supply of electricity, gas, steam and air conditioning. In terms of oblasts, the largest number of emissions is observed in Ivano-Frankivsk oblast. Attention is also paid to the morbidity rate. Based on the study, the priority areas of resource conservation policy in the Carpathian economic region are proposed, the main of which are the following: regular monitoring of resource conservation in the region; wide use of secondary raw materials in the processing industry; introduction of waste-free or low-waste production technologies; land fund stabilization; effective regulation of forest use, conservation of recreational resources; increasing motivation to implement resource-saving projects.

Key words: resource conservation, economic region, ecological and economic security, economic indicators of resource conservation, gross regional product, capital investments, ecological indicators of resource conservation, social indicators of resource conservation.

Постановка проблеми. Питання взаємозв'язку економічного розвитку і ресурсозбереження є актуальним уже протягом багатьох років. Підвищений інтерес науковців до дослідження цих проблем викликаний різким загостренням екологічної ситуації

в глобальному масштабі. Усе більше фінансових ресурсів у розвинутих країнах світу спрямовуються на погашення екологічних конфліктних ситуацій і ресурсозбереження. Еколого-економічна ситуація в Україні має значні територіальні відмінності як за

характером і гостротою проблем, так і за можливостями їх практичного вирішення. Саме тому назріла об'єктивна необхідність регіональної диференціації управлінських рішень та практичних дій, спрямованих на поліпшення соціально-економічної ситуації та ресурсозбереження конкретної території. Потреба у проведенні регіональної політики ресурсозбереження викликана також низькою результативністю уніфікованих механізмів регулювання еколого-економічної ситуації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню поняття ресурсозбереження присвятили свої праці такі сучасні вітчизняні вчені, як: І.С. Біла, Н.В. Красман [1], О.В. Брежнева-Єрмоленко [2], Є.П. Желібо, Л.П. Гацька, Т.О. Мурована [4], О.В. Кубатко, А.А. Іскаков [6] та ін. Вивченням теоретичних та прикладних аспектів регіональної політики і проблем природокористування Карпатського регіону займаються А.Я. Гадзало [3], В.С. Кравців [5] та ін. Різноманітність теоретичних підходів та постійні зміни реальної соціально-економічної та екологічної ситуації викликають необхідність продовження досліджень у даному напрямі.

Постановка завдання. Метою дослідження є оцінка поточного стану та визначення основних перспективних напрямів розвитку ресурсозбереження в Карпатському економічному районі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сучасний стан економіки України у цілому та Карпатського економічного району зокрема потребує підвищеної уваги до проблем екологізації виробництва та переорієнтації ресурсовитратних виробництв на ресурсозберігаючі. Різноманітність підходів, що застосовуються різними науковцями, а також багатогранність самого поняття «ресурсозбереження», призвели до існування багатьох трактувань досліджуваної категорії. У найбільш загальному контексті ресурсозбереження розглядається у двох основних напрямках: по-перше, ресурсозбереження є будь-якою діяльністю, спрямованою на охорону навколишнього середовища; по-друге, ресурсозбереження передбачає раціональне використання усіх без винятку ресурсів, включаючи природні. Український державний науково-дослідний інститут «Ресурс» трактує ресурсозбереження як прогресивний напрям використання природно-ресурсного потенціалу, що забезпечує економію природних ресурсів та зростання виробництва продукції за тієї самої кількості використаної сировини, палива, основних і допоміжних матеріалів [8].

На думку О.В. Кубатко та А.А. Іскакова [6], поняття ресурсозбереження необхідно розглядати у нерозривному зв'язку з еколого-економічною безпекою, що більш повно характеризує його сутність. Такий підхід доцільно використовувати й у рамках даного дослідження. Під ресурсозбереженням зазначені науковці розуміють такий

механізм проектування, виробництва та реалізації продукції, за якого не порушуються життєво важливі інтереси суспільства, суб'єктів господарювання та навколишнього середовища [6, с. 31]. Результатом ресурсозбереження повинно бути підвищення економічної, екологічної та соціальної ефективності виробництва.

І.С. Біла та Н.В. Красман виділяють три групи показників ресурсозбереження: економічні, екологічні, соціальні [1, с. 54]. Основними економічними показниками ресурсозбереження є: обсяги споживання благ; обсяги заощаджень та інвестицій у розрахунку на душу населення внаслідок ресурсозбереження; капітальні вкладення в ресурсозберігаючу діяльність; обсяги фінансування ресурсозберігаючих заходів тощо. До екологічних показників ресурсозбереження відносять: викиди шкідливих речовин; обсяги споживання чистої води; частку розораних земель; розвиток сільських районів; обсяги похованих шкідливих відходів та ін. Соціальні показники ресурсозбереження – це: тривалість життя; рівень захворюваності населення; умови праці громадян; доступність громадян до освіти, системи охорони здоров'я, участі в управлінні суспільством тощо.

Для більш конкретного дослідження проблеми ресурсозбереження доцільно аналізувати, враховуючи природні особливості та специфіку природно-ресурсного потенціалу окремої території. Свої специфічні особливості притаманні Карпатському регіону України. Карпатський економічний район об'єднує чотири адміністративні області: Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську і Чернівецьку. Район характеризується вигідним економіко-географічним положенням у прикордонній зоні України з Молдовою, Румунією, Польщею, Словаччиною, Угорщиною; входить у євро регіони «Карпатський», «Верхній Прут»; багатий на лісові, водні та рекреаційні ресурси. Разом із тим Карпатський економічний район, як і більшість гірських територій, поступається рівнинним за рівнем соціально-економічного розвитку. Карпатський регіон займає 9,4% території держави, у ньому зосереджено 22% лісів, 26% земель природно-заповідного фонду, формується 36% водних ресурсів річкового стоку, розташовано 42% унікальних і рідкісних родовищ підземних мінеральних вод [5, с. 6].

Рівень соціально-економічного розвитку Карпатського регіону визначається як середній. Величина валового регіонального продукту у розрахунку на одну особу (грн) у 2018 р. становила 56 430 грн. Львівська область є лідером серед областей району, і цей показник становив у 2018 р. 70 173 грн, а Чернівецька область має один із найнижчих показників в Україні – лише 37 441 грн [7]. У табл. 1 відображено динаміку валового регіонального продукту Карпатського економічного

Таблиця 1

Валовий регіональний продукт у розрахунку на одну особу за 2016–2018 рр.

Регіон, область	грн			%		
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Україна	55899	70233	84235	100,0	100,0	100,0
Закарпатська область	25727	34202	41706	46,0	48,7	49,5
Івано-Франківська область	37220	46312	57033	66,6	65,9	67,7
Львівська область	45319	58221	70173	81,1	82,9	83,3
Чернівецька область	23365	31509	37441	41,8	44,9	44,5
Карпатський економічний район	36233	46555	56430	64,8	66,3	67,0

Джерело: сформовано і розраховано за даними [8]

Таблиця 2

Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища за 2016–2019 рр.

Регіон, область	Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища, тис грн			
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Україна	13390477,3	11025535,2	10074279,3	16255671,8
Закарпатська область	5911,7	13838,9	45883,4	14051,2
Івано-Франківська область	119686,7	370373,0	293643,0	248495,0
Львівська область	103973,6	241440,7	284509,7	221270,4
Чернівецька область	13799,6	23759,6	21410,0	30112,9
Карпатський економічний район	243371,6	649412,2	645446,1	513929,5

Джерело: сформовано і розраховано за даними [8]

району за 2016–2018 рр. у розрізі областей та порівняно з Україною у цілому. Незважаючи на позитивну тенденцію зростання досліджуваного показника, валовий регіональний продукт Карпатського регіону значно менший рівня загальноукраїнського й у 2018 р. становив лише 67% від показника по Україні у цілому.

Причинами ситуації, що склалася, є, зокрема, несприятливі природно-господарські особливості, характерні для Карпатського економічного району:

складні для господарювання гідрологічні й кліматичні умови; погіршена транспортна доступність; низькі питомі показники забезпечення орними землями; неоптимальна через значне зменшення покритої лісом площі структура земельного фонду тощо. Окрім того, у Карпатському регіоні України спостерігається активізація екологічно несприятливих явищ: загрозливі й катастрофічні паводки, ерозія ґрунтів, забруднення поверхневих і підземних вод, вітровали, ураження лісів шкідниками та хворобами [5, с. 6].

Одним з основних економічних показників ресурсозбереження є капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища (табл. 2). За визначенням Державної служби статистики України, капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища – це інвестиції у придбання нових і тих, які були у використанні, або виготовлення власними силами для власного використання матеріальних і нематеріальних активів,

витрати на капітальний ремонт та модернізацію, що здійснюються з метою охорони навколишнього природного середовища [8].

Як можна побачити з табл. 2, капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища за 2016–2019 рр. характеризуються неоднозначною динамікою. Якщо по Україні у 2019 р. порівняно з 2018 р. спостерігається суттєве зростання досліджуваного показника – на 6 181 392,5 тис грн, або на 61,4%, то по Карпатському регіону капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища у 2019 р. порівняно з 2018 р., навпаки, зменшилися на 131 516,6 тис грн, або на 20,4%. Чернівецька та Закарпатська області характеризуються порівняно низьким рівнем капіталовкладень протягом усього досліджуваного періоду.

Серед екологічних показників ресурсозбереження центральне місце належить дослідженню обсягу викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря (табл. 3). Хоча порівняно з іншими економічними районами України у Карпатському регіоні рівень забруднення атмосферного повітря є нижчим, що пов'язано з менш поширеним розвитком промислового виробництва, усе ж проблема скорочення викидів є важливою і потребує вирішення.

У Карпатському економічному районі найбільша кількість викидів забруднюючих речовин (73%) в атмосферне повітря від стаціонарних джерел припадає на постачання електроенергії, газу,

Таблиця 3

Викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря за 2016–2019 рр.

Регіон, область	Викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря, тис т			
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Україна	3078,1	2584,9	2508,3	2459,5
Закарпатська область	4,9	3,2	4,0	3,7
Івано-Франківська область	196,7	198,3	221,4	205,0
Львівська область	103,1	109,1	106,7	88,9
Чернівецька область	3,0	3,3	2,7	2,4
Карпатський економічний район	307,7	313,9	334,8	300,0

Джерело: сформовано і розраховано за даними [8]

пари та кондиційованого повітря. Саме тому в розрізі областей найбільша кількість викидів припадає на Івано-Франківську область (табл. 3). За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, забруднення повітря є одним з основних чинників ризику для здоров'я, пов'язаних із навколишнім середовищем. Серед соціальних показників ресурсозбереження важливе місце посідає рівень захворюваності населення. Захворюваність населення у 2017 р. (кількість уперше зареєстрованих випадків захворювань на 100 тис населення) становила по Україні у цілому 62 895 випадків; у розрізі областей Карпатського регіону: по Закарпатській області – 58 744, по Івано-Франківській області – 84 711, по Львівській області – 76 943, по Чернівецькій області – 63 265 випадків [8]. У цьому контексті варто зазначити, що одним із методів боротьби зі збільшенням рівня захворюваності населення є проведення активної екологічної політики з метою поліпшення ситуації із забрудненням атмосферного повітря, якістю питної води та поводження з відходами.

Незбалансованість розвитку економіки, неналежне ставлення до використання природних ресурсів призводять до нераціонального природокористування і погіршення стану довкілля в Карпатському економічному районі. Найбільший тиск на навколишнє природне середовище в регіоні спричиняють: автотранспортна і залізнична галузі; сільськогосподарське виробництво; потужні джерела електромагнітних полів; нехтування наукового обґрунтування вирубки лісів, що супроводжується виникненням низки проблем (ерозія, руйнування родючості шару ґрунту) [3, с. 140].

Тактика природоохоронних дій щодо досягнення цілей ресурсозбереження повинна базуватися на об'єктивній оцінці реальних можливостей вирішення екологічних проблем регіону з урахуванням їх пріоритетності. Карпатський регіон на відміну від інших регіонів України (таких як Донбас, Придніпров'я) не має поширеного забруднення загального площинного характеру. Але в деяких місцях сформувалися стійкі вогнища загрозливого екологічного стану (наприклад, у межах Дрогобицької агломерації, де потужні гірничо-хімічна, нафтопереробна, лакофарбова та інші

галузі промисловості становлять загрозу розвитку рекреаційного господарства; аналогічна ситуація склалася й у межах Львівсько-Волинського вугільного басейну) [3, с. 140].

Основною характеристикою сучасної регіональної ресурсозберігаючої політики повинна бути орієнтація на проведення комплексу заходів, які швидко реалізуються, охоплюють різні аспекти та дають змогу досягти максимального ефекту. У стратегії регіонального розвитку Карпатського регіону, який володіє значними резервами освоєння природно-ресурсного потенціалу, ресурсозбереження має зайняти одне з ключових місць, розглядаючись при цьому як важливий напрям забезпечення соціально-економічного розвитку.

Висновки з проведеного дослідження.

Сучасний стан ресурсозбереження у Карпатському економічному районі характеризується низкою проблем економічного, екологічного та соціального характеру. Кардинальне їх вирішення можливе було б на основі залучення досвіду й технологій розвинених країн, структурних змін в економіці тощо. Безперечно, на це потрібні значні фінансові й часові ресурси. Для повноцінної реалізації ресурсозберігаючої політики необхідним є застосування адміністративних і економічних важелів на макроекономічному рівні, а також стимулювання використання ресурсозберігаючих технологій на регіональному та мікроекономічному рівнях. На основі проведеного дослідження можна запропонувати такі пріоритетні напрями проведення ресурсозберігаючої політики у Карпатському економічному районі: регулярний моніторинг стану ресурсозбереження у регіоні; широке використання у галузях переробної промисловості вторинної сировини; упровадження безвідходних або маловідходних технологій виробництва; стабілізація земельного фонду; ефективне регулювання лісокористування, підтримання продуктивності лісів, активне лісовідновлення; збереження рекреаційних ресурсів; підвищення мотивації до впровадження ресурсозберігаючих проектів. На мікроекономічному рівні основними напрямками ресурсозберігаючої політики мають бути: використання вторинних ресурсів і відходів, зниження матеріаломісткості

продукції; вдосконалення технологічних процесів; зниження прямих утрат паливно-енергетичних та інших виробничих ресурсів; організаційно-технічні заходи з економії та раціонального споживання ресурсів; підвищення продуктивності праці, вдосконалення кадрового менеджменту.

Необхідність детального вивчення запропонованих напрямів ресурсозберігаючої політики на всіх рівнях управління економікою для можливості їх практичного застосування залишає поле для подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Біла І.С., Красман Н.В. Розвиток ресурсозбереження в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 21. С. 53–58.
2. Брежнєва-Єрмоленко О.В., Галаганов В.О. Сучасний стан та перспективи розвитку політики ресурсозбереження на макрорегіональному рівні. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2017. Вип. 3. С. 23–28.
3. Гадзало А.Я. Концептуальні засади інституціонального забезпечення еколого-економічного стану Карпатського регіону. *Збалансоване природокористування*. 2019. № 2. С. 136–148.
4. Желібо Є.П., Гацька Л.П., Мурована Т.О. Перспективи розвитку екологічного підприємництва в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 3. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/3.pdf.
5. Карпатський регіон: актуальні проблеми та перспективи розвитку : монографія : у 8 т. Т1. Екологічна безпека та природно-ресурсний потенціал / наук. ред. В.С. Кравців. Львів: НАН України. Інститут регіональних досліджень, 2013. 336 с.
6. Кубатко О.В., Іскаков А.А. Концепція ресурсозбереження у контексті забезпечення еколого-економічної безпеки національної економіки. *Механізм регулювання економіки*. 2017. № 4. С. 29–36.
7. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL : www.ukrstat.gov.ua.
8. Офіційний сайт Українського державного науково-дослідного інституту «Ресурс». URL : <https://ndiresurs.gov.ua/index.html>.

REFERENCES:

1. Bila, I.S. and Krasman, N.V. (2018), "Development of resource saving in Ukraine", *Infrastruktura rynku*, vol. 21, pp. 53-58.
2. Brezhnieva-Yermolenko, O.V. and Halahanov, V.O. (2017), "Current state and prospects of resource conservation policy development at the macro-regional level", *Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*, vol. 3, pp. 23-28.
3. Hadzalo, A.Ya. (2019), "Conceptual principles of institutional support of ecological and economic condition of the Carpathian region", *Zbalansovane pryrodokorystuvannya: Naukovo-praktychnyj zhurnal*, vol. 2, pp. 136-148.
4. Zhelibko, Ye.P. Hats'ka, L.P. and Murovana, T.O. (2020), "Prospects for the development of environmental entrepreneurship in Ukraine", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 3. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua> (Accessed 13 July 2020).
5. Kravtsiv, V.S. (2013), *Karpats'kyj rehion: aktual'ni problemy ta perspektyvy rozvytku: monohrafiia u 8 tomakh. Tom 1. Ekologichna bezpeka ta pryrodno-resursnyj potentsial* [Carpathian region: current issues and prospects: a monograph in 8 volumes. Volume 1. Ecological safety and natural resource potential], NAN Ukrainy. Instytut rehional'nykh doslidzhen', L'viv, Ukraine.
6. Kubatko, O.V. and Isakov, A.A. (2017), "The concept of resource conservation in the context of environmental and economic security of the national economy", *Mekhanizm rehulivannia ekonomiky*, vol. 4, pp. 29-36.
7. Ofitsijnyj sayt Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy (2020). Available at: www.ukrstat.gov.ua (Accessed 12 July 2020).
8. Ofitsijnyj sayt Ukrain's'koho derzhavnoho naukovo-doslidnoho instytutu «Resurs» (2020). Available at: <https://ndiresurs.gov.ua/index.html> (Accessed 9 July 2020).

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ DEVELOPMENT OF RURAL GREEN TOURISM IN VINNITSA REGION

УДК 338.48 (477)
<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-31>

Корж Н.В.

д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту
та адміністрування
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Київського національного торговельно-
економічного університету

Онищук Н.В.

к.е.н., доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Київського національного торговельно-
економічного університету

Korzh Nataliia

Onyshchuk Natalia

Vinnitsia Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University
of Trade and Economics

Актуальність дослідження сільського зеленого туризму на Вінниччині полягає в тому, що: цей регіон має значний рекреаційний потенціал, який є мало освоєним і потребує пошуку ефективних стимулів для його раціонального використання у туристичних цілях; розвиток сільського відпочинку стимулює мале підприємництво, економічний розвиток сіл та появу робочих місць; сільський відпочинок сприяє зміні екологічної свідомості населення і тому здатний відігравати важливу роль у збереженні довкілля. Метою написання статті є дослідження стану, туристичного потенціалу та перспектив розвитку сільського зеленого туризму у Вінницькій області. У статті визначено необхідні види туристичних ресурсів для розвитку цього виду туризму на Вінниччині; розглянуто тенденції та можливі шляхи розвитку сільського туризму у Вінницькому регіоні; обґрунтовано можливі форми організації сільського туризму, здійснено аналіз попиту споживачів. **Ключові слова:** сільський туризм, аграрний туризм, зелений туризм, агрооселя, садиба, сільська громада.

Актуальность исследования сельского зеленого туризма в Винницкой области

заключается в том, что: этот регион имеет значительный рекреационный потенциал, который мало освоен и требует поиска эффективных стимулов для его рационального использования в туристических целях; развитие сельского отдыха стимулирует малое предпринимательство, экономическое развитие сел и появление рабочих мест; сельский отдых способствует изменению экологического сознания населения и поэтому способен играть важную роль в сохранении окружающей среды. Целью написания статьи является исследование состояния, туристического потенциала и перспектив развития сельского зеленого туризма в Винницкой области. В статье определены необходимые виды туристических ресурсов для развития этого вида туризма; рассмотрены тенденции и возможные пути развития сельского туризма в Винницком регионе; проанализирован потребительский спрос на него.

Ключевые слова: сельский туризм, аграрный туризм, зеленый туризм, агроусадьба, усадьба, сельская община.

The relevance of the study of rural tourism in Vinnytsia region is that: this region has significant recreational potential, which is underdeveloped and requires the search for effective incentives for its rational use for tourism purposes; the development of rural recreation stimulates small business, economic development of villages and the emergence of jobs; rural recreation contributes to the change of ecological consciousness of the population and therefore can play an important role in preserving the environment. The purpose of writing this article is to study the state, tourist potential and prospects of rural tourism in Vinnytsia region. The article identifies the necessary types of tourist resources for the development of this type of tourism in Vinnytsia region; tendencies and possible ways of development of rural tourism in Vinnytsia region are considered; possible forms of organization of rural tourism are substantiated; the demand of the population for this type of tourism is analyzed. There are good conditions for the development of rural tourism in Vinnytsia region. These include the availability of farmsteads, a clean environment, a large number of historical and cultural monuments, low prices for accommodation and meals. But there are also negative factors that slow down the development of this type of recreation. These are not only obstacles from the legal framework or funding, but also problems in the rural communities themselves: lack of infrastructure, neglect of historical and cultural monuments and misunderstanding and unwillingness of residents to change anything. The Ukrainian countryside needs real change, as the old structures are no longer able to create new jobs, and a new system that could provide employment for the rural population has not yet been created. At the initial stage, rural tourism requires relatively small investments. It is a sector where job creation does not require high professional knowledge and skills. Rural tourism can be a solution to the problems of those in the rural population who have lost their jobs or been forced to leave agriculture.

Key words: rural tourism, agrarian tourism, green tourism, agro-villages, farmstead, rural community.

Постановка проблеми. Вже зрозуміло, що нинішній туристичний сезон буде найбільш локальним, зважаючи на те, що поширення коронавірусної інфекції у світі не йде на спад. І зелений туризм – це один із варіантів для тих, хто все ж хоче цього року вирватися за межі квартири.

Одним із найпопулярніших і найрозвиненіших напрямів для зеленого туризму в Україні завжди був Карпатський регіон. Але цей рік виявився найбільш несприятливим саме для західних областей через високу захворюваність там на COVID-19, а ще дощову погоду та повені. Тож цього року українці відкриватимуть для себе інші регіони, де з кожним роком з'являється усе більше нових маршрутів і садиб для зеленого туризму.

Складна соціально-економічна ситуація в більшості сіл України (відтік працездатного населення та зростання безробіття, зниження ділової активності в сільській місцевості) потребує пошуку

альтернативних джерел прибутку. А враховуючи наявний значний потенціал для розвитку сільськогосподарської та інших видів підприємницької діяльності на селі, сільський туризм може сприяти підвищенню життєвого рівня та поліпшенню економічної ситуації в регіонах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сільського зеленого туризму присвячені праці таких відомих учених, як: В. Россоха, М. Плотніков [1], С. Кузик, М. Рутинський [2], М. Костриця [3], Л. Івашина [4] та ін.

Постановка завдання. Метою написання статті є дослідження стану, туристичного потенціалу та перспектив розвитку сільського зеленого туризму у Вінницькій області.

Виклад основного матеріалу дослідження. У адміністративно-територіальному складі області знаходиться 1457 населених пунктів сільського типу, що дає можливість для розвитку сільського зеленого туризму.

У Вінницькій області послуги сільського зеленого туризму надають 13 сільських осель. З них 2 садиби мають третю (найвищу) категорію системи категоризації сільської нічліжної бази «Українська гостинна садиба» та 7 садиб мають базову категорію. Вони пропонують комфортне проживання, сімейний відпочинок, народну традиційну кухню, екологічно чисті продукти харчування, цікаве дозвілля. Найбільш активними в розвитку сільського зеленого туризму є Барський, Вінницький, Гайсинський, Жмеринський, Літинський, Могилів-Подільський, Немирівський, Тиврівський та Ямпільський райони [5].

Нині в регіоні є затверджена Програма розвитку туризму у Вінницькій області на 2017–2020 рр. Вперше за всі роки незалежності цього року в обласному бюджеті закладено кошти на фінансування заходів, що стосуються розвитку зеленого туризму. Крім того, цього року в межах Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва Вінницької області передбачено 1,5 млн грн для підтримки регіональних підприємців-початківців, які можуть отримати до 100 тис. грн. безповоротної фінансової допомоги для реалізації своїх бізнес-ідей. Особлива увага цього року приділяється розвитку малого підприємництва на селі [5].

Успішним прикладом розвитку сільського зеленого туризму в області є Северинівська об'єднана територіальна громада. У громаді реалізовується масштабний проект «Яблуневий шлях», метою якого є використання регіонального бренду «Подільське яблуко» для розвитку громад завдяки просуванню як самих територій, пов'язаних із вирощуванням яблук, так і місцевої яблучної продукції. Зокрема, організація різних брендів фестивалів, створення і реклама «яблучних» туристичних об'єктів та туристичних маршрутів. Бюджет проекту становить 700 тис. євро: 560 тис. євро прямих інвестицій Європейської комісії і 140 тисяч – залучені кошти громад. У процесі реалізації проекту «Яблуневий шлях» у 2020 році на території Барського та Жмеринського районів створений туристичний кластер та запущений тематичний експрес-маршрут.

Маршрут складається з об'єктів, створених та відремонтованих у межах проекту. У селі Северинівка – це котедж садівника Дениса Макклера (створена музейна кімната, а поблизу відремонтована теплиця), санаторій (запущено цикл процедур на основі яблучного соку) та місцеве комунальне підприємство (встановлена лінія з виготовлення соку та виробництва яблучних чипсів). У селі Олександрівка – музей історії садівництва (оновлені експозиції та ремонт у приміщенні). У селі Антонівка – розсадник із старовинними подільськими сортами яблук. У місті Бар – кластерний офіс із дегустаційним обладнанням.

Крім того, у Северинівці розвивають і спортивний туризм. Тут можливий сплав на байдарках по

річці Рів. Вже закуплено спеціальне обладнання та тестується маршрут. Нині в громаді є 12 двомісних і 4 одномісних каяки, весла та рятувальні жилети. Планується, що послуги надаватиме комунальне підприємство громади.

Розвиток медичного туризму розглянули на прикладі Северинівської лікарні відновного лікування. Розміщена вона на мальовничій території колишнього маєтку поміщика Северина Орловського. Унікальність цієї лікарні в тому, що тут поєднуються традиційні та альтернативні методи лікування проблем опорно-рухового апарату. Окрім огортань та аплікацій синьою глиною, в санаторії запроваджують унікальні SPA-процедури з використанням яблук. У санаторії передбачено дві ванни з додаванням соку яблук. Є два столи для масажу і пілінгу яблучною масою й апарати для виробництва кисневих коктейлів із яблучних концентратів. Санаторій уже відновлює приміщення, щоб надавати оздоровчі послуги.

Зелений туризм на Вінниччині порівняно із західними областями лише розвивається, проте вже є гарні приклади його функціонування. Розвитком цього виду туризму займаються садиби «Родинне гніздо» у с. Гармаки Барського району. Це мережа садиб, розташованих у 3 районах області – с. Гармаки (Барський район), с. Губник (Гайсинський район), с. Канава (Тиврівський район). Туристам пропонується проживання в комфортабельних номерах зі всіма зручностями. Та родзинкою є можливість повністю поринути в атмосферу оригінального українського побуту й відпочити в оригінальних будинках із глини – «хатах-мазанках» з українським етнічним інтер'єром.

Ще одним прикладом функціонування сільського зеленого туризму є садиба «Подільська родина», що в с. Гайове Барського району. Тут гостям пропонують не лише проживання і харчування, а й майстер-класи з ремісниками, продаж місцевих виробів, сувенірів, культурну програму, традиційні святкування. Господарі садиби розробили пізнавальну, відпочинкову програму «Цікаве село Гайове для дітей». Ідея в тому, щоб школярі з Вінниці приїжджали сюди на екскурсії, майстер-класи і забавки.

Родина Клецько займається не тільки сільським туризмом, а й досить екзотичною для нашого регіону справою – вирощуванням їстівного виноградно-го равлика сімейства HELICIDAE, роду *Helix* (*Aspersa* *Maxima*). Звісно, в Україні цей екологічний бізнес ще не такий популярний, як за кордоном. Нині лише вирощуванням та продажем равликів подружжя Клецько не обмежується – вони приймають туристів, влаштовують екскурсії та дегустації. «Равликова долина» нині приймає туристів та гостей не лише з Вінниччини, а й з усієї України.

На базі міста Шаргород Вінницької області, яке володіє величезною історико-культурною спадщиною та має потенціал до перетворення на

потужний туристичний та культурний центр, єдиний історико-культурний центр духовної толерантності та злагоди, де унікальні пам'ятки історії та культури трьох народів (українського, польського та єврейського) не лише збереглися для нащадків, але й надихають нові покоління жителів та гостей міста на творення нових смислів та сюжетів ХХІ століття, розроблено проект «Шаргород рафінад». Територія мистецької резиденції «Шаргород рафінад» – це колишній цукровий завод. Але саме він є осередком крафтових мистецтв та майданчиком для митців. Проектом передбачено створення та презентація інноваційного туристичного продукту: екскурсії-квесту «Від шаленого штетлу до сучасного мистецтва».

Екстремальний та спортивний туризм у поєднанні із сільським розвиває громада с. Рибаче Літинського району на прикладі спортклубу «X-TREMLINE». Клуб надає широкий спектр послуг, а саме: віндсерфінг, сапбординг (або Stand Up Paddle) – САП, падлбординг, САП-серфінг, Stand Up-Paddling, SUP, кайтбординг або кайтинг, каяк, шортбординг, дайвінг, сноукайтинг, польоти на повітряній кулі тощо.

Сільський туризм у Вінницькій області має великі перспективи для розвитку. Цьому сприяє наявність садиб, які спеціалізуються на такому виді відпочинку, та фермерських господарств, які готові приймати туристів. Популярними серед туристів є такі: «Затишок», «Чарівний куточок», «Медова заводь», «Стоун Парк».

Садиба «Затишок» знаходиться в с. Бернашівка Могилів-Подільського району. Село екологічно чисте, тихе, розташоване далеко від промислових зон, в оточенні гір і лісів. Будинок розташований біля р. Дністер, на кордоні трьох областей – Хмельницької, Чернівецької та Вінницької, тому зручно поїхати на екскурсію до Хотинської та Кам'янець-Подільської фортеці, в Галайковский, Непоротівський і Лядівський скельні монастирі. Поруч із будинком для відпочивальників є будинок із старовинним українським побутом і речами домашнього вжитку, вишитими подушками і рушниками, ткацьким верстатом, скринєю тощо. Є літня альтанка, мангал та дитячий майданчик.

Спеціалізація садиби: рибальство, мисливство, кінні прогулянки, купання, догляд за домашніми тваринами, можна збирати гриби та ягоди, лікарські рослини. Послуги: інтернет, телебачення, парковка. Господарі спілкуються російською та німецькою мовами. Господар будинку пригостить медом і домашнім вином, господиня – свіжоспеченим хлібом, млинцями, мамалигою. За бажанням відпочивальників організовуються українські вечорниці та сімейні свята в домашніх умовах.

Садиба «Чарівний куточок» знаходиться в с. Буша Ямпільського району. Спеціалізація садиби: лижі, рибальство, мисливство, дитячий відпочинок,

можна брати участь у збиранні овочів, фруктів та їх консервації. Послуги: інтернет, телебачення, баня, парковка, прогулянки на велосипедах та човнах, купання, трансфер, господарі спілкуються російською та англійською мовами. У садибі «Чарівний куточок» є все необхідне для приємного відпочинку на природі, будь то веселий корпоратив або просто виїзд із родиною та друзями за місто на вихідні. У кожного гостя буде унікальна можливість відчувати себе сільським жителем, відчувати національний колорит, пожити в справжній сільській хаті з писаною піччю та скуштувати страви національної кухні. На території садиби – чотири будинки зі зручностями, кожен з яких декорований сучасними меблями та предметами традиційного українського побуту, такими як глечики, рушники, веретки тощо. Можливе розміщення з домашніми тваринами. Мангал, альтанка, дитячий майданчик надаються в безкоштовне користування. Також на території садиби є можливість розміщення наметового містечка. Можна проводити свята. Господиня приготує смачні страви. За бажанням можна відвідати фортецю Буша, Лядовський Усіковенський скельний чоловічий монастир, яри Гайдамака [6].

Садиба «Медова заводь» знаходиться в с. Перепеличчя Немирівського району. Спеціалізація: рибальство, свята, краса та здоров'я. Послуги: парковка, мисливство, рибальство, купання, дитячий відпочинок, догляд за свійськими тваринами. Цінова політика – 200 грн. з людини (з харчуванням). В радіусі 30 км є цікаві туристичні маршрути – Немирівське Городище, панський парк, живі джерела, водяні млини, Стопа Божої Матері, поля сон-трави. Кількість місць – 8, кімнат – 4, будинків – 1 [7].

Садиба «Стоун Парк» знаходиться в с. Буша Ямпільського району. Спеціалізація: рибальство, мисливство, догляд за свійськими тваринами, дитячий відпочинок, прогулянки на лижах, човні [8].

Великий внесок у розвиток сільського зеленого туризму робить Асоціація захисників довкілля «Явір». Асоціація створила інформаційно-навчальний центр із розвитку сільського зеленого туризму. У межах центру відкрито «Школу Зеленого Туризму». Регулярно проводяться семінари, диспути, майстер-класи для студентів, сільських голів, всіх зацікавлених громадян, які бажають займатися зеленим туризмом на території їх особистих селянських господарств.

Варто згадати про зелену садибу «Катерина», що в с. Ільківка Вінницького району, господинею якої є Наталя Шибінська – голова Асоціації захисників довкілля «Явір». Раніше це була старезна хата-мазанка, яку реконструювали, підвели воду, каналізацію, зробили опалення, облаштували подвір'я, створили зони відпочинку, майданчики для майстер-класів, приготування авторських українських страв.

Як бачимо, великих зусиль для відкриття зеленої садиби не потрібно прикладати. Це ще один

плюс до початку розбудови таких садиб по всій Вінницькій області і розвитку цього виду туризму.

Аналіз попиту на сільський зелений туризм у Вінницькій області протягом останніх п'яти років засвідчує, що його утворюють такі основні сегменти потенційних споживачів послуг, як:

- мешканці промислових центрів (віддаючи перевагу такому способу відпочинку через його екологічність);
- молодь до 35 років, яка мешкає у великих містах (частка їх у сумарній кількості туристів становить понад чотири шостих);
- корінні містяни (сприймають такий вид відпочинку як незвичайний, екзотичний);
- цінителі українських народних традицій (через принади сільського екологічного способу життя та чистоту довкілля);
- люди з низьким та середнім рівнем доходу (через доступну вартість відпочинку).

Безперечно, необхідним є розгляд мотивації вибору такого виду відпочинку наведеним сегментом населення. Щоб з'ясувати це, ми провели опитування 150 туристів, які відвідували садиби «Чарівний куточок», «Затишок» та «Медова заводь» протягом 2019–2020 рр.

Дослідження показало, що значна частка (41%) тих, хто відпочиває в природній місцевості, а саме агросадибах, надає перевагу такому виду

відпочинку завдяки можливості дуже близько долучитися до навколишнього природного середовища – купатись у водоймах, гуляти на свіжому повітрі, збирати ягоди, гриби та відвідати природоохоронні території, ознайомитися з рідкісними рослинами та тваринами. Також значну частку населення (27%) мотивує до сільського туризму потреба в можливості спокійного відпочинку подалі від індустріальних міст, що сприяє роздумам та поверненню внутрішньої гармонії.

Бажання залучитися до народної культури, звичаїв, традицій, брати участь у святах та народних розвагах виступає важливим мотиватором у здійсненні подорожей для 17% туристів.

Ще одним мотиватором для місцян (10%) є можливість харчування екологічно чистими, натуральними і відносно дешевими продуктами домогосподарств.

Певна частина населення (5%) пояснила своє бажання користуватися послугами сільського туризму необхідністю оздоровлення в цих кліматичних умовах за рекомендацією лікаря.

Для того щоб систематизувати надану інформацію, а також зробити певні висновки щодо перспективи розвитку сільського зеленого туризму у Вінницькій області, було проведено SWOT-аналіз стану цього виду діяльності, який дав можливість оцінити сучасний стан сільського туризму,

Таблиця 1

SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму у Вінницькій області

	Позитивні	Негативні
Внутрішні	<p>(S) Сильні сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Переважно чисте довкілля. 2. Багата флора та фауна, мальовничі краєвиди. 3. Велика кількість історико-культурних пам'яток. 4. Збережені національні традиції. 5. Гостинність населення. 6. Велика кількість приватних садиб. 7. Невелика ціна на проживання та харчування. 8. Харчування з екологічно чистих продуктів, вирощених самостійно. 9. Розвиток сільського туризму не потребує великих витрат. 10. Підтримка ОДА малого підприємництва на селі. 	<p>(W) Слабкі сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Низька якість умов проживання. 2. Проблеми з водопостачанням. 3. Недостатня обізнаність населення в цьому виді відпочинку. 4. Незнання господарями іноземних мов. 5. Непривабливий імідж України в очах іноземців у зв'язку з АТО. 6. Погано розвинена мережа електронного резервування. 7. Недостатньо розвинута інфраструктура. 8. Відсутність цікавих атракцій. 9. Рекреаційна необлаштованість об'єктів ПЗФ. 10. Поганий стан історико-культурних об'єктів.
Зовнішні	<p>(O) Можливості:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення доходів та зайнятості сільського населення. 2. Підвищення соціально-економічного розвитку сільських територій. 3. Формування позитивного іміджу України (області). 4. Покращення інфраструктури сіл. 5. Збереження історико-культурних пам'яток, відновлення культурних та етнічних особливостей громад. 6. Формування стійкої громадської думки про збереження навколишнього середовища і раціонального природокористування. 7. Розвиток сфери обслуговування в сільській місцевості. 8. Поєднання сільського зеленого туризму з іншими видами туризму. 9. Розвиток кластерів у сільській місцевості. 	<p>(T) Перешкоди:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність категоризації знижує якість нічліжних умов. 2. Недостатня маркетингова політика області, що не сприяє притоку туристів. 3. Відсутність нормативно-правової бази перешкоджає організації відпочинку на селі. 4. Недостатня ефективна співпраця між урядовими, неурядовими організаціями та господарями агроосель. 5. Брак інформації, реклами та професійного досвіду.

окреслити перспективи його розвитку у Вінницькій області, а також попередити виникнення можливих проблем (таблиця 1).

Великими перешкодами на шляху розвитку сільського зеленого туризму у Вінницькій області вважаються транспортна віддаленість осередків відпочинку, стан доріг, рекреаційна необлаштованість (невідповідність запитам сучасного туриста). Сьогодні зусиллями регіональної і місцевих органів влади здійснюється оновлення комунікаційної інфраструктури, розробляються стандарти гостинності до загальноприйнятних у сфері сервісного обслуговування, фінансова підтримка малого підприємництва на селі. Негативний вплив на розвиток сільського зеленого туризму справляє незадовільний стан пам'яток культурної спадщини, що потребує владної підтримки їх реставрування та відродження. Пакет послуг сільського туризму є обмеженим, що не сприяє залученню та якісному обслуговуванню туристичних потоків. Серед популярних форм організації сільського туризму виокремлюють: фольклоризм, кінний туризм, рафтинг, винно-дегустаційний туризм, історико-етнографічний туризм, велотуризм тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, для розвитку сільського зеленого туризму на Вінниччині є хороші умови. До них можна віднести наявність агросадіб, чисте довкілля, велику кількість історико-культурних пам'яток, невелику ціну на проживання та харчування. Але є й негативні фактори, які уповільнюють розвиток такого виду відпочинку. Це не тільки перешкоди з боку нормативно-правової бази або фінансування, а й проблеми на території самих сільських громад: відсутність інфраструктури, занедбаність історико-культурних пам'яток та нерозуміння і небажання жителів щось змінювати.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Россоха В., Плотніков М. Розвиток сільських територій в умовах децентралізації управління: стан, проблеми, перспективи. *Економічний дискурс*. 2018. Вип. 4. С. 41–53.
2. Кузик С.П., Рутинський М.Й., Кузик П.С. Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму в контексті сучасних пріоритетів розвитку сільських територій України. *Все о туризме – туристическая библиотека*: сайт. 2018. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kuzyk.htm (дата звернення: 20.06.2020).
3. Костиця М.М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер «Древлянська земля»): монографія. Житомир: ЖДТУ, 2006. 196 с.
4. Івашина Л. Роль об'єднаних територіальних громад у розвитку сільського зеленого туризму. *Державне управління та місцеве самоврядування*: зб. наук. пр. 2017. Вип. 3(34). С. 143–148.
5. Вінницька обласна програма розвитку туризму до 2020 року. *Вінницька обласна асоціація орга-*

нів місцевого самоврядування: сайт. 2020. URL: <http://sg.vn.ua/news/vinnytska-oblasna-programa-rozvytku-turyzmu-do-2020-roku-ye-start/> (дата звернення: 25.06.2020).

6. Сельский дом «Чарівний куточок» *Зелений туризм*: сайт. 2020. URL: <http://ruraltourism.com.ua/?a=viewfarm&id=482> (дата звернення: 25.06.2020).

7. Сельский дом «Медова заводь». *Зелений туризм*: сайт. 2020. URL: <http://ruraltourism.com.ua/?a=viewfarm&id=326> (дата звернення: 25.06.2020).

8. Сельский дом «Стоун Парк» *Зелений туризм*: сайт. 2020. URL: <http://ruraltourism.com.ua/index2.php?a=viewfarm&id=870> (дата звернення: 25.06.2020).

REFERENCES:

1. Rossokha, V., & Plotnikov, M. (2018). Rozvytok sil's'kykh terytoriy v umovakh detsentralizatsiyi upravlinnya: stan, problemy, perspektyvy [Development of rural territories in the conditions of decentralization of management: state, problems, perspectives]. In *Ekonomichnyy dyskurs [Economic discourse]*: Vol. 4 (pp. 41–53). [in Ukrainian].
2. Kuzyk, S.P., Rutynskyy, M.Y., & Kuzyk, P.S. (2018). Sotsial'no-ekonomichne znachennya sil's'koho zelenoho turyzmu v konteksti suchasnykh priorytetiv rozvytku sil's'kykh terytoriy Ukrayiny [Socio-economic importance of rural green tourism in the context of modern priorities of development of rural areas of Ukraine]. *All about tourism – tourist library*: Website. Retrieved from http://tourlib.net/statti_ukr/kuzyk.htm [in Ukrainian] (accessed 20 June 2020).
3. Kostytsya, M.M. (2006). Sil's'kyy turyzm: teoriya, metodolohiya, praktyka (etnoistorychnyy turystychnyy klaster «Drevlyans'ka zemlya») [Rural tourism: theory, methodology, practice (ethno-historical tourist cluster «Drevlyunsky land»)]. Zhytomyr: ZhSTU. [in Ukrainian].
4. Ivashyna, L. (2017). Rol' ob'yednanykh terytorial'nykh hromad u rozvytku sil's'koho zelenoho turyzmu [The role of united territorial communities in the development of rural green tourism]. In *Derzhavne upravlinnya ta mistseve samovryaduvannya [Public administration and local government]*: Vol. 3(34) (pp. 143–148). [in Ukrainian].
5. Vinnytska oblasna prohrama rozvytku turyzmu do 2020 roku. [Vinnytsia Regional Tourism Development Program until 2020] (2020). Vinnytsia Regional Association of Local Self-Government Bodies: Website. Retrieved from <http://sg.vn.ua/news/vinnytska-oblasna-programa-rozvytku-turyzmu-do-2020-roku-ye-start/> (accessed 25 June 2020).
6. Selskyi dom «Charivnyi kutochok» [Rural house "Magic corner"] (2020). *Green tourism*: Website. Retrieved from [dostupu:http://ruraltourism.com.ua/?a=viewfarm&id=482](http://ruraltourism.com.ua/?a=viewfarm&id=482) (accessed 25 June 2020).
7. Selskyi dom «Medova zavod» [Rural house "Honey creek"] (2020). *Green tourism*: Website. Retrieved from <http://ruraltourism.com.ua/?a=viewfarm&id=326> (accessed 25 June 2020).
8. Selskyi dom «Stoun Park» [Rural house "Stoun Park"] (2020). *Green tourism*: Website. Retrieved from <http://ruraltourism.com.ua/index2.php?a=viewfarm&id=870> (accessed 25 June 2020).

ПАМ'ЯТКИ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ
ЯК ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУCULTURAL HERITAGE SITES OF ODESSA REGION
AS A POTENTIAL FOR TOURISM DEVELOPMENT

У статті розглядається питання потенціалу використання пам'яток культурної спадщини Одеської області для туристичної діяльності. На основі класифікації об'єктів проведено систематизацію за видами, їх поширення за адміністративними одиницями регіону. Значним є масив пам'яток археології та архітектури, їх концентрація зосереджена в приморській зоні, Бессарабії тощо. Важливою складовою частиною культурної спадщини також є колишні колонії переселенців на території Північного Причорномор'я (болгарські, німецькі колонії переважно), які також формують культурний ландшафт, нематеріальну культуру, часто повністю втрачену. Розглянуті програми розвитку туризму області передбачають інтенсифікацію роботи у розробленні нових туристичних маршрутів, залучення нових об'єктів культурної спадщини. Реєстр пам'яток культурної спадщини не враховує значної частини об'єктів, що також можуть становити інтерес для туристів.

Ключові слова: культурна спадщина, нерухомі об'єкти культурної спадщини, насиченість пам'ятками культурної спадщини, етнотуристичні райони, локальні туристичні дестинації.

В статті рассматривается вопрос потенциала использования памятников культурного наследия Одесского региона для туристической деятельности. На основе классификации объектов проведена систематизация по видам, их распространение по административным единицам Одесского региона. Значителен массив памятников археологии и архитектуры, а их концентрация сосредоточена в приморской зоне, в Бессарабии. Важной составляющей культурного наследия также являются бывшие колонии переселенцев в Причерноморье, формирующие специфический культурный ландшафт и нематериальную культуру, частично утраченную. Региональные программы развития туризма области предусматривают усиление работы в разработке новых туристических маршрутов, привлечение новых объектов культурного наследия. Реестр памятников культурного наследия не учитывает значительной части объектов, которые также могут представлять интерес для туристов.

Ключевые слова: культурное наследие, недвижимые объекты культурного наследия, насыщенность памятниками культурного наследия, этнотуристические районы, локальные туристические дестинации.

УДК 338.48

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-32>**Ярьоменко С.Г.**

к.г.н., доцент,
доцент кафедри туристичного
і готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний
університет

Iaromenko Sergii

Odessa National Economic University

The potential of using the monuments of cultural heritage in Odessa region for tourist activities are considered in this article. According to the Law of Ukraine "On Protection of Cultural Heritage", cultural heritage sites are divided by complexes, type (monuments of archeology, architecture, history, monumental art, etc.), category (national and local importance). There are 26 cultural heritage sites of national importance in Odessa region. Based on the classification of objects, the systematization by types, their distribution by administrative units of the Odessa region was carried out. There is a significant array of monuments of archeology and architecture, especially sacred, and their concentration is concentrated in Odessa and suburbs, Bilgorod-Dnistrovsky, Izmail, Southern Bessarabia, etc. The calculation of the cultural heritage sites' saturation indicator (number of sites per 100 sq. km) shows that the largest concentration of objects by national and local importance in rural areas is located in Lyman, Kiliia, Podilsky, Reni, Ovidiopol districts. The important component of the cultural heritage is also the former colonies of migrants to the territory of the Northern Black Sea coast – Bulgarians, Germans, Russians-Lipovans, who also formed a specific cultural landscape, intangible culture. Such resources of intangible cultural heritage also have a territorial location in Bessarabia, the suburbs, the north of the region and the Ukrainian-Moldovan border. The considered programs of regional tourism development envisage intensification of work in the development of new tourist routes (up to 10), attraction of new objects of cultural heritage, and the economic benefit. In addition, the register of cultural heritage sites does not take into account a significant part of the objects that may also be of interest to tourists, as Odessa region is one of the five regions with significant tourist arrivals. It is proposed in the tourism development program of Odessa region to review the potential of cultural heritage and the possibility of attracting new tourist destinations.

Key words: cultural heritage, immovable objects of cultural heritage, saturation of cultural heritage monuments, ethno-tourist areas, local tourism destinations.

Постановка проблеми. Розвиток міжнародного туризму на початку 2020 року стикнувся з проблемами закриття кордонів, обмеження переміщення пасажирів за регіонами, окремими країнами у зв'язку з пандемією COVID-19. З іншого боку, Україна є однією з країн, де сальдо туристичного потоку є негативним – більша частина туристів виїжджає за кордон. Ця тенденція є негативною для туристичної сфери країни, оскільки зменшує економічні та інфраструктурні можливості реалізації комплексу послуг сфери туризму: завантаження закладів розміщення, реалізації послуг туристичних підприємств тощо.

Проте значний потенціал культурної спадщини може бути реалізований для громадян України в

умовах продовження пандемії та обмеження руху до інших країн. Крім цього, культурна спадщина залишається важливим складником в екскурсійному обслуговуванні туристів та екскурсантів. Підтримка внутрішнього туризму, пропозиції вже популярних об'єктів культурної спадщини, розроблення нових маршрутів з об'єктами культурної спадщини може слугувати інтенсифікації туристичних потоків між регіонами України, поживати внутрішній туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшість публікацій пов'язана з регіональними дослідженнями розвитку культурно-пізнавального туризму – на рівні окремої адміністративної одиниці України або частини туристично-рекреаційного

району або туристичного центру (О. Никига [1]; Б. Оробчук [2]). Г. Вишевська [3] наголошує на необхідності сегментації та диверсифікації продукту культурно-історичного туризму, задоволення потреб різних категорій споживачів. Важливим аспектом розвитку культурно-пізнавального туризму є діяльність музеїв як складника екскурсійного обслуговування та інфраструктури для організації пізнавального туризму (О.В. Шикіна, Н.В. Нєчева [4]). Особливої уваги заслуговує праця К.Д. Діденко [5] про роль історичних міст у розвитку пізнавального туризму, які не тільки виступають окремою категорією ансамблю споруд, але й також відображають певні періоди розвитку суспільства, формуючи відповідний культурний ландшафт, який, за М.Д. Гродзинським [6], є наслідком одночасного процесу зміни природного середовища для потреб суспільного розвитку й одночасно – пристосуванням етносу до природних чинників. Дослідження етнотуристичних ресурсів Одеської області розглядається у роботі М.Л. Орлової [7], а пропозиція районування регіону за рекреаційно-туристичними ресурсами розглядається у роботі О.І. Ніколаєвої [8].

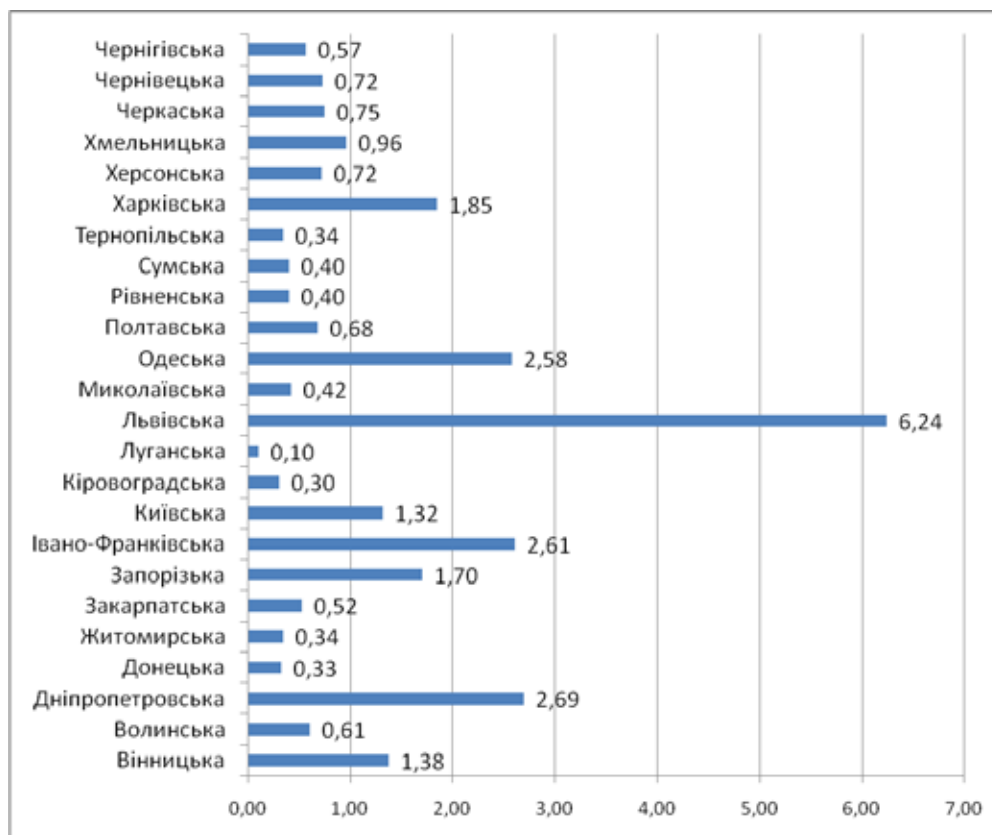
Постановка завдання. Метою дослідження є оцінка потенціалу Одеського регіону у розвитку

внутрішнього туризму завдяки використанню пам'яток культурної спадщини.

Виклад основного матеріалу. Тенденції розвитку туризму та туристичних потоків за регіонами України показують, що Одеська область входить до п'ятірки регіонів із найвищою часткою туристів, що були обслуговані суб'єктами туристичної діяльності (туроператорами та турагентами) – 72 302 особи, після м. Київ, Львівської, Івано-Франківської, Дніпропетровської областей (рис. 1).

Розвиток туристичної діяльності в Одеській області пов'язаний як із природно-рекреаційними ресурсами, так і з культурною спадщиною. Відповідно до Закону України «Про охорону культурної спадщини» [10], пам'ятки культурної спадщини є об'єктами цієї спадщини, які внесені до Державного реєстру нерухомих пам'яток України або взяті на державний облік. Об'єкти культурної спадщини класифікуються за типами, видами, а в обліку поділяються на національного та місцевого значення (рис. 2).

Державний реєстр нерухомих пам'яток України включає 4719 одиниць, з них 891 – національного значення, 3828 – місцевого значення. Так, найбільша частка пам'яток розміщена у м. Київ (18,52%), Чернігівській областях (8,98%), АР Крим (7,07%), найменша – у Тернопільській (0,56%),



**без тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя, частини тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської області*

Рис. 1. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України у 2017 році (без м. Київ) [9]

Кіровоградській (0,67%). В Одеській області частка пам'яток національного значення становить 2,92% (або 26 об'єктів) [11].

Проте необхідно зазначити, що частина пам'яток національного значення взята на облік відповідно до законодавства Української РСР. Відповідно до регіонального розподілу цих пам'яток, в Одеській області нараховується 48 об'єктів або 2,7% від усіх об'єктів культурної спадщини, взятих на облік відповідно до законодавства УРСР [12].

Серед пам'яток національного значення на території Одеської області більшість належить до

цивільної архітектури, об'єктів сакральної (культу-
вої) архітектури, монументального мистецтва та
пам'яток археології (табл. 1).

Оцінювання потенціалу Одеського регіону за
кількістю об'єктів культурної спадщини пов'язане
з кількома аспектами: об'єкти, які внесені до реє-
стру пам'яток, можна верифікувати; інші об'єкти,
що можуть претендувати на включення до реєстру
пам'яток.

Значна частина таких об'єктів пов'язана із будо-
вами періоду активного заселення Бессарабії та пів-
дня і створенням колоній болгар, німців, поселеннями



Рис. 2. Класифікація нерухомих об'єктів культурної спадщини України

Таблиця 1

Пам'ятки національного значення на території Одеської області

Адміністративні одиниці (міста, райони)	Пам'ятки національного значення, пам'ятки архітектури (за законодавством УРСР)					
	археологічні	оборонної архітектури	сакральна архітектура	цивільна та громадська архітектура	пам'ятки історії, науки і техніки	пам'ятки монументального мистецтва
Білгород-Дністровський	2					
Біляївський	1		2			
Болградський			1			
Ізмаїльський	1		3		1	
Кілійський	1		1			
Кодимський						
Лиманський	2		1			
Подільський			1			
Овідіопольський	3					
Ренійський	4					
м. Білгород-Дністровський	2	1	1			
м. Ізмаїл			6			1
м. Одеса		1	3	33	2	4
Всього	16	2	19	33	3	5

Джерело: розроблено автором на основі джерел [11; 12]

козаків, колишніми аулами тюркських племен тощо. Такі об'єкти можуть бути основою для ностальгійного або етнічного (етнографічного) туризму, їх необхідно реєструвати, створювати кадастр.

У таблиці 2 нами розраховано насиченість об'єктами культурної спадщини сільських адміністративних районів Одеської області без міських поселень. Найбільш складним залишається включення об'єктів, які не внесені до реєстру.

На основі розрахованих показників нами створено картосхему розподілу об'єктів культурної спадщини за сільськими адміністративними районами (рис. 3) без урахування міських поселень.

Більшість об'єктів культурної спадщини розміщені навколо Одеси та околиць, у Придунав'ї та на півночі області. Проте значна частина об'єктів натепер не виявлена, не включена до туристичних маршрутів, оскільки не має статусу пам'ятки та не включена до реєстру, відсутня інформація про цей об'єкт.

Етнічний склад Одеської області, що змінювався протягом XIX–XX століть, залишив значну

культурну спадщину – матеріальну і нематеріальну, етносів, що проживали в минулому або проживають зараз на території регіону.

Створена етносами культурна спадщина також є потенціалом розвитку туризму Одеської області. Сюди належать об'єкти культурної спадщини, колишні колонії та культурні ландшафти, які змінювалися відповідним етносом. Такі дослідження є у М.Л. Орлової, яка виокремила етнотуристичні райони (Північний, Центральний, Південний) відповідно до забезпеченості етнічно туристичними ресурсами (рис. 4).

О.І. Ніколаєва поділяє Одеський регіон на рекреаційні зони (Лісостепова, Центральностепова, Приморська, Приміська) та визначає спеціалізацію кожної із зон за видами туристично-рекреаційної діяльності [8].

Найбільш привабливою з погляду як культурної спадщини, так і організації сфери туризму залишається приморська зона навколо Одеси та узбережжя Овідіопольського і Білгород-Дністровського районів, а також Придунайський район, що

Таблиця 2

Об'єкти культурної спадщини Одеської області та насиченість ними адміністративних одиниць

Адміністративні одиниці (міста, райони)	Пам'ятки національного значення	Пам'ятки місцевого значення	Кількість пам'яток, всього	Площа району, км ²	Насиченість території пам'ятками культурної спадщини	Об'єкти, не внесені до реєстру пам'яток культурної спадщини**
Ананьївський				1104	0	1
Арцизький				1379	0	
Балтський				1317	0	9
Березівський		2	2	1637	0,12	
Білгород-Дністровський	2		2	1852	0,10	8
Біляївський	3		3	1496	0,20	10
Болградський	1		1	1364	0,07	6
Великомихайлівський				1436	0	5
Іванівський				1162	0	1
Ізмаїльський	5		5	1254	0,39	
Кілійський	2	2	4	1359	0,29	12
Кодимський		1	1	818	0,12	9
Лиманський	3		3	1487	0,20	3
Подільський	1	3	4	1037	0,38	
Окнянський				1013	0	
Любашівський				1100	0	4
Миколаївський				1093	0	2
Овідіопольський	3	1	4	815	0,49	12
Ренійський	4		4	861	0,46	10
Роздільнянський				1368	0	4
Савранський		2	2	618	0,32	1
Саратський				1475	0	6
Тарутинський				1874	0	5
Татарбунарський				1748	0	7
Захарівський				956	0	
Ширяївський				1502	0	1

Джерело: розраховано автором на основі джерел [11; 12; 13**]

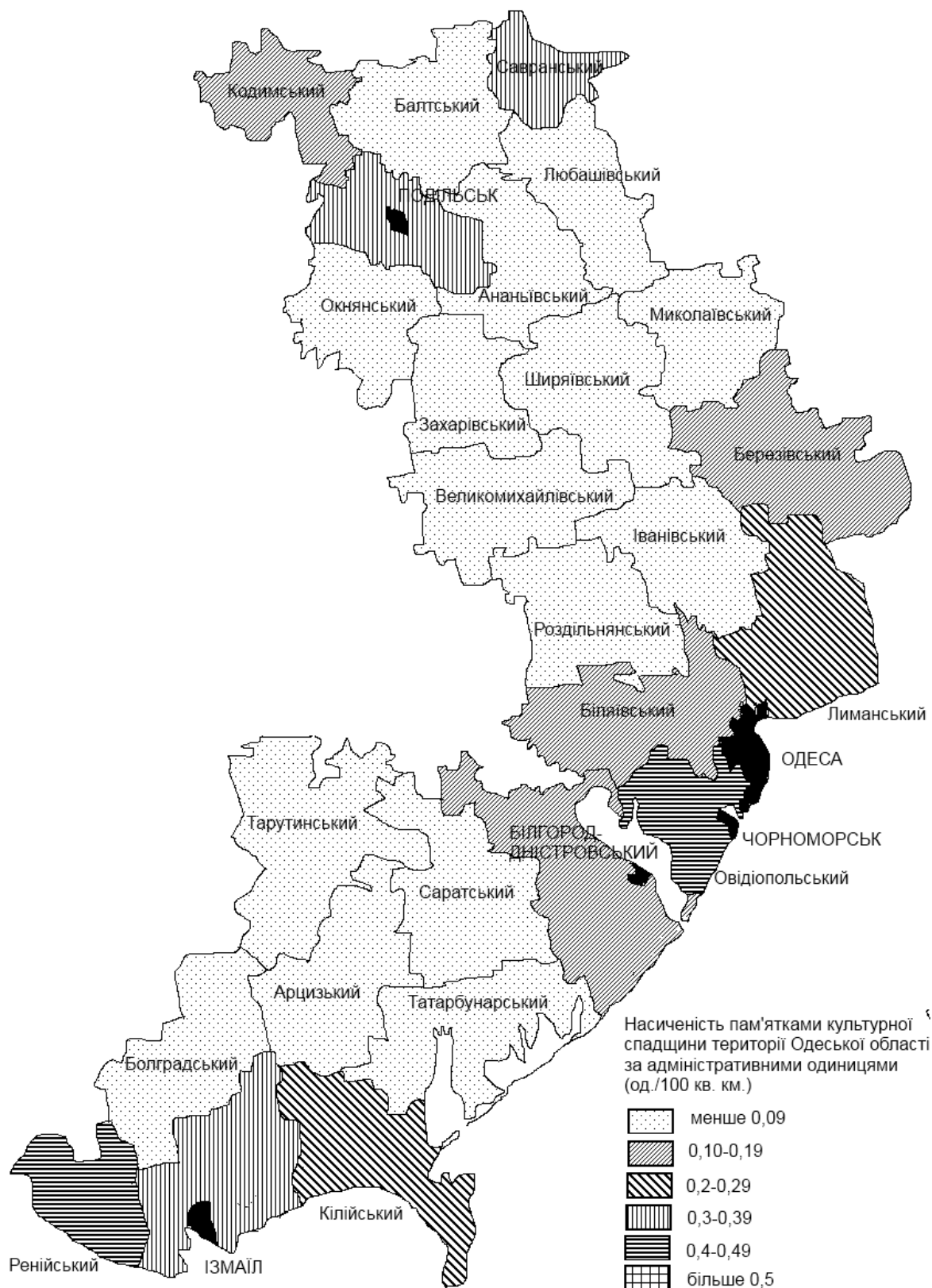


Рис. 3. Насиченість пам'ятками культурної спадщини сільських адміністративних одиниць Одеської області

Джерело: розробка автора

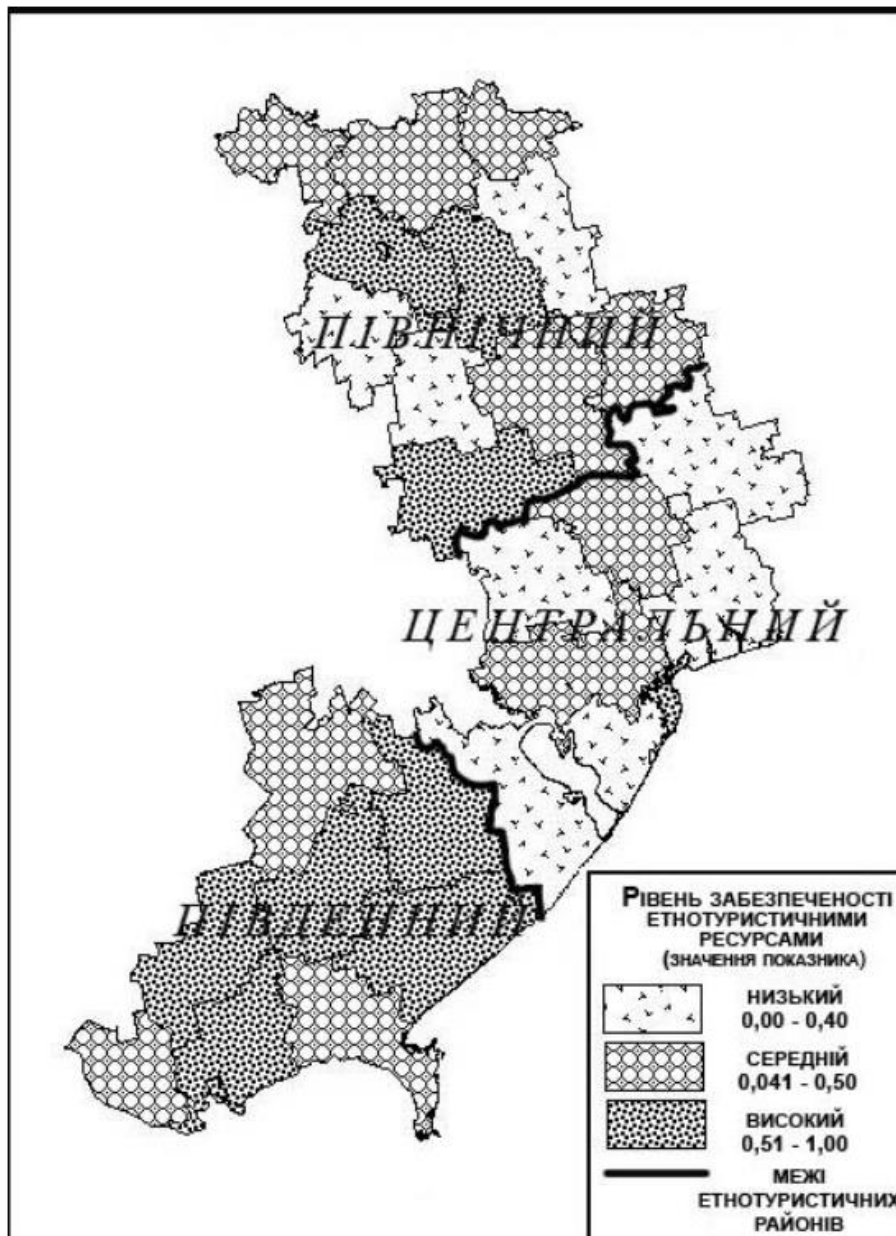


Рис. 4. Етнотуристичні райони Одеської області (за М.Л. Орловою) [7]

характеризується етнічною мозаїчністю, культурною спадщиною нерухомих об'єктів та нематеріальної культури болгар, молдован, липованів тощо.

Розвиток туристичної сфери в Одеській області пов'язаний із двома програмними документами: «Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області на період до 2022 року» [14], а також «Програма розвитку туризму і курортів в Одеській області на 2017–2020 роки» [15], в якій туризм та рекреація віднесені до стратегічних пріоритетів.

Так, програма передбачає такі основні напрями, як:

- збільшення кількості потоку туристів до Одещини на 20,0%;
- збільшення кількості проведених заходів, що належать до подієвого туризму, на 15,0%;

– збільшення кількості нових туристично-екскурсійних маршрутів на 25,0%;

– збільшення кількості установ у сфері туризму в Одеській області на 15,0% [14] (табл. 3).

Стратегія розвитку Одеської області на період 2021–2027 років передбачає у туристичній діяльності ключовий напрям – глобалізацію культурного і туристичного середовища та інфраструктурний розвиток.

Одним із напрямів розвитку є технічне завдання «Розвиток внутрішнього українського туризму». Це завдання передбачає:

- залучення органів державної та регіональної влади до підтримки туризму та його сприяння;
- створення локальних цільових програм – на рівні громад;

**Очікувані результати від реалізації Програми
в динаміці змін цільових показників в Одеській області**

Показники	2017	2018	2019	2020
Кількість нових туристично-екскурсійних маршрутів, од.	8	8	10	10
Туристичний збір, млн грн.	6,6	7,2	7,8	8,4
Сума податкових надходжень від туристичної діяльності, млн грн.	105	120	135	150
Загальна кількість туристів, млн ос.	3,8	4,6	5,1	6,8

Джерело: розроблено автором на основі джерела [15]

– забезпечення інформаційною базою для розроблення та формування локальних туристичних дестинацій та створення туристичних кластерів [14].

Важливе місце займає також організація етнофестивалів та інших подій, пов'язаних із використанням культурного потенціалу регіону (наприклад, етнофестиваль «Чумацький шлях»). Пропонується також переоцінка туристичного потенціалу сільських адміністративних регіонів та розбудова туристичної і супутньої інфраструктури.

Висновки з проведеного дослідження.

Основні туристичні маршрути реалізуються у напрямку до Білгорода-Дністровського та с. Шабо, м. Вилкове, навколо приміської зони Одеси (у доступності 1 дня). Залишаються незадіяними значна частина туристичних об'єктів на півночі Одеської області, а також сільські території центральної частини Одеської області, Бессарабії. Основною проблемою залишається відсутність або низький рівень інфраструктури для розвитку туризму. У більшості внутрішніх сільських районів області відсутні заклади розміщення, харчування, необхідна транспортна система, додаткові послуги для організації дозвілля. Одним із можливих напрямів розвитку сільських регіонів Одеської області, наповнення турів пізнавальними екскурсіями до об'єктів культурної спадщини та організації дозвілля, є підтримка сільського туризму. Збереження об'єктів культурної спадщини пов'язане із оцінюванням їхньої культурної та історичної цінності, внесенням до реєстру пам'яток регіону, реставрацією та відновленням за потреби. Підтримка етнокультурної спадщини в колишніх або збережених колоніях переселенців може бути у вигляді організації музею, проведення традиційних свят тощо, які є привабливими для туристів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Никига О. Пізнавальний туризм: сутність та особливості організації. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. (18–19 травня 2017 р., м. Львів). Львів, 2017. С. 81–84.
2. Оробчук Б. Перспективи розвитку екологічного та культурно-пізнавального туризму в зоні дністровського каньйону. Соціально-економічні проблеми і держава. 2008. Вип. 1 (1). С. 128–133.

3. Вишневецька Г. Г. Потенціал культурно-пізнавального туризму у збереженні культурної спадщини України. Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2013. Вип. 19(2). С. 192–196.

4. Шикіна О., Нєчева Н. Дослідження стану музейного господарства в Україні. Науковий вісник Одеського національного економічного університету : зб. наук. праць. Одеса, 2019. № 9–10 (272–273). С. 146–162.

5. Діденко, К.Д. Роль історичних міст України в розвитку внутрішнього туризму. Український географічний журнал, 2014. № 3. С. 52–56. URL: <https://doi.org/10.15407/ugz2014.03.052> (дата звернення: 21.03.2020).

6. Гродзинський, М.Д. Пізнання ландшафту: місце і простір. (Т. 2). К.: Київський університет, 2005. 503 с.

7. Орлова М.Л. Ресурси етнічного туризму регіону: суспільно-географічна оцінка (на матеріалах Одеської області) : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02. Одеса, 2009. 20 с.

8. Ніколаєва О.І. Рекреаційний господарський комплекс Одеського регіону : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02. Харків, 2018. 20 с.

9. Туристична діяльність в Україні у 2017 році : Статистичний збірник. К.: Державна служба статистики України, 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf (дата звернення: 13.06.2020).

10. Про охорону культурної спадщини : Закон України від 08.06.2000 р. № 1805-III. Редакція від 07.06.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> (дата звернення: 13.07.2020).

11. Державний реєстр нерухомих пам'яток України. URL: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244910406 (дата звернення: 20.03.2020).

12. Про впорядкування справи обліку та охорони пам'яток архітектури на території Української РСР. Постанова Ради Міністрів Української РСР від 24.08.1963 р. № 970. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/970-63-%D0%BF> (дата звернення: 20.03.2020).

13. Пам'ятки України: енциклопедія пам'яток. URL: <http://encyclosights.com/?ln=3> (дата звернення: 11.07.2020).

14. План заходів із реалізації у 2021–2023 роках Стратегії розвитку Одеської області на період 2021–2027 років. Додаток до рішення Одеської обласної ради від 03 березня 2020 року № 1229-VIII. URL: <https://oda.odessa.gov.ua/socioeconomic/strategy21-27> (дата звернення: 07.06.2020).

15. Програма розвитку туризму і курортів в одеській області на 2017–2020 роки. Додаток до рішення Одеської обласної ради від 23.12.2016 р. № 285-VIII. URL: <https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5a58d0f18f339.pdf> (дата звернення: 07.06.2020).

REFERENCES:

1. Nykyha O. (2017). *Piznavalnyi turyzm: sutnist ta osoblyvosti orhanizatsi* [Cognitive tourism: the essence and features of the organization.]. *Proceedings of the Suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku turyzmu v rehionakh Ukrainy (Ukraine, Lviv, May 18–19, 2017)* (eds. Voloshyn I. M., et al.). Lviv: LUPC, pp. 81–84.
2. Orobchuk B. (2008). *Perspektyvy rozvytku ekolohichnoho ta kulturno-piznavalnoho turyzmu v zoni dnistrovskoho kanionu*. [Prospects for the development of ecological and cultural-cognitive tourism in the Dniester canyon]. *Socio-economic problems and the state*, vol. 1, no. 1, pp. 128–133.
3. Vyshnevskaya H.H. (2013). *Potentsial kulturno-piznavalnoho turyzmu u zberezheni kulturnoi spadshchyny Ukrainy*. [The potential of cultural and cognitive tourism in preserving the cultural heritage of Ukraine]. *Ukrainian culture: past, present, ways of development*, vol. 19, no. 2, pp. 192–196.
4. Shykina O., Niecheva N. (2019). *Doslizhennia stanu muzeinoho hospodarstva v Ukraini*. [Research of the state of museum economy in Ukraine]. *Scientific Bulletin of Odessa National Economic University*, vol. 9–10, no. 272–273, pp. 146–162.
5. Didenko, K.D. (2014). *Rol istorichnykh mist Ukrainy v rozvytku vnutrishnoho turyzmu*. [The role of historical cities of Ukraine in the development of domestic tourism]. *Ukrainian Geographical Journal*, 3, 52–56. Available at: <https://doi.org/10.15407/ugz2014.03.052> (accessed 21 March 2020).
6. Hrodzynskiy, M.D. (2005). *Piznannia landshaftu: mistse i prostir*. [Cognition of the landscape: place and space]. Kyiv: Kyiv University. (in Ukrainian).
7. Orlova M.L. (2009). *Resursy etnichnoho turyzmu rehionu: suspilno-geohrafichna otsinka (na materialakh Odeskoi oblasti)*. [Resources of ethnic tourism in the region: socio-geographical assessment (on the materials of Odessa region)] (PhD Thesis), Odesa: Odesa Mechnikov National University.
8. Nikolaieva O.I. (2018) *Rekreatsiyni hospodarskyi kompleks Odeskoho rehionu* [Recreational economic complex of the Odessa region] (PhD Thesis), Kharkiv: Kharkiv Karazin National University.
9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) *Turystychna diialnist v Ukraini u 2017 rotsi* [Tourism in Ukraine in 2017] Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf (accessed 13 June 2020).
10. *Pro okhoronu kulturnoi spadshchyny* : Zakon Ukrainy vid 08.06.2000 r. #1805-III. Redaktsiia vid 07.06.2020 r. [On the protection of cultural heritage: Law of Ukraine of 08.06.2000 № 1805-III. Edition from 07.06.2020] Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> (accessed 13 July 2020).
11. *Derzhavnyi reiestr nerukhomykh pam'yatok Ukrainy* [State Register of Immovable Monuments of Ukraine] Available at: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244910406 (accessed 20 March 2020).
12. *Pro vporiadkuvannia spravy obliku ta okhorony pamiatnykiv arkhitektury na terytorii Ukrainy RSR*. Postanova Rady Ministriv Ukrainy RSR vid 24.08.1963 r. #970 [On streamlining the registration and protection of architectural monuments on the territory of the Ukrainian SSR. Resolution of the Council of Ministers of the Ukrainian SSR of August 24, 1963, № 970] Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/970-63-%D0%BF> (accessed 20 March 2020).
13. *Pamiatky Ukrainy: entsyklopediia pamiatok* [Sights of Ukraine: encyclopedia of monuments] Available at: <http://encyclosights.com/?ln=3> (accessed 11 July 2020).
14. *Plan zakhodiv iz realizatsii u 2021–2023 rokakh Stratehii rozvytku Odeskoi oblasti na period 2021–2027 rokiv*. Dodatok do rishennia Odeskoi oblasnoi rady vid 03 bereznia 2020 roku #1229-VIII [Action plan for the implementation in 2021–2023 of the Development Strategy of Odessa region for the period 2021–2027. Annex to the decision of the Odessa regional council of March 3, 2020 № 1229-VIII] Available at: <https://oda.odessa.gov.ua/socialeconomic/strategy21-27> (accessed 7 June 2020).
15. *Prohrama rozvytku turyzmu i kurortiv v odeskii oblasti na 2017–2020 roky*. Dodatok do rishennia Odeskoi oblasnoi rady vid 23.12.2016 r. #285-VIII [Program for the development of tourism and resorts in the Odessa region for 2017–2020. Annex to the decision of the Odessa regional council dated 23.12.2016 № 285-VIII] Available at: <https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5a58d0f18f339.pdf> (accessed 7 June 2020).

РОЗДІЛ 5. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКАСУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПРАЦІ
CURRENT STATE AND PROBLEMS OF THE DOMESTIC LABOR MARKET

Стаття присвячена глибоким проблемам вітчизняного ринку праці. Зафіксувати їх напередодні важкої нестандартної кризи важливо для відокремлення короткострокових та довгострокових тенденцій і подальшого виправлення наявних диспропорцій. Аналіз основних показників ринку праці, а саме попиту, пропозиції, рівнів зайнятості та безробіття, плинності кадрів, динаміки реальної заробітної плати, переконливо свідчить про наявність серйозних застарілих проблем. Серед них слід виділити незначні темпи зростання попиту на працю, несприятливу структуру зайнятості, високий рівень молодіжного безробіття, переважання структурного безробіття. Дослідження підтверджує, що, попри необхідність вирішення зловбодених завдань, породжених карантинном, самоізоляцією та дистанційною роботою, ринок праці потребує подолання системних проблем за рахунок проведення структурної політики, розвитку малого бізнесу, узгодження освіти з потребами ринку праці.

Ключові слова: ринок праці, попит на працю, пропозиція праці, зайнятість, безробіття.

Стаття посвящена глубоким проблемам отечественного рынка труда. Зафиксировать их накануне тяжелого нестандартного кризиса важно для отделения краткосрочных и долгосрочных тенденций и дальнейшего исправления имеющихся диспропорций. Анализ основных показателей рынка труда, а именно спроса, предложения, уровней занятости и безработицы, текучести кадров, динамики реальной заработной платы, убедительно свидетельствует о наличии серьезных застарелых проблем. Среди них следует выделить незначительные темпы роста спроса на труд, неблагоприятную структуру занятости, высокий уровень молодежной безработицы, преобладание структурной безработицы. Исследование подтверждает, что, несмотря на необходимость решения насущных заданий, порожденных карантином, самоизоляцией и дистанционной работой, рынок труда требует преодоления системных проблем за счет проведения структурной политики, развития малого бизнеса, согласования образования с потребностями рынка труда.

Ключевые слова: рынок труда, спрос на труд, предложение труда, занятость, безработица.

УДК 331.5. (477)

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-33>

Палехова В.А.

доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва
Чорноморський національний
університет імені Петра Могили

Palekhova Viktoriya

Petro Mohyla Black Sea National
University

Quarantine, self-isolation of consumers, remote work significantly reformats the labor market. However, the need to solve urgent (short-term) problems should not overshadow numerous old and chronic (long-term) ones. Their dissociation will help avoid the common logical mistake "post hoc ergo propter hoc" and highlight the problems that need to be solved right away. The article aims to analyze a broad set of indicators of the domestic labor market – labor demand, labor supply, employment rate, unemployment rate, the dynamics of real wages, and others. It will allow us to capture a position in which the labor market has met the Coronavirus pandemic crisis and outline the main ways of solving the accumulated problems. The study has identified the main problems, many of which are systemic. Moderate economic growth rates in 2016–2019 logically lead to a slight increase in labor demand. In 2019, the situation worsened due to the permanent decline in industrial production. Considering the structure of the national economy in the total labor demand, the share of less qualified labor (trade, agriculture) continues to grow. In terms of labor supply, the continuing decline in the active population and mass migration are noteworthy. The structure of supply is also essential here, as young people are the most mobile age group. Unemployment rates vary only slightly, indicating a significant informal sector of the national economy. There is a high youth unemployment rate (one of the reasons to migrate). A review of the primary labor market indicators in recent years of economic growth strongly shows that the domestic market has confronted the crisis caused by the Coronavirus pandemic being unstable, unbalanced, with structural unemployment, and a simultaneous deficit and surplus of a labor force. The urgent anti-crisis measures as a reaction to the worsening situation should not neglect the elimination of existing imbalances in the labor market. Government structural policy, development of a small business, and the coordination of education with the labor market needs are among the possible measures.

Key words: labor market, labor demand, labor supply, employment, unemployment.

Постановка проблеми. Економічна криза, що розгортається у більшості країн світу через пандемію та локдаун, до яких довелося вдаватися, – явно не найкращий час для дослідження ринку праці. Зростає безробіття, скорочуються зарплати, посилюється напруженість, змінюються акценти у професіях, які користуються попитом у роботодавців. Проте навіть у відносно спокійні часи ринок праці відрізняється високою рухливістю, тому всім зацікавленим особам радять здійснювати його моніторинг кілька разів на рік. Однак багато тенденцій, які можна спостерігати на вітчизняних ринках, мають явно довгостроковий усталений характер, що дещо полегшує задачу.

Реалії сьогодення обов'язково ставлять на порядок денний дослідження реакції ринку праці на економічну кризу, що викликана коронавірусом. Втім, перш ніж аналізувати адаптацію вітчизняного ринку праці до нових викликів, канали, через які він підлаштовується до чергового шоку (зміну зарплатні або зайнятості), численні соціальні наслідки, варто дочекатися статистичних даних, які дадуть змогу отримати повну картину. З іншого боку, слід добре уявляти той стан, у якому ринок підійшов до цього випробування, його проблеми та дисбаланси, щоб розрізнити короткострокові та довгострокові тенденції, уникати поширеної логічної помилки *post hoc ergo propter hoc*.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняний ринок праці завжди залишається в центрі уваги українських економістів. Авторитетними дослідниками у цій сфері є В.П. Антонюк [1], В.В. Близнюк [2; 3], О.А. Грішнова, Л.С. Лісогор [4], Е.М. Лібанова [4], Ю.М. Маршавін [5], І.Л. Петрова [3], М.В. Семикіна, О.І. Цимбал [4; 6], Л.В. Щетініна [1], О.М. Ярош [4; 6] та інші. Проте у статті використовуються передусім офіційні дані, які надають Державна служба статистики [7] й Державна служба зайнятості [8], та той аналіз ринку праці, що передуює прийняттю рішень урядом та центральним банком. Так, в «Інфляційному звіті» НБУ є розділ «Ринок робочої сили та доходи домогосподарств», а в «Економічному огляді» – розділ «Ринок праці», де щоквартально оприлюднюються результати опитування щодо ділових очікувань підприємств України [9–12]. З 2020 р. Міністерство економіки започаткувало публікацію «Огляду ринку праці». Корисну інформацію містять результати соціологічних досліджень Інституту демографії НАН України [4], соціологічних опитувань дослідницьких агенцій, аналітичні матеріали “VoxUkraine” [6], інших міжнародних та вітчизняних організацій. Врешті-решт, найбільш оперативні дані надають посередники на ринку праці, онлайн-сервіси з пошуку роботи.

Постановка завдання. Аналіз ринку праці передбачає дослідження його основних складових частин, зокрема попиту, пропозиції, рівнів зайнятості, безробіття (його причин, тривалості), плинності кадрів, динаміки реальної заробітної плати. Всі ці маркери допоможуть скласти уявлення про те, в якому стані вітчизняний ринок праці зустрів невідворотну економічну кризу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Попит на робочу силу, як на будь-який ресурс, є похідним від попиту на товари й послуги. Крім того, він залежить від продуктивності праці, технологічного рівня та стану економіки. У 2016–2019 рр. в Україні спостерігалось помірне економічне зростання (2,4%; 2,5%; 3,4%; 3,2%

відповідно), підвищувався рівень економічної активності, зайнятості та кількість вакансій. За даними Держстату, протягом 2018–2019 рр. зайнятість зростала як в абсолютному, так і у відносному вимірах (рис. 1) [7]. За даними НБУ, стійкий попит на робочу силу зберігався також протягом I кварталу 2020 р. [9, с. 18].

Проте, повертаючись до динаміки ВВП, маємо погодитися з фахівцями Інституту економіки та прогнозування в тому, що загальний невисокий рівень ВВП гальмує процес створення високопродуктивних робочих місць, які здатні посилити конкурентні позиції національної економіки та прискорити економічне зростання [3, с. 17].

Відповідно до підвищення рівня зайнятості зменшувалися кількість та частка безробітних (як буде показано далі), а також громадян, зайнятих у неформальному секторі (протягом 2019 р. частка останніх скоротилася з 21,6% до 20,9%, але залишається досить високою, а саме 3,5 млн. із 16,6 млн. зайнятих). Однак якщо обмежуватися легальними робочими місцями, то можна побачити, що кількість штатних працівників впродовж останніх років коливалася, а з IV кварталу 2018 р. сформувалася чітка тенденція до її зменшення (загальна зайнятість нараховує у 2019 р. 16,578 млн. осіб віком 15–70 років, кількість штатних працівників становить 7,35 млн.) (рис. 2) [7].

Попередній уряд необачно пообіцяв створити у 2020 р. 200 тисяч нових легальних робочих місць, а за 5 років – 1 мільйон, попри те, що світова спільнота давно перебувала в очікуванні чергового економічного спаду [13]. Натомість ще до настання кризи за 2019 р. було втрачено 289 тис. робочих місць. Можна припустити, що однією з основних причин цього було падіння промислового виробництва (у квітні 2020 р. його обсяг скоротився на 16,2% порівняно з квітнем 2019 р.).

За оцінкою НБУ, попит на робочу силу залишався високим не лише через загальне економічне зростання, але й внаслідок проблем із заповненням вакансій (особливо у державному

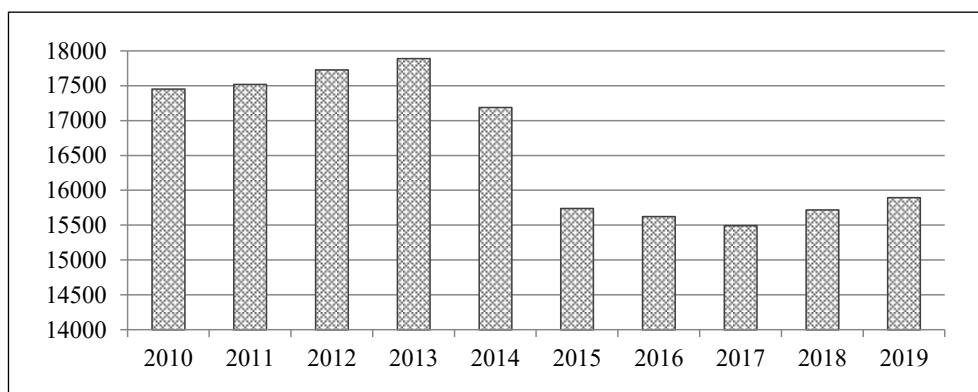


Рис. 1. Зайняте населення віком 15–70 років у середньому, тис. осіб

Джерело: Державна служба статистики

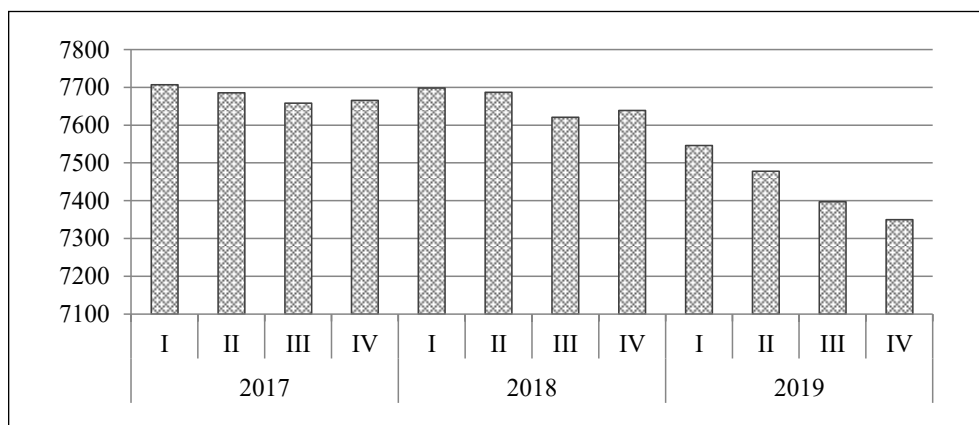


Рис. 2. Середньооблікова кількість штатних працівників по кварталах, тис. осіб

Джерело: Державна служба статистики

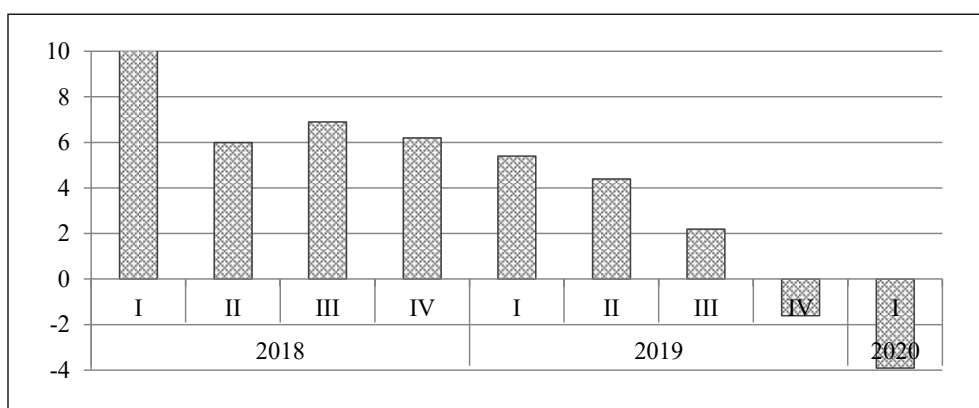


Рис. 3. Очікування респондентів щодо змін кількості працівників на їх підприємствах у наступні 12 місяців (баланс відповідей, %)

Джерело: НБУ

управлінні, освіті, медицині, транспорті та сільському господарстві) та позитивним очікуванням роботодавців. Спад у промисловості дався взнаки лише у IV кварталі 2019 р., коли очікування щодо майбутніх змін чисельності працівників помітно погіршилися й стали від'ємними (рис. 3). Однак продовжувала зростати кількість працюючих у сферах торгівлі та будівництва [10].

Пропозиція праці визначається передусім демографічними, міграційними та соціальними чинниками. Вітчизняні демографічні тенденції залишаються невтішними: чисельність населення скорочується, нині на ринок праці вперше виходять народжені у скрутні часи другої половини 1990-х рр., що посилює загальний спадний тренд. Згідно з оцінкою компанії "GRC", найчисельнішою групою на ринку праці сьогодні є так звані міленіали, або покоління Y, тобто пошукачі роботи віком приблизно 19–35 років (58% всіх резюме надходять саме від них) [14]. Наступною за численністю групою (35% резюме) є покоління X, тобто особи віком 36–56 років. Якщо перші відрізняються

динамічністю, активністю в питаннях працевлаштування, то другі більше цінують стабільність та постійність. Представників покоління Z, тобто народжених після 2000 р., (які тільки починають виходити на ринок праці) та «бебі-бумерів» 4% та 3% відповідно [15].

Попри негативний демографічний тренд (природне скорочення у 2019 р. склало 0,6%), пропозиція робочої сили зростала за рахунок підвищення рівня участі в робочій силі осіб передпенсійного віку (50–59 років) [10, с. 18].

Однак чим далі, тим більш відчутною в Україні стає проблема нестачі робочої сили. Згідно з базою даних "GRC", саме на міленіалів припадають 60% усіх резюме, в яких вказана готовність до зміни країни проживання [16]. Отже, слід взяти до уваги інший тренд цих років, а саме продовження відтоку робочої сили за кордон. Достеменно невідомо, скільки саме українців працює за межами країни. Держстат досліджує трудову міграцію раз на 5 років, останній раз відбувся у 2017 р. Міністерство соціальної політики України

у 2019 р. стверджувало, що близько 3,2 млн. українців роблять це на постійній основі, а в окремі періоди – до 7–9 млн. осіб [17]. За оцінками Всеукраїнської асоціації компаній з міжнародного працевлаштування, за кордоном працюють 3–5 млн. громадян України, левова частка з них не повернулася додому навіть через пандемію [18].

Цілком ймовірно, що масштаби трудової міграції більші, ніж це фіксується офіційною статистикою. Хоча навіть 3–4 млн. осіб складають 10% населення, що помітно перевищує середньосвітовий показник.

Важко не погодитися з тим, що для вітчизняної економіки значно вигідніше створювати робочі місця, залишати вдома кваліфікованих фахівців, ніж отримувати від них перекази грошей з-за кордону (за даними Світового банку, Україна у 2019 р. стала лідером у Європі за надходженням приватних грошових переказів від заробітчан, що склали 15,8 млрд. дол. [19, с. 18]). Важливо, щоби кошти, витрачені на формування людського капіталу, давали віддачу всередині країни, щоби робітники поверталися на Батьківщину, набувши досвіду та підвищивши кваліфікацію.

Також цілком природно виглядає дефіцит робочої сили певних робітничих спеціальностей як внаслідок відтоку фахівців, так і в результаті низької зацікавленості молоді та виходу на пенсію робітників старшого віку [10, с. 19].

Важливим чинником, який суттєво впливає як на попит, так і на пропозицію праці, є розвиток малого та середнього бізнесу. Чим більше в країні підприємств, які створюють робочі місця, тим більше попит на робочу силу й тим менше її пропозиція. Проте сектор малого бізнесу в Україні ще не відіграє тієї ролі, яка б дала змогу відчутти його переваги. За даними Держстату, у 2018 р. на великих, середніх та малих підприємствах було зайнято 26,4%, 46,0% і 27,5% відповідно. Можна припустити, що частка малих підприємств насправді є більшою через неврахування тіньової економіки.

Однак все одно ці показники значно менші за аналогічні дані розвинутих країн.

З урахуванням наявного попиту та пропозиції на вітчизняному ринку праці та їхньої динаміки песимістично налаштовані експерти розглядають його як ринок продавця, де попит домінує над пропозицією, і пов'язують таку тенденцію з глобальною конкуренцією за трудові ресурси [20]. Вони вважають, що в Україні конкуренція зростатиме, але не внаслідок дефіциту робочих місць, а через невдоволення здобувачів нинішнім місцем роботи та їхнім бажанням знайти кращу пропозицію.

Можна погодитися з тим, що домінування попиту над пропозицією на ринку праці справедливо для певних категорій робітників, але наявність безробіття недовозначно свідчить про інше співвідношення. Зміна його рівня протягом 2010–2019 рр. зображена на рис. 4.

Добре помітна незначна волатильність показника, яка зайвий раз свідчить про наявність суттєвого неформального сектору економіки [2, с. 59]. Якщо не брати до уваги цілком логічне зростання циклічного безробіття в період економічних криз, то вважається, що у складі безробіття переважає структурне, що спричинене невідповідністю попиту й пропозиції робочої сили певних професій, як згадувалося вище [11, с. 27].

Серйозною проблемою, типовою для більшості країн світу, є молодіжне безробіття. З рис. 5 можна зрозуміти, яку значну диференціацію за віковими групами приховує загальний показник 2019 р. у 8,2%. Незважаючи на те, що в групі віком 15–24 років домінує економічно неактивне населення (у 2018 р. – 66,3% до населення відповідного віку), вона демонструє найвищий рівень безробіття. Якщо її об'єднати з наступною за віком групою, то стане очевидним, що найчисельнішою у складі безробітних є молодь (15–29 років), серед яких чимало таких, хто не зміг працевлаштуватися, завершивши навчання та отримавши освіту.

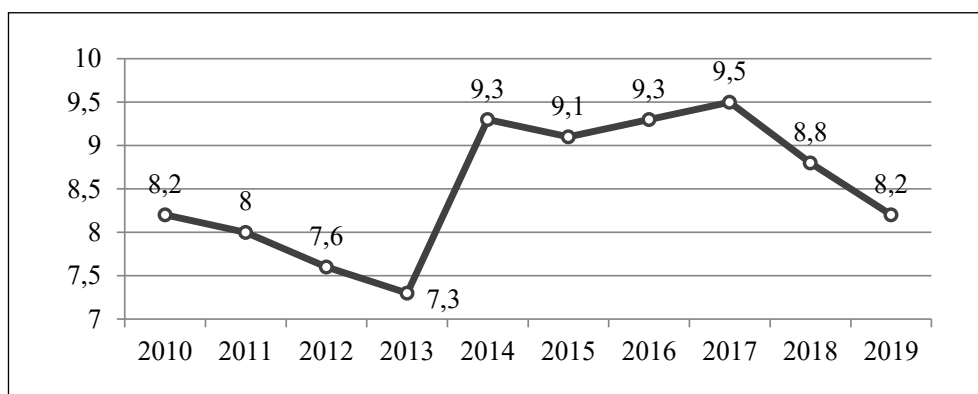


Рис. 4. Рівень безробіття людей віком 15–70 років, % (за методологією МОП)

Джерело: Державна служба статистики

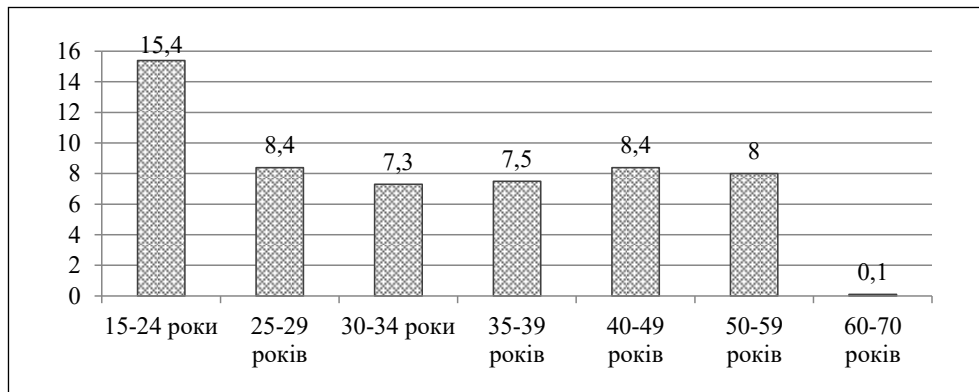


Рис. 5. Рівень безробіття у 2019 р. за віковими групами, %

Джерело: Державна служба статистики

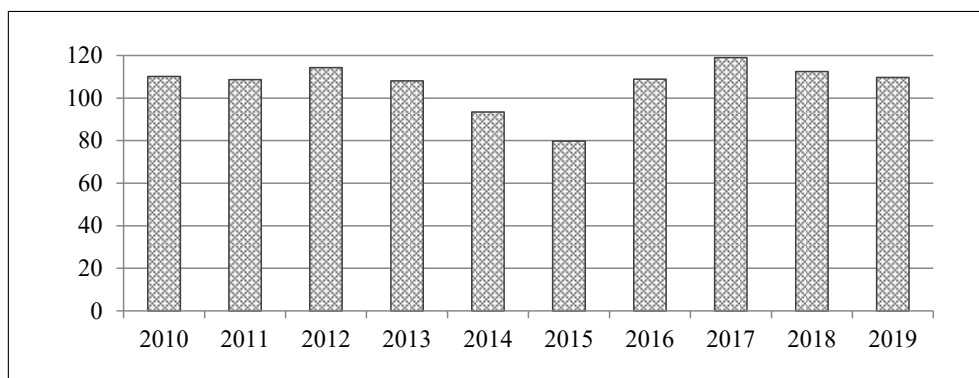


Рис. 6. Динаміка реальної зарплатної плати (% до попереднього року)

Джерело: Державна служба статистики

Українським центром соціальних реформ спільно з Інститутом демографії та соціальних досліджень ще у 2013 та 2015 рр. було виконано дослідження «Перехід від навчання до ринку праці». Згідно з його результатами, основними перешкодами для отримання гідної роботи молоддю під час першого виходу на ринок праці були названі «незадовільні навички пошуку роботи, відсутність трудового стажу та доволі часто завищені очікування випускників начальних закладів щодо умов найму та оплати праці» [4, с. 49]. Немає підстав стверджувати, що дія цих перешкод припинилася та не відчувається досі. Отже, актуальною задачею залишається узгодження ринків освітніх послуг та праці.

Занепокоєння викликає тривалість безробіття. Так, у 2016–2018 рр. 22–28% безробітних шукали роботу довше одного року, що обов'язково призводило до значних втрат людського капіталу. У 2019 р. цей показник був несподівано значно покращений до 13,1% [7], а тривалість пошуку роботи у середньому становить 6 місяців. Приблизно третина зайнятих, серед яких більшість молодих фахівців, хоча б недовго перебуває в стані безробітних [6].

Іншою часовою характеристикою ринку праці є плинність кадрів. Вона є досить високою в

середньому по країні порівняно з європейським рівнем. Причому найвищий рівень плинності спостерігається здебільшого в регіонах з низьким рівнем безробіття (м. Київ, Київська, Одеська області). Дослідження свідчать про те, що таким чином пошукачі робочих місць прагнуть підвищити свої шанси на краще працевлаштування [6].

Окрім років економічного спаду, реальна зарплата в Україні зростала, особливо високі темпи спостерігалися у 2017 р. у зв'язку з подвоєнням мінімальної зарплатні (рис. 6). Однак її загальний рівень залишається невисоким, що також позначається на темпах міграції. На жаль, серед інших чинників підвищення оплати праці неможливо навести найбажаніший, а саме продуктивність праці, що підтверджується економетричними дослідженнями [12, с. 23]. Проблемою залишається також значна диференціація в оплаті праці як за видами економічної діяльності, так і за регіонами й соціальними групами [2, с. 66].

Втім, реалії життя з усією очевидністю доводять, що зарплата є найменш достовірною характеристикою ринку праці. Справжню її величину приховують як ті, хто шукають роботу, так і ті, хто її надають. Останні це роблять на всіх рівнях, а

Таблиця 1

Зайняте населення за видами економічної діяльності у 2012–2019 рр., %

Категорія	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Оптова та роздрібна торгівля	21,6	22,1	21,9	21,4	21,6	21,8	22,3	22,9
Сільське, лісове та рибне господарство	17,2	17,5	17,1	17,5	17,6	17,7	18,0	18,2
Промисловість	16,8	16,4	16,0	15,7	15,3	15,1	14,8	14,8
Освіта	8,5	8,3	8,8	9,1	8,9	8,8	8,7	8,4
Транспорт, складське господарство	6,0	6,0	6,2	6,1	6,1	6,1	6,1	6,0
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	6,1	6,1	6,4	6,3	6,3	6,3	6,1	5,9
Державне управління й оборона	5,2	5,0	5,3	5,9	6,0	6,1	5,7	5,3
Будівництво	4,3	4,4	4,1	3,9	4,0	4,0	4,1	4,2
Професійна, наукова та технічна діяльність	2,6	2,6	2,5	2,6	2,6	2,6	2,7	2,5
Інші види економічної діяльності	11,7	11,6	11,7	11,5	11,6	11,5	11,4	11,5
Разом	100	100	100	100	100	100	100	100

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики

саме приховують від держави заради фіскальної економії, всередині фірми – щоби замаскувати несправедливу диференціацію зарплат співробітників, від претендентів – щоби привабити найкращих фахівців [6].

Наостанок, повертаючись до зайнятості, вважаємо корисним навести її структуру за видами економічної діяльності (табл. 1).

Можна помітити, що у 2019 р. найбільша частина працюючих була зайнята у сфері торгівлі (22,9%), сільському господарстві (18,2%) та промисловості (14,8%). Така картина зберігалася протягом усього наведеного періоду. Подібний розподіл робочої сили відбиває структурні зрушення, що відбулися впродовж років трансформації національної економіки. Це передусім деіндустріалізація та примітивізація. Відверто спрощений характер має й політика зайнятості [5, с. 7]. Вже з 2011 р. у сільському господарстві (первинному секторі) працює більше осіб, ніж у промисловості (варто додати, що в структурі зайнятих у неформальному секторі сільське господарство абсолютно домінує, становлячи 42,3% [8, с. 4]). З іншого боку, зростання зайнятих у сфері послуг (торгівлі) неможливо сприймати як аргумент на користь формування постіндустріальної та соціальної економіки [1, с. 68–69]. Все це обов'язково призводить до зменшення потреби у висококваліфікованій робочій силі та знижує престиж освіти.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, огляд основних показників ринку праці за останні роки економічного зростання переконливо свідчить про те, що до кризи, спричиненої пандемією коронавірусу, вітчизняний ринок підійшов нестабільним, незбалансованим із наявним структурним безробіттям, одночасним дефіцитом та надлишком робочої сили. Зафіксувати подібний стан важливо з огляду на подальше загострення ситуації.

Подальші дослідження мають стосуватися того, як ринок праці адаптується до кризи, що відбудеться із зайнятістю в цих умовах. Це актуальне й непросте питання з огляду на нерівномірність поширення кризи за видами діяльності (певні сектори навіть виграли від самоізоляції споживачів та дистанційної роботи). Нестандартність цієї кризи вимагатиме вжиття нестандартних заходів порятунку. Однак це не знімає з порядку денного нагальної потреби ліквідації застарілих дисбалансів на ринку праці. Серед інших заходів можна назвати структурну політику, розвиток малого бізнесу, узгодження освіти з потребами ринку праці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антонюк В.П., Щетініна Л.В. Трансформація зайнятості за видами економічної діяльності як індикатор структурних зрушень в економіці України. *Проблеми економіки*. 2017. № 4. С. 62–70.
2. Близнюк В.В. Український ринок праці: історичні виклики та нові завдання. *Український соціум*. 2016. № 3 (58). С. 58–71.
3. Український ринок праці: імперативи та можливості змін : колективна монографія / за наук. ред. І.Л. Петрової, В.В. Близнюк. Київ, 2018. 356 с. URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/306.pdf> (дата звернення: 20.07.2020).
4. Лібанова Е.М. та ін. Перехід на ринок праці молоді України / Міжнародне бюро праці. Програма молодіжної зайнятості. Департамент політики зайнятості. Женева : МОП, 2014. 79 с. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_302648.pdf (дата звернення: 10.07.2020).
5. Маршавін Ю.М. Імператив політики зайнятості в умовах турбулентного розвитку вітчизняної економіки. *Економіка та держава*. 2018. № 7. С. 4–8. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/7_2018/3.pdf (дата звернення: 10.07.2020).
6. Цимбал О.І., Ярош О.М. Український ринок праці у дзеркалі офіційних та неофіційних джерел.

VoxUkraine. 26 травня 2020. URL: <https://voxukraine.org/uk/ukrayinskij-rinok-pratsi-u-dzerkali-ofitsijnih-ta-neofitsijnih-dzherel> (дата звернення: 24.06.2020).

7. Основні показники ринку праці у 2000–2019 роках / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.07.2020).

8. Ситуація на ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості у 2019 році / Державна служба зайнятості. URL: https://www.dcz.gov.ua/sites/default/files/infocfiles/nova_sytuaciya_na_rp_ta_diyalnist_dsz_2019.pdf (дата звернення: 15.07.2020).

9. Інфляційний звіт, квітень 2020 року / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2020-Q2.pdf?v=4 (дата звернення: 25.06.2020).

10. Інфляційний звіт, січень 2020 року / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2020-Q1.pdf?v=4 (дата звернення: 25.06.2020).

11. Інфляційний звіт, липень 2018 року / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2018Q3.pdf?v=4 (дата звернення: 10.07.2020).

12. Інфляційний звіт, жовтень 2019 року / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2019-Q4.pdf?v=4 (дата звернення: 15.07.2020).

13. Гончарук пообіцяв за 5 років створити мільйон нових робочих місць. УНІАН. 17 лютого 2020. URL: <https://www.unian.ua/economics/other/10878287-goncharuk-poobicyav-za-5-rokiv-stvoriti-milyon-novih-robochih-misc.html> (дата звернення: 20.06.2020).

14. Міленіали на ринку праці України. GRC. 19 червня 2019. URL: <https://grc.ua/article/24837> (дата звернення: 20.06.2020).

15. Найгостріші виклики для роботодавців: думка HR-спільноти. GRC. 17 липня 2019. URL: <https://grc.ua/article/24975> (дата звернення: 24.06.2020).

16. Міленіали на ринку праці: хочуть працювати в ІТ та готові до переїзду за кордон. Економічна правда. 18 червня 2019. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/06/18/648851> (дата звернення: 20.06.2020).

17. Мінсоцполітики: понад 3 млн. українців працює за кордоном на постійній основі. Радіо Свобода. 01 серпня 2019. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-trudovi-mihranty-z-ukrainy/30087119.html> (дата звернення: 26.06.2020).

18. Левова частка українських заробітчан і надалі залишається за кордоном. DW.COM. 03 квітня 2020. URL: <https://www.dw.com/uk/chy-rovernutsia-zarobitchany-z-yes-v-ukrainu-cherez-koronavirus/a-52996263> (дата звернення: 26.06.2020).

19. COVID-19 Crisis Through a Migration Lens. April 2020. Migration and Remittances Team Social Protection and Jobs. World Bank. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/989721587512418006/pdf/COVID-19-Crisis-Through-a-Migration-Lens.pdf> (дата звернення: 20.06.2020).

20. Горбань Ю.М. Ринок праці в Україні: хто тут головний. Укрінформ. 20 вересня 2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2784512-rinok-praci-v-ukraini-hto-tut-golovnij.html> (дата звернення: 25.06.2020).

REFERENCES:

1. Antonjuk, V.P.; Shchetinina, L.V. (2017) Transformacija zajnjatosti za vydamy ekonomichnoji dijalnosti jak indyktor strukturnykh zrushenij v ekonomici Ukrajin [Transformation of employment by types of economic activity as an indicator of structural changes in the economy of Ukraine]. *Problemy ekonomiky* [Problems of the economy], no. 4, pp. 62–70.

2. Blyznjuk, V.V. (2016) Ukrajinjskij rynek praci: istorichni vyklyky ta novi zavdannja [Ukrainian labor market: historical challenges and new tasks]. *Ukrajinjskijy socium* [Ukrainian society], no. 3 (58), pp. 58–71.

3. Petrova, I.L.; Blyznjuk, V.V. (ed.) (2018) Ukrajinjskij rynek praci: imperatyvy ta mozhlyvosti zmin [Ukrainian labor market: imperatives and possibilities of change]. Kyiv. Available at: <http://ief.org.ua/docs/mg/306.pdf> (accessed: 20 July 2020).

4. Libanova, E.M.; Cymbal, O.I.; Lisogor, L.V.; Marchenko, I.M.; Iarosh, O.M. (2014) Perekhid na rynek pratsi molodi Ukrainy [Labour market transitions of young women and men in Ukraine]. Geneva, ILO. Available at: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_302648.pdf (accessed: 10 July 2020).

5. Marshavin, Yu.M. (2018) Imperativ polityky zajnjatosti v umovakh turbulentnogho rozvytku vitchyznjanoi ekonomiky [Employment policy imperative in a turbulent development of the domestic economy]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and state], vol. 7, pp. 4–8. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/7_2018/3.pdf (accessed: 10 July 2020).

6. Cymbal, O.I.; Iarosh, O.M. (2020) Ukrainyskij rynek pratsi u dzerkali ofitsijnykh ta neofitsijnykh dzherel [Ukrainian labor market in the mirror of official and unofficial sources]. Available at: <https://voxukraine.org/uk/ukrayinskij-rinok-pratsi-u-dzerkali-ofitsijnih-ta-neofitsijnih-dzherel> (accessed: 24 June 2020).

7. State Statistics Service of Ukraine (2020) Osnovni pokaznyky rynku pratsi u 2000–2019 rokakh [The main indicators of the labor market in 2000–2019]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 15 July 2020).

8. State Employment Service of Ukraine (2020) Sytuatsiia na rynku pratsi ta diialnist derzhavnoi sluzhby zainiatosti u 2019 rotsi [The situation on the labor market and the activities of the state employment service in 2019]. Available at: https://www.dcz.gov.ua/sites/default/files/infocfiles/nova_sytuaciya_na_rp_ta_diyalnist_dsz_2019.pdf (accessed: 15 July 2020).

9. National Bank of Ukraine (2020) Infliatsiinyi zvit [Inflation Report, April 2020]. Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2020-Q2.pdf?v=4 (accessed: 25 June 2020).

10. National Bank of Ukraine (2020) Infliatsiinyi zvit [Inflation Report, January 2020]. Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2020-Q1.pdf?v=4 (accessed: 25 June 2020).

11. National Bank of Ukraine (2018) Infliatsiinyi zvit [Inflation Report, July 2018]. Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2018Q3.pdf?v=4 (accessed: 10 July 2020).

12. National Bank of Ukraine (2019) Infliatsiinyi zvit [Inflation Report, October 2019]. Available at: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2019-Q4.pdf?v=4 (accessed: 15 July 2020).

13. UNIAN (2020) Honcharuk poobitsiav za 5 rokiv stvoryty milion novykh robochych mist [Goncharuk promised to create a million new jobs in 5 years]. Available at: <https://www.unian.ua/economics/other/10878287-goncharuk-poobitsiav-za-5-rokiv-stvoriti-milyon-novih-robochih-misc.html> (accessed: 20 June 2020).

14. GRC (2019) Milenialy na rynku pratsi Ukrainy [Millennials on the labor market of Ukraine]. Available at: <https://grc.ua/article/24837> (accessed: 20 June 2020).

15. GRC (2019) Naihostrishi vyklyky dlia robotodavtsiv: dumka HR-spilnoty [The most pressing challenges for employers: the opinion of the HR community]. Available at: <https://grc.ua/article/24975> (accessed: 24 June 2020).

16. Ekonomichna pravda (2019) Milenialy na rynku pratsi: khochut pratsiuvaty v IT ta hotovi do pereizdu za kordon [Millennials in the labor market: want to work in IT and are ready to move abroad]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/06/18/648851> (accessed: 20 June 2020).

17. Radio Svoboda (2020) Minsotspolityky: ponad 3 mln ukrainsiv pratsiuie za kordonom na postiinii osnovi

[Ministry of Social Policy: more than 3 million Ukrainians work abroad on a permanent basis]. Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-trudovi-mihranty-z-ukrainy/30087119.html> (accessed: 26 June 2020).

18. DW (2020) Levova chastka ukrainskykh zarobitchan i nadali zalyshaietsia za kordonom [The lion's share of Ukrainian workers remains abroad] Available at: <https://www.dw.com/uk/chy-povernutsia-zarobitchany-z-yes-v-ukrainu-cherez-koronavirus/a-52996263> (accessed: 26 June 2020).

19. World Bank (2020) COVID-19 Crisis Through a Migration Lens. April 2020. Migration and Remittances Team Social Protection and Jobs. Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/989721587512418006/pdf/COVID-19-Crisis-Through-a-Migration-Lens.pdf> (accessed: 20 June 2020).

20. Horban, Yu.M. (2019) Rynok pratsi v Ukraini: kto tut holovnyi [The labor market in Ukraine: who is in charge here]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2784512-rinok-praci-v-ukraini-hto-tut-golovnij.html> (accessed: 25 June 2020).

СОЦІАЛЬНА ОРІЄНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ
У КОНТЕКСТІ ЯКОСТІ ЖИТТЯSOCIAL ORIENTATION OF INNOVATIVE PROCESSES IN UKRAINE
IN THE CONTEXT OF QUALITY OF LIFE

УДК 316.42

<https://doi.org/10.32843/infrast45-34>**Петухова О.М.**д.е.н., професор,
завідувачка кафедри маркетингу
Національний університет харчових
технологій**Заяць Т.А.**д.е.н., професор,
завідувачка відділу проблем
формування соціального капіталу
Інститут демографії та соціальних
досліджень імені М.В. Птухи
Національної академії наук України**Нечитайло Т.Ю.**головний економіст
Інститут демографії та соціальних
досліджень імені М.В. Птухи
Національної академії наук України**Petuhova Olha**

National University of Food Technologies

Zaiats Tetiana**Nechytailo Tetiana**Ptoukha Institute for Demography
and Social Studies of the National Academy
of Sciences of Ukraine

У статті розглянуто проблеми трансформації сучасних інноваційних процесів у соціальні досягнення, насамперед у контексті підвищення якості життя населення. В Україні тенденція до прискорення інноваційних процесів в окремих сферах економіки поєднується зі втратою раніше досягнутих позицій в інших. Внаслідок відсутності цілісної стратегії інноваційного розвитку та недостатнього інвестування в економічну систему країна займає найнижчі позиції у світових рейтингах інноваційності економіки та якості життя населення. Позитивною тенденцією є розширення кола суб'єктів соціальних нововведень, до якого входять окремі громадяни, організації та соціальні рухи. Ефективність їх функціонування залежить від впливу держави на інноваційні процеси та їх сприйняття й використання суспільством. Посилення соціальної орієнтації інноваційних процесів в Україні відбуватиметься за такими напрямками, як підвищення рівня самоорганізації суспільства, заохочення нових форм публічно-приватної взаємодії на засадах довіри й толерантності, зростання соціальної захищеності населення.

Ключові слова: інновації, розвиток, соціалізація, трансформації, якість життя.

В статье рассмотрены проблемы трансформации современных инновационных процессов в социальные достижения, пре-

жде всего в контексте повышения качества жизни населения. В Украине тенденция к ускорению инновационных процессов в отдельных сферах экономики сочетается с потерей раньше достигнутых позиций в других. Вследствие отсутствия целостной стратегии инновационного развития и недостаточного инвестирования в экономическую систему страна занимает самые низкие позиции в мировых рейтингах инновационности экономики и качества жизни населения. Положительной тенденцией является расширение круга субъектов социальных нововведений, в который входят отдельные граждане, организации и социальные движения. Эффективность их функционирования зависит от влияния государства на инновационные процессы и их восприятия и использования обществом. Усиление социальной ориентации инновационных процессов в Украине будет осуществляться по таким направлениям, как повышение уровня самоорганизации общества, поощрение новых форм публично-частного взаимодействия на принципах доверия и толерантности, повышение социальной защищенности населения.

Ключевые слова: инновации, развитие, социализация, трансформации, качество жизни.

The article considers actual problems of transformation of modern innovation processes in Ukraine into social achievements, first of all improvement of population quality of life. In modern research, social innovations are interpreted as new opportunities for development, new concepts and strategies, non-standard ways of solving social problems, as well as new forms of social practices. There is a tendency in Ukraine to accelerate innovation processes in some areas, combined with the loss of previously achieved positions in others. Due to the lack of a holistic strategy of innovative development and insufficient investment in the economic system, the country occupies the lowest positions in the world rankings of economic innovation and quality of life. The best indicators in Ukraine in terms of the degree of use of hi-tech technologies and patent activity, the worst indicators in terms of research and development costs, in the production of goods with high added value, labor productivity per capita. According to The Legatum Prosperity Index, which is calculated every year by the British analytical center The Legatum Institute on the basis of analytical reports and opinion polls on the achievements of countries, Ukraine lags behind many developed countries. Its goal is to identify the strengths and weaknesses of the economy to develop programs and strategies for innovative development in the future. The best indicators are recorded in the field of education and living conditions; weaknesses were social capital, security and safety, the environmental situation. A positive trend in recent years is the expansion of the range of subjects of social innovation, which also includes organizations and social movements, and the strengthening of interaction between them. The effectiveness of their functioning depends on the influence of the state and their perception and use by society. Strengthening the social orientation of innovation processes in Ukraine should take place in the following areas: increasing the level of self-organization of society; encouraging new forms of public-private interaction on the basis of trust and tolerance; growth of social protection of the population.

Key words: innovations, development, socialization, transformations, quality of life.

Постановка проблеми. Активний пошук нових напрямів і засобів вирішення проблем у соціально-економічному житті будь-якої країни є важливим завданням загальнонаціонального значення, яке вимагає істотних змін у суспільстві, окремих секторах економіки та ментальних уявленнях щодо якості життя населення. Основні сфери відтворення людського та соціального капіталу України, які охоплюють систему освіти та охорони здоров'я, культури, надання соціальних послуг, а також сферу зайнятості, мають бути модернізовані відповідно до вимог сталого розвитку. У зв'язку з цим у багатьох країнах світу спостерігається зростання

заінтересованості у соціальних інноваціях, які дають змогу знайти нові способи вирішення актуальних проблем через нетрадиційні рішення у різних сферах суспільного буття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасних дослідженнях поширеним є трактування соціальних інновацій у досить широкому науковому сенсі: як нових можливостей соціального розвитку [1; 2, с. 9–23]; нових стратегій, концепцій, проєктів розвитку в соціальній сфері, нетрадиційних шляхів вирішення проблем, змін у поведінці та вподобаннях людей у процесі регулювання суспільно-політичних та соціально-економічних

процесів [3, с. 94]; нових соціальних практик, орієнтованих на задоволення соціальних потреб прогресивними засобами, які з'являються в результаті модернізації сфери відтворення людського й соціального капіталу та розвитку територіальних громад [4]. Соціальні інновації сприяють формуванню та розвитку нових взаємозв'язків, отже, створюють необхідні передумови для поліпшення умов проживання та якості життя.

Дослідження проблем формування та реалізації соціальних інновацій розпочалися у ХХ столітті. З ними пов'язані наукові праці таких учених, як М. Вебер, М. Янг, Ж. Фурн'є, П. Друкер. Прогресивні ідеї щодо соціальної орієнтації технологічного розвитку відстоювали відомі вчені, зокрема Й. Шумпетер, С. Голосовський, В. Покровський, Л. Якобсон, В. Вечканов, Д. Харрісон. Дослідження соціально-інновативних напрямів розвитку трудової сфери представлені в наукових розробках українських учених, таких як О. Грішнова, Л. Бойко-Бойчук, Т. Заяць, М. Семикіна.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні напрямів та можливостей забезпечення соціальної орієнтації інновацій, посилення їх впливу на якість життя населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Актуальні проблеми сучасного соціуму вимагають інновативних шляхів їх вирішення, які виходять за межі традиційних уявлень і методів, отже, потребують використання оновлених технологічних систем управління та нових організаційних форм суспільного устрою. В умовах підвищеної заінтересованості усіх гілок влади, спільнот та громадян у застосуванні соціальних інновацій доцільно звернути увагу на такі напрями, які дають змогу реалізувати нововведення для прискорення соціально-економічного розвитку країни:

- врахування вимог соціального інновування під час формування перспективних напрямів державної соціальної політики задля формування демократичних платформ плідної взаємодії заінтересованих суб'єктів, соціальної стандартизації та розвитку партнерських відносин на всіх рівнях управління;
- інтеграція принципів інноваційного оновлення в систему соціально-економічного планування задля забезпечення успішного здійснення соціально орієнтованих практик у різних країнах;
- багатоканальна фінансова підтримка наукових досліджень, розроблення нових технологій і продуктів для задоволення різноманітних соціальних потреб;
- активізація розвитку різних форм партнерства для досягнення соціальних цілей, оскільки їх зміцнення сприятиме поширенню соціально-інновативних процесів у світі.

В сучасних умовах розроблення та впровадження соціальних інновацій є важливими для

України в аспекті досягнення цілей розвитку, пов'язаних із підвищенням рівня життя населення та соціалізацією економічних процесів. Останніми роками спостерігається тенденція до прискорення інноваційних процесів у багатьох суспільно значущих сферах, але водночас країна втрачає окремі позиції у сфері інноваційного розвитку. Зокрема, протягом 2017–2018 рр. скоротилась кількість суб'єктів підприємництва, які запроваджують механізацію та автоматизацію виробництва або вдосконалюють методи виробництва продукції на тлі зростання частки інноваційних видів продукції у її загальних обсягах (рис. 1). Причини полягають у відсутності єдиної цілісної стратегії інноваційного розвитку країни, затягуванні з прийняття законодавчих документів, важливих для впровадження інновацій, та недостатньому інвестуванні наукоємних сфер економіки на тлі поступового збільшення світових фінансових витрат на наукові дослідження.

Щорічно американське інформаційне агентство "Bloomberg" публікує результати дослідження інноваційності економік країн світу ("Bloomberg Innovation Index") з максимальним значенням 100 балів. Це рейтинг 60 світових економік країн Європи, Північної Америки та Азії за результатами інновативної діяльності певних ланок національних економік з виробництва інноваційних послуг, дослідження й розробки нових форм технологій та стратегій і механізмів, актуальних для вирішення соціальних проблем тощо.

За результатами такого дослідження у 2020 р. Україна посіла 56 місце серед 60 країн, втративши 3 сходинки порівняно з 2018 р. (53 місце). За рейтингом інноваційності економік до 2017 р. Україна входила до 50 країн-лідерів, посідаючи 41 місце у 2015 р., 42 – у 2016 р., 46 – у 2017 р. Найкращі місця за результатами 2019 року Україна посіла за такими показниками, як ступінь використання hi-tech-технологій (35 місце), патентна активність (36 місце). Найгірші показники зафіксовано за витратами на дослідження та розробки (57 місце), за виробництвом товарів з високою доданою вартістю (57 місце), за продуктивністю праці на 1 громадянина (57 місце) (табл. 1).

В соціально-економічній сфері країни та її регіонах постійно відбувається загострення тих чи інших проблем, які потребують вкрай швидкого вирішення із застосуванням стратегічно коректних методів та дій, заснованих на інноваційних рішеннях. Сучасні складні умови розвитку та прагнення до покращень умов суспільного буття обумовлюють необхідність використання соціальних інновацій на якісно новому етапі. Реалізація успішних соціально-інновативних процесів залежить від міри збігу сучасних потреб суспільства, з одного боку, та реальних можливостей соціуму задовольнити їх повною мірою, з іншого боку. При цьому

коло суб'єктів соціальних нововведень останніми роками істотно розширюється, охоплюючи інноваційно орієнтовані організації, окремих осіб,

які можуть генерувати новаторські ідеї та втілювати їх у життя, а також соціальні рухи (рис. 2). Ефективність їх функціонування у цій сфері

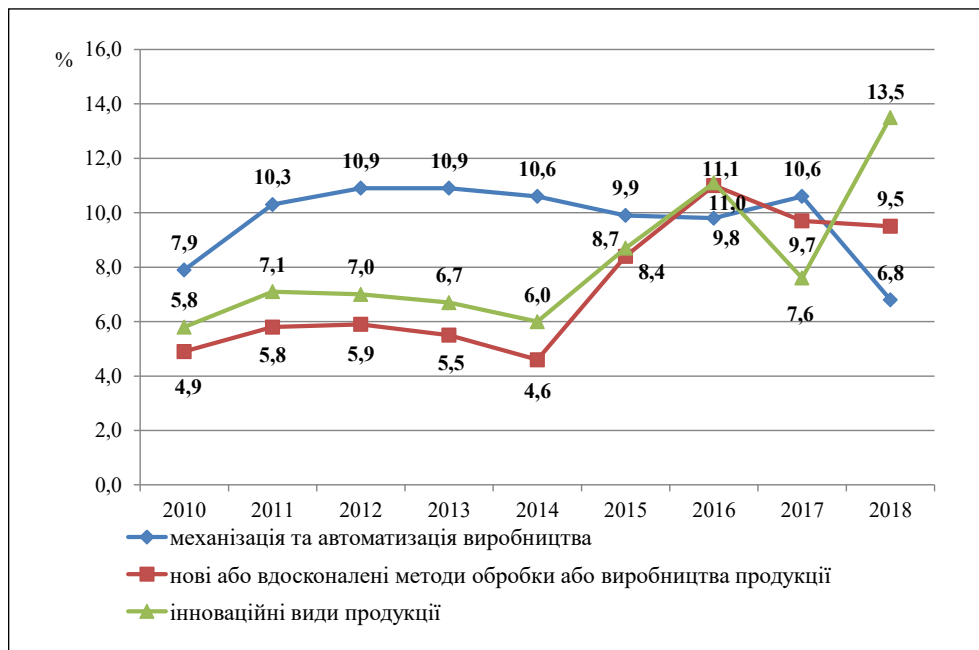


Рис. 1. Питова вага промислових підприємств України, що впроваджують інновації, 2010–2018 рр.

Джерело: [5]

Таблиця 1

Рейтинг інноваційних економік країн світу, “Bloomberg”, 2018, 2019 рр.

Рейтинг у 2019 р.	Рейтинг у 2018 р.	Країна	Індекс	Рейтинг інноваційності економіки					
				витрати на дослідження	товари з високою доданою вартістю	продуктивність праці на 1 особу	ступінь використання hi-tech-технологій	ефективність вищої освіти	патентна активність
1	2	Німеччина	88,21	8	4	18	3	26	3
4	4	Швейцарія	85,67	3	6	14	10	17	19
5	7	Швеція	85,50	4	16	19	7	13	18
6	5	Ізраїль	85,03	1	31	15	5	32	7
7	3	Фінляндія	84,00	10	15	9	14	24	10
8	11	Данія	83,22	7	24	6	8	31	24
9	8	США	83,17	9	27	12	1	47	1
10	10	Франція	82,75	13	39	16	2	20	8
11	12	Австрія	82,40	6	11	13	19	12	16
12	9	Японія	82,31	5	5	35	9	30	12
18	18	Велика Британія	76,03	21	44	27	15	6	21
19	21	Італія	75,76	24	23	21	16	33	20
24	25	Чехія	70,00	20	7	25	42	38	31
25	22	Польща	69,98	35	17	39	22	19	29
26	27	Росія	68,63	33	37	43	30	25	25
56	53	Україна	48,24	57	57	57	35	48	36

Джерело: [6]

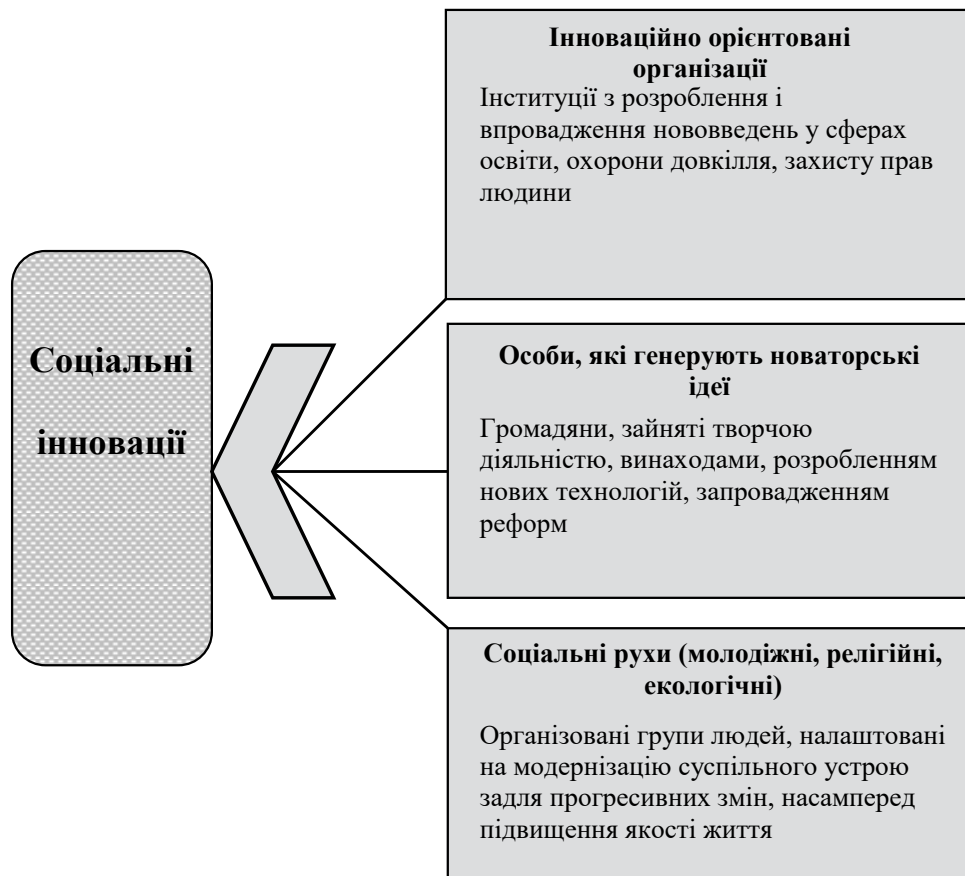


Рис. 2. Основні суб'єкти соціально орієнтованих інноваційних процесів

значною мірою обумовлена впливом держави, а ще більше тим, наскільки суспільство готове до розуміння, прийняття та використання соціальних інновацій.

На етапі суспільних трансформацій виникає потреба в соціальній інфраструктурі та суспільних інституціях, нових механізмах управління, які б ґрунтувались на інноваційних засадах. У сучасних умовах реалізації завдань інноваційного розвитку української економіки можна виокремити такі пріоритети та напрями, важливі для модернізації економіки та її соціальної сфери [7, с. 736], як розвиток нових інноваційно орієнтованих форм зайнятості та демократизація соціально-трудових відносин; соціальна стандартизація оплати праці, наближення до європейської вартості робочої сили; узгодження розвитку різних ланок дошкільної, загальноосвітньої та вищої системи освіти з громадською підтримкою їхнього розвитку; формування ефективної системи соціального страхування населення в державі з диференційованою системою упередження ризиків; прискорення розвитку системи партнерських відносин з урахуванням необхідності виконання завдань з оптимізації перерозподілу новоствореної вартості в інтересах більшості громадян; подальше поглиблення процесів демократизації управління на локальному

рівні задля створення сприятливих умов розвитку територіальних спільнот, місцевої демократії та прискорення переходу на самоврядні засади.

Внаслідок низьких темпів запровадження соціальних інновацій Україна за рівнем якості життя істотно відстає від багатьох розвинених країн світу. Це чітко демонструє індекс процвітання країн світу ("The Legatum Prosperity Index"), який кожного року визначає британський аналітичний центр "The Legatum Institute" на основі даних звітів та соціопитувань щодо досягнень країн з урахуванням суспільного благополуччя та добробуту населення [8]. Метою такого дослідження є визначення сильних та слабких сторін економічної системи різних країн для передбачення необхідних програмних дій та стратегій розвитку. Згідно зі щорічним індексом процвітання складається світовий рейтинг якості життя.

У 2019 р Україна посіла 96 місце серед 167 країн за індексом процвітання з найкращими показниками у сфері освіти й щодо умов життя (37 і 69 місця відповідно) (табл. 2).

Найслабшими ланками виявилися соціальний капітал (148 місце), охорона і безпека (145 місце), екологічна ситуація (127 місце). Оцінки рейтингів минулих років показали, що з 2009 р. Україна опустилась на 10 позицій, що є свідченням зниження якості життя населення. Натомість за цей

Світовий рейтинг країн світу за якістю життя населення, 2019 р.

Рейтинг	Країна	Рейтинг за сферами якості життя								
		охорона і безпека	свободи	управління	соціальний капітал	умови ведення бізнесу	умови життя	охорона здоров'я	освіта	екологія
1	Данія	5	2	3	2	7	1	8	3	10
2	Норвегія	2	1	1	1	9	7	5	11	7
3	Швейцарія	1	12	7	8	3	4	3	12	5
4	Швеція	11	4	6	9	13	3	15	17	1
5	Фінляндія	17	3	2	4	18	6	26	6	2
6	Нідерланди	12	5	4	6	8	2	9	8	54
7	Нова Зеландія	13	10	5	7	14	26	22	10	6
8	Німеччина	21	13	9	13	4	5	12	21	17
9	Люксембург	3	8	8	21	16	9	19	33	9
10	Ісландія	6	6	13	3	30	20	7	13	8
96	Україна	145	85	81	148	71	69	114	37	127

Джерело: [7]

же період в Україні досягнуто значного прогресу в умовах ведення бізнесу, про що свідчать відповідні зміни в оцінках. Таким чином, на відміну від більшості європейських країн, ці зрушення поки що не трансформувались у соціальні досягнення, насамперед підвищення якості життя більшості населення країни. Нині зберігається актуальність впровадження соціальних інновацій як механізму ефективного розвитку суспільства у напрямі обмеження екологічних ризиків, вирішення проблеми зростаючої злочинності, низького рівня соціальної захищеності, а також надмірної диференціації населення за доходами.

Таким чином, необхідними умовами успішної трансформації інноваційних змін у соціальні досягнення є:

- підвищення рівня самоорганізації та саморозвитку суспільства, що ґрунтується на відповідальності, толерантності, довірі та легітимності відносин, сформованих у різних сферах суспільного життя;

- заохочення розвитку нових форм соціального партнерства, перш за все модернізації соціального діалогу, публічно-приватного партнерства, поширення його на соціальну сферу;

- втілення в національних програмах, стратегіях сталого розвитку й модернізації економіки головних завдань щодо інноваційних зрушень у національній економіці щодо підвищення якості життя населення.

Висновки з проведеного дослідження.

Країни світу активно розвивають економічну систему та її соціальну сферу шляхом розроблення та впровадження інновацій, орієнтуючись на цілі

економічного зростання, без чого неможливо досягти цілей розвинутого й соціально відповідального суспільства. Основним механізмом його становлення можуть бути інновації. Поступова імплементація соціально-інновативних процесів у ході реалізації стратегічних програм розвитку країни та її регіонів є одним з інструментів відтворення соціального потенціалу, підвищення якості життя населення країни та інклюзивного розвитку українського суспільства. Поступово в Україні створено певні передумови для посилення соціальної орієнтації інноваційних процесів, насамперед щодо їх конвертації у якість життя населення незалежно від місця проживання. Проте на цьому шляху виникають істотні бар'єри, подолання яких вимагає зусиль влади, бізнесу, територіальних спільнот і кожного громадянина.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Social innovation creates prosperous societies. *Stanford Social Innovation Review*. URL: https://ssir.org/articles/entry/social_innovation_creates_prosperous_societies (дата звернення: 26.05.2020).
2. Либанова Э. Демографические сдвиги в контексте социального развития. *Демографія та соціальна економіка*. 2014. № 1 (21). С. 9–23.
3. Бойко-Бойчук Л. Поняття «соціальна інновація». Типи визначень, приклади застосування. *Наука та інновації*. 2009. Т. 5. № 3. С. 94–99.
4. Social innovation. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Social_innovation (дата звернення: 29.05.2020).
5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні 2018 : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2019. 107 с.

6. Bloomberg Innovation Index. Germany breaks Korea's six-year streak as most innovative nation. *Bloomberg*. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation> (дата звернення: 01.06.2020).

7. Заяць Т. Соціальні інновації: потенціал і можливості використання в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 20. С. 735–737.

8. The Legatum Prosperity Index 2019. Creating the Pathways from Poverty to Prosperity. URL: <https://www.prosperity.com/rankings> (дата звернення: 08.06.2020).

REFERENCES:

1. Social innovation creates prosperous societies. *Stanford Social Innovation Review*. Available at: https://ssir.org/articles/entry/social_innovation_creates_prosperous_societies.

2. Libanova, E. (2014). Demograficheskie sdvigi v kontekste sotsialnogo razvitiia. [Demographic shifts in social development context]. *Demografiia ta sotsialna ekonomika* [Demography and social economy], no. 1 (21), pp. 9–23.

3. Boiko-Boichuk, L. (2009). Poniattia "sotsialna innovaciia". Typy vyznachen, pryklady zastosuvannia. [The concept of "social innovation". Types of definitions, example of application]. *Nauka ta innovacii*. [Science and innovation], vol. 5, no. 3, pp. 94–99.

4. Social innovation. *Wikipedia, the free encyclopedia*. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Social_innovation.

5. Naukova ta innovatsiina diialnist v Ukraini 2018: statystychnyi zbirnyk / Derzhavnslyzhba statystyky Ukrainy. Kyiv, 2019. 107 s.

6. Bloomberg Innovation Index. Germany breaks Korea's six-year streak as most innovative nation. (2020). *Bloomberg*. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation>.

7. Zaiats, T. (2017). Sotsialni innovatsii: potentsial i mozhlyvosti vykorystannia v Ukraini. [Social innovation: potential and possibility of use in Ukraine]. *Globalni ta natsionali problemy ekonomiky*. [Global and national economic problems], vol. 20, pp. 735–737.

8. The Legatum Prosperity Index 2019. Creating the Pathways from Poverty to Prosperity. Available at: <https://www.prosperity.com/rankings>.

ФІСКАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ НЕПРЯМИХ ПОДАТКІВ ТА ЇХНЯ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ

FISCAL EFFICIENCY OF INDIRECT TAXES AND THEIR ROLE IN BUDGET REVENUE FORMATION

УДК 336.226

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-35>**Волкова О.В.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської
справи та страхування
Херсонський національний технічний
університет

Сисоєнко І.А.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської
справи та страхування
Херсонський національний технічний
університет

Volkova Olena

Kherson National Technical University
Sysoenko Irina
Kherson National Technical University

Статтю присвячено питанню фінансової ефективності непрямих податків та їхньої ролі у формуванні доходів бюджету. Проведено порівняльний аналіз структури прямих і непрямих податків у податкових надходженнях державного бюджету України. Здійснено аналіз динаміки надходжень податку на додану вартість до державного бюджету України. Для більш детального аналізу надано аналіз податку на додану вартість із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) з урахуванням бюджетного відшкодування та податку на додану вартість із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) та податку на додану вартість із увезених на територію України товарів. Проведено оцінку надходжень акцизного податку до державного бюджету України. Для більш детального дослідження надано аналіз акцизного податку в розрізі його складників: акцизного податку з вироблених в Україні під-акцизних товарів та акцизного податку із увезених в Україну товарів. Проаналізовано надходження мита до державного бюджету України.

Ключові слова: непрямі податки, податок на додану вартість, акцизний податок, мито, державний бюджет, фінансова ефективність.

Статья посвящена вопросу фискальной эффективности косвенных налогов и их роли в формировании доходов бюджета. Проведен сравнительный анализ структуры прямых и косвенных налогов в налоговых поступлениях государственного бюджета Украины. Проведен анализ динамики поступлений налога на добавленную стоимость в государственный бюджет Украины. Для более детального исследования дан анализ налога на добавленную стоимость с произведенных в Украине товаров (работ, услуг) с учетом бюджетного возмещения и налога на добавленную стоимость с произведенных в Украине товаров (работ, услуг) и налога на добавленную стоимость с ввезенных на территорию Украины товаров. Проведена оценка поступлений акцизного налога в государственный бюджет Украины. Для более детального анализа дан анализ акцизного налога в разрезе его составляющих: акцизного налога с произведенных в Украине подакцизных товаров и акцизного налога с ввезенных в Украину товаров. Проанализированы поступления пошлины в государственный бюджет Украины.

Ключевые слова: косвенные налоги, налог на добавленную стоимость, акцизный налог, пошлина, государственный бюджет, фискальная эффективность.

The article is devoted to the issue of fiscal efficiency of indirect taxes and their role in the formation of budget revenues. The article presents a comparative analysis of the structure of direct and indirect taxes in the tax revenues of the State budget of Ukraine. Relevant conclusions have been made, namely: starting from 2018, the share of indirect taxes has decreased due to the increase in the share of direct taxes. Thus, the average value of indirect taxes for the study period was 68.94%. Which confirms the fiscal efficiency of indirect taxes, which account for more than 50% of tax revenues. Revenues received from indirect taxes are more than twice as high as the corresponding revenues of the State budget of Ukraine from direct taxes. This is because indirect taxes are more fiscally efficient because they tax consumption, which is more stable and inflexible than profits. It is difficult to avoid them and it is quite easy to control their payment. Indirect taxes do not affect the processes of accumulation, but they are regressive in the social aspect and significantly affect the overall pricing processes. In addition, with the help of specific excises you can influence the structure of consumption. The dynamics of value added tax revenues to the State budget of Ukraine is analyzed. For a more detailed analysis, an analysis of value added tax on goods (works, services) produced in Ukraine, taking into account the budget reimbursement and value added tax on goods (works, services) produced in Ukraine and value added tax on goods imported into Ukraine. An assessment of excise tax revenues to the State budget of Ukraine was made. For a more detailed analysis, an analysis of the excise tax in terms of its components: excise tax on excisable goods produced in Ukraine and excise tax on goods imported into Ukraine. The article analyzes the receipt of duties in the State budget of Ukraine. The article concludes that in the State budget of Ukraine most of the tax revenues are indirect taxes. This is due to the increased administration and control of tax evasion, as their amount is embedded in a particular product, the purchase of which pays taxes automatically.

Key words: indirect taxes, value added tax, excise tax, duty, state budget, fiscal efficiency.

Постановка проблеми. Забезпечення ефективного поповнення бюджету – одна з ключових проблем більшості країн світу. Актуальна вона і для України, яка, зважаючи на складну політичну та економічну ситуацію, в умовах сьогодення постає більш гостро. З огляду на це, особливої уваги потребує дослідження сучасного стану системи непрямого оподаткування, що є необхідним критерієм для забезпечення умов стабільного економічного зростання України [2, с. 98]. Упродовж останніх років в Україні докладалося чимало зусиль для

створення та вдосконалення системи непрямого оподаткування, перетворення непрямих податків на дієві важелі національної економіки. Проте, оскільки непрямі податки є одними з найскладніших податків української податкової системи, такі трансформації не були здійснені. Саме тому детальний аналіз їхнього адміністрування та надходження до бюджету мають велике значення як для платників податків, так і для держави [12, с. 105].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та практичним аспектам визначення

фіскальної ефективності непрямих податків присвячено роботи таких науковців, як: О.Ю. Буцька [3], О.В. Тимошенко [3], І.А. Продай [3], А.В. Стебляно [11], О.М. Резнік [11], К.В. Захожай [4], О.Ю. Жан [4], Т.Д. Сіташ [10], Н.І. Атаманчук [1], В.М. Кміть [5], О.Г. Волощук [5], І.А. Косач [6], А.В. Жаворонок [6], Н.В. Марусяк [6].

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування фіскальної ефективності непрямих податків та їхньої ролі у формуванні доходів бюджету. Для цього виникає необхідність розглянути структуру прямих і непрямих податків у податкових надходженнях державного бюджету України; динаміку надходжень податку на додану вартість до державного бюджету України; динаміку надходжень акцизного податку до державного бюджету України та динаміку надходження мита до державного бюджету України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо структуру прямих і непрямих податків у податкових надходженнях державного бюджету України в табл. 1 [7].

Із таблиці видно, що впродовж 2017–2019 рр. питома вага прямих податків знаходилася в таких межах: у 2017 р. – 28,76%, у 2018 р. – 30,96%, у 2019 р. – 33,47%. Тобто починаючи з 2017 р. питома вага прямих податків зросла на 4,71 в. п. Так, середнє значення прямих податків за останні чотири роки знаходилося в межах 31,06%.

Питома вага непрямих податків впродовж досліджуваного періоду була такою: у 2017 р. – 71,24%, у 2018 р. – 69,04%, у 2019 р. – 66,53%. Починаючи з 2018 р. питома вага непрямих податків зменшилася у зв'язку з тим, що збільшилася питома вага прямих податків. Так, середнє значення непрямих податків за досліджуваний період становило 68,94%, що підтверджує фіскальну ефективність непрямих податків, які в податкових надходженнях займають понад 50%.

Для виявлення фіскальної сутності непрямих податків розглянемо на рис. 1 співвідношення прямих та непрямих податків у податкових надходженнях державного бюджету України [7].

Аналізуючи дані, можемо зазначити, що доходи, отримані від непрямих податків, більше ніж удвічі перевищують відповідні доходи держбюджету України від прямих податків. Це пояснюється тим, що непрямі податки ефективніші у фіскальному

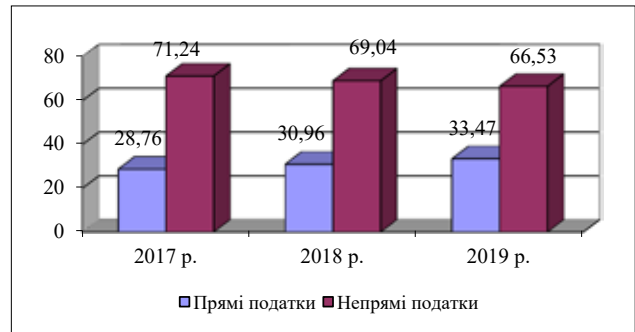


Рис. 1. Динаміка структури прямих та непрямих податків у податкових надходженнях державного бюджету України у 2017–2019 рр., %

аспекті, оскільки оподатковують споживання, яке є більш стабільною і негнучкою величиною, ніж прибутки. Від них тяжко ухилитися і досить легко контролювати їх сплату. Непрямі податки не впливають на процеси нагромадження, але вони регресивні у соціальному аспекті і значно впливають на загальні процеси ціноутворення. Окрім того, за допомогою специфічних акцизів можна впливати на структуру споживання [8].

Податок на додану вартість (далі – ПДВ) обґрунтовано вважають найбільш досконалою сучасною формою непрямого оподаткування, яка відіграє вагомий роль у системі державних фінансів більшості розвинених країн світу. Він є провідним непрямим податком в Україні та країнах – членах ЄС, оскільки частка його надходжень у доходах державних бюджетів країн досягає 45%. Основними його перевагами є стабільність надходжень, широка база оподаткування, податкове навантаження з ПДВ на кінцевий товар не залежить від кількості оборотів і стадій створення вартості, ПДВ не впливає на прийняття альтернативного рішення «споживання – заощадження» тощо.

Розглянемо надходження ПДВ до державного бюджету України у 2017–2019 рр. (табл. 2) [7].

Аналізуючи дані таблиці, бачимо, що у 2017 р. надходження з ПДВ становили 313,98 млрд грн, в т.ч.: ПДВ з вироблених в Україні товарів – 63,45 млрд грн; ПДВ з увезених в Україну товарів – 250,53 млрд грн; бюджетне відшкодування ПДВ – 123,40 млрд грн

У 2018 р. надходження з ПДВ становили 374,51 млрд грн, що на 19,28% більше, ніж у попередньому році, це відбулося за рахунок збільшення:

Таблиця 1

Структура прямих і непрямих податків у податкових надходженнях державного бюджету України у 2017–2019 рр.

Показники	2017 р.		2018 р.		2019 р.	
	млрд грн	п. в., %	млрд грн	п. в., %	млрд грн	п. в., %
Прямі податки	180,34	28,76	233,38	30,96	267,65	33,47
Непрямі податки	446,81	71,24	520,44	69,04	532,13	66,53
Усього податкових надходжень	627,15	100,00	753,82	100,00	799,78	100,00

**Динаміка надходжень податку на додану вартість
до державного бюджету України за 2017–2019 рр.**

Показники	надходження, млрд грн			темп приросту, %	
	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2018/ 2017	2019/ 2018
Податок на додану вартість	313,98	374,51	378,69	+19,28	+1,12
Податок на додану вартість із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) з урахуванням бюджетного відшкодування	63,45	79,13	88,93	+24,71	+12,38
Податок на додану вартість із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг)	180,17	210,79	240,83	+17,00	+14,25
Бюджетне відшкодування податку на додану вартість	-123,40	-131,66	-151,90	+6,69	+15,37
ПДВ з увезених на територію України товарів	250,53	295,38	289,76	+17,90	-1,90

– ПДВ із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) з урахуванням бюджетного відшкодування на 24,71%, з 63,45 млрд грн до 79,13 млрд грн;

– ПДВ із увезених на територію України товарів, робіт, послуг на 17,90%, з 250,53 млрд грн до 295,38 млрд грн;

– бюджетне відшкодування податку на додану вартість збільшилося на 6,69%.

У 2019 р. надходження з ПДВ становили 378,69 млрд грн, що на 1,12% більше, ніж у попередньому році, це відбулося за рахунок збільшення надходжень із податку на додану вартість із вироблених в Україні товарів на 12,38% і становило 88,93 млрд грн порівняно з попереднім періодом.

Надходження з податку на додану вартість із увезених на територію України товарів зменшилися на 1,90% (з 295,38 млрд грн до 289,76 млрд грн).

Наступним за значимістю та розміром надходжень до державного бюджету України (серед непрямих податків) є акцизний податок, справляння якого регламентується Розділом VI Податкового кодексу України, який є непрямим загальнодержавним податком на споживання окремих видів товарів (продукції), визначених ПКУ як підакцизні, що включається до ціни таких товарів. Розглянемо динаміку надходжень акцизного податку до державного бюджету за 2017–2019 рр. (рис. 2) [7].

Надходження акцизного податку в 2017 р. становили 108,29 млрд грн, у 2018 р. – на

10,56 млрд грн більше – 118,85 млрд грн, у 2019 р. – на 4,51 млрд грн більше – 123,36 млрд грн. Упродовж трьох років темп зростання надходжень акцизного податку до державного бюджету України становив 13,92%.

Розглянемо динаміку надходжень акцизного податку від вироблених на території України та ввезених товарів на територію України товарів у загальних доходах державного бюджету України (табл. 3) [7].

У 2017 р. надходження акцизного податку з вироблених в Україні товарів становили 66,30 млрд грн, із увезених – 41,99 млрд грн. У 2018 р. надходження акцизного податку зросли на 9,75% і становили 118,85 млрд грн, у т. ч.: із вироблених в Україні товарів – 71,14 млрд грн (+7,30%), із увезених на територію України товарів – 47,71 млрд грн (+13,62%).

У 2019 р. до державного бюджету надійшло 123,36 млрд грн (+3,79%) надходжень акцизного податку порівняно з попереднім роком, у т. ч.: із вироблених в Україні товарів – 69,90 млрд грн (-1,74%), із увезених на територію України товарів – 53,46 млрд грн (+12,05%).

У цілому можемо сказати, що в період 2017–2019 рр. надходження акцизного податку мали тенденцію до збільшення. Так, акцизний податок із вироблених в Україні товарів збільшився на 3,60 млрд грн, або на 5,43%, акцизний податок із увезених на територію України товарів збільшився на 11,47 млрд грн, або на 27,32%. Тобто можемо стверджувати, що адміністрування даного податку є фінансово ефектним.

Податкова політика виступає визначальним чинником подальшої інтеграції України до європейської співдружності. Ефективність податкової політики на міжнародному рівні залежить не тільки від внутрішніх податків, а й від інструментів зовнішнього податкового регулювання. Одним із найважливіших інструментів виступає мито. Розглянемо динаміку надходження мита до державного бюджету України в період 2017–2019 рр. у табл. 4 [7].

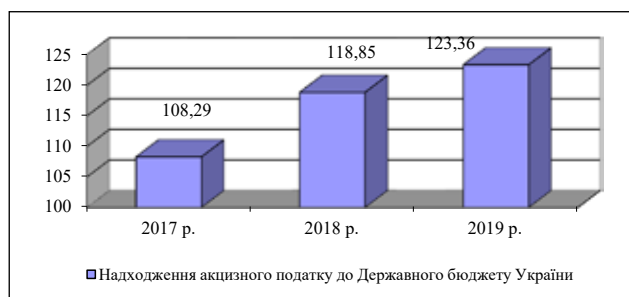


Рис. 2. Динаміка надходжень акцизного податку до державного бюджету України у 2017–2019 рр., млрд грн

Таблиця 3

Надходження акцизного податку до державного бюджету України у 2017–2019 рр.

Найменування показників	надходження, млрд грн			темпи приросту, %	
	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2018/ 2017	2019/ 2018
Акцизний податок із вироблених в Україні товарів	66,30	71,14	69,90	+7,30	-1,74
Акцизний податок із увезених на територію України товарів	41,99	47,71	53,46	+13,62	+12,05
Всього	108,29	118,85	123,36	+9,75	+3,79

Таблиця 4

Динаміка надходжень мита до державного бюджету України у 2017–2019 рр.

Показники	надходження, млрд грн			темпи приросту, %	
	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2018/ 2017	2019/ 2018
Мито	24,54	27,08	30,08	+10,35	+ 11,08
Ввізне мито	23,90	26,56	29,85	+11,13	+12,39
Мито на товари, що ввозяться суб'єктами підприємницької діяльності	17,45	19,76	20,15	+13,24	+1,97
Мито на товари, які ввозяться (пересилаються) громадянами	0,11	0,12	0,14	+9,09	+16,67
Транспортні засоби, що були ввезені на митну територію України та поміщені в митні режими транзиту або тимчасового ввезення у період з 01.01.2015 до дня набрання чинності Законом України від 08.11.2018 «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування акцизним податком легкових транспортних засобів»	6,14	6,32	8,49	+2,93	+34,34
Спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне мито	0,22	0,26	0,36	+18,18	+38,46
Додатковий імпорتنний збір	-0,02	0,00	0,00	-100,00	-
Мито на транспортні засоби, що були ввезені на митну територію України та поміщені в митні режими транзиту або тимчасового ввезення у період з 01.01.2015 до дня набрання чинності Законом України від 08.11.2018 «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування акцизним податком легкових транспортних засобів»	-	0,10	0,71	+100,00	+610,00
Вивізне мито	0,64	0,52	0,23	-18,75	-55,77
Мито на товари, що вивозяться суб'єктами підприємницької діяльності	0,64	0,52	0,23	-18,75	-55,77

У 2017 р. до державного бюджету надійшло 24,54 млрд грн мита:

– ввізне мито – 23,90 млрд грн, із них мито на товари, що ввозяться суб'єктами підприємницької діяльності, – 17,45 млрд грн, мито на товари, які ввозяться (пересилаються) громадянами, – 0,11 млрд грн, мито на транспортні засоби, що були ввезені на митну територію України та поміщені в митні режими транзиту або тимчасового ввезення у період з 01.01.2015 до дня набрання чинності Законом України від 08.11.2018 «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування акцизним податком легкових транспортних засобів», – 6,14 млрд грн, надходження по спеціальному, антидемпінговому та компенсаційному митам – 0,22 млрд грн;

– вивізне мито – 0,64 млрд грн.

У 2018 р. надходження мита становили 27,08 млрд грн, що на 10,35% більше, ніж у попередньому році, у т. ч.: ввізне мито – 26,56 млрд грн (+11,13%), вивізне мито – 0,52 млрд грн (-18,75%).

У 2019 р. загальна сума надходжень збільшилася на 11,08% порівняно з попереднім роком і становила 30,08 млрд грн. Так, у 2015 р. відбулося збільшення надходжень по ввізному миту, на 12,39% порівняно з попереднім роком. Надходження по вивізному миту зменшилися на 55,77% і становили 0,23 млрд грн проти 0,52 млрд грн у 2018 р. Надходження по спеціальному, антидемпінговому та компенсаційному миту дали додатково в бюджет 0,36 млрд грн. Мито на транспортні засоби, що були ввезені на митну територію України та поміщені в

митні режими транзиту або тимчасового ввезення у період із 01.01.2015 до дня набрання чинності Законом України від 08.11.2018 «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування акцизним податком легкових транспортних засобів» [9], становило у 2019 р. 0,71 млрд грн, що більше попереднього року на 0,61 млрд грн, або на 610,00%.

Висновки з проведеного дослідження.

Підсумовуючи все вище зазначене, можемо зробити висновок, що у державному бюджеті України більшу частину податкових надходжень становлять непрямі податки. Це пов'язано з більш посиленням адмініструванням та контролем над ухиленням від сплати податків, оскільки їх сума закладається в певний товар, під час купівлі якого податки сплачуються автоматично.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Атаманчук Н.І. Принципи непрямого оподаткування. *Вісник Київського політехнічного інституту*. 2018. Вип. 4(40). С. 81–85.
- Базилевич В.Д. Державні фінанси України : навчальний посібник. Київ : Знання, 2002. 368 с.
- Буцька О.Ю., Тимошенко О.В., Продай І.А. Непрямі податки: економічна сутність, види, переваги та недоліки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 8. С. 67–72.
- Захожай К.В., Жан О.Ю. Роль прямих та непрямих податків у формуванні доходів державного бюджету України. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2019. № 1. С. 103–114.
- Кміть В.М., Волощук О.Г. Напрями удосконалення системи непрямого оподаткування в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 13. С. 1124–1128. URL : http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/188.pdf.
- Косач І.А., Жаворонок А.В., Марусяк Н.В. Сучасний стан прямого та непрямого оподаткування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 20. Ч. 2. С. 67–71.
- Офіційний сайт Державної казначейської служби України. URL : <https://www.treasury.gov.ua/ua>. (дата звернення: 30.06.2020).
- Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL : <https://mof.gov.ua/uk>. (дата звернення: 30.06.2020).
- Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування акцизним податком легкових транспортних засобів : Закон України від 08.11.2018 № 2694-XII. Дата оновлення: 08.11.2018. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2611-19#Text> (дата звернення: 30.06.2020).
- Сіташ Т.Д. Непрямі податки в податковій системі України. *Економічний форум*. 2015. № 2. С. 313–317.
- Стеблянюк А.В., Рєзнік О.М. Міжнародний досвід оподаткування непрямих податків: окремі аспекти. *Форум права*. 2015. № 4. С. 266–272. URL : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/FP_index.htm_2015_4_48.pdf.
- Тулай О.І. Державні фінанси і сталий людський розвиток, концептуальні домінанти та діалектична єдність : навчальний посібник. Київ : Знання, 2016. 416 с.
- Atamanchuk N. I. (2018) Pryntsypy nepriamoho opodatkovannia [Principles of indirect taxation]. *Visnyk Kyivskoho politekhnichnoho instytutu*, vol. 4 (40). pp. 81-85.
- Bazylevych V. D. (2002) *Derzhavni finansy Ukrainy* [Public finances of Ukraine]. Kyiv : Znannia. (in Ukrainian)
- Butska O. Yu., Tymoshenko O. V., Prodai I. A. (2015) Nepriami podatky: ekonomichna sutnist, vydy, perevahy ta nedoliky [Indirect taxes: economic essence, types, advantages and disadvantages]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no 8. pp. 67-72.
- Zakhzhai K. V., Zhan O. Yu. (2019) Rol priamykh ta nepriamykh podatkiv u formuvanni dokhodiv Derzhavnogo biudzhetu Ukrainy [The role of direct and indirect taxes in the formation of revenues of the State Budget of Ukraine]. *Problemy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku*, no 1. pp. 103-114.
- Kmit V. M., Voloshchuk O. H. (2017) Napriamy udoskonalennia systemy nepriamoho opodatkovannia v Ukraini [Directions for improving the system of indirect taxation in Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 13. pp. 1124-1128. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/188.pdf.
- Kosach I. A., Zhavoronok A. V., Marusiak N. V. (2018) Suchasnyi stan priamoho ta nepriamoho opodatkovannia Ukraini [The current state of direct and indirect taxation]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 20. pp. 67-71.
- Ofitsiyni sait Derzhavnoi kaznacheiskoi sluzhby Ukrainy [Official site of the State Treasury Service of Ukraine]. Available at: <https://www.treasury.gov.ua/ua>. (accessed: 30.06.2020).
- Ofitsiyni sait Ministerstva finansiv Ukrainy [Official site of the Ministry of Finance of Ukraine]. Available at: <https://www.treasury.gov.ua/ua>. (accessed: 30.06.2020).
- Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy shchodo opodatkovannia aktsyznym podatkom lehkovykh transportnykh zasobiv [On Amendments to the Tax Code of Ukraine on Excise Taxation of Passenger Vehicles]: Zakon Ukrainy vid 08. 11. 2018 r. № 2694-XII Data onovlennia: 08.11.2018. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2611-19#Text>. (accessed: 30.06.2020).
- Sitash T. D. (2015) Nepriami podatky v podatkovii systemi Ukrainy [Indirect taxes in the tax system of Ukraine]. *Ekonomichniy forum*, no 2. pp. 313-317.
- Steblianko A. V., Rieznik O. M. (2015) Mizhnarodnyi dosvid opodatkovannia nepriamykh podatkiv: okremi aspekty. [International experience of indirect taxation: some aspects]. *Forum prav*, no 42. pp. 266-272. Available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/FP_index.htm_2015_4_48.pdf.
- Tulai O. I. (2016) *Derzhavni finansy i stalnyi liudskyi rozvytok, kontseptualni dominanty ta dialektychna yednist* [Public finances and sustainable human development, conceptual dominants and dialectical unity]. Kyiv : Znannia. (in Ukrainian)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

FEATURES OF LOCATION OF LOCAL BUDGET REVENUES

УДК 336.14

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-36>**Гончар Г.П.**

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фундаментальних
та спеціальних дисциплін
Чортківський навчально-науковий
інститут підприємництва і бізнесу
Тернопільський національний
економічний університет

Honchar Halina

Chortkiv Education and Research Institute
of Entrepreneurship and Business
Ternopil National Economic University

У статті розглянуто законодавчий підхід та наукові погляди вчених як у широкому, так і у вузькому розуміннях щодо трактування місцевих бюджетів загалом та доходів місцевих бюджетів зокрема. Визначено роль місцевих бюджетів у соціально-економічному житті країни. Обґрунтовано комплексний інтегрований підхід до класифікації доходів місцевих бюджетів. З'ясовано особливості формування дохідної частини місцевих бюджетів, які складаються з податкових та неподаткових надходжень, доходів з капіталом і трансфертів. Особливу увагу приділено нормативам зарахування податкових та неподаткових надходжень, доходів від операцій з капіталом та окремих видів доходів до спеціального фонду місцевих бюджетів. Виділено та описано характерні особливості трансфертів. Здійснено оцінювання наявного складу та структури доходів місцевих бюджетів України. Окреслено перспективні напрями формування й використання коштів місцевих бюджетів України.

Ключові слова: доходи місцевого бюджету, місцеві органи влади, податкові надходження, неподаткові надходження, міжбюджетні трансферти, місцеві податки та збори.

В статье рассмотрены законодательный подход и научные взгляды ученых как

в широком, так и в узком смыслах касательно трактовки местных бюджетов вообще и доходов местных бюджетов в частности. Определена роль местных бюджетов в социально-экономической жизни страны. Обоснован комплексный интегрированный подход к классификации доходов местных бюджетов. Выявлены особенности формирования доходной части местных бюджетов, состоящих из налоговых и неналоговых поступлений, доходов с капиталом и трансфертов. Особое внимание уделено нормативам зачисления налоговых и неналоговых поступлений, доходов от операций с капиталом и отдельных видов доходов в специальный фонд местных бюджетов. Выделены и описаны характерные особенности трансфертов. Осуществлено оценивание существующего состава и структуры доходов местных бюджетов Украины. Определены перспективные направления формирования и использования средств местных бюджетов Украины.

Ключевые слова: доходы местного бюджета, местные органы власти, налоговые поступления, неналоговые поступления, межбюджетные трансферты, местные налоги и сборы.

The article examines the characteristics of the formation of local budget revenues. The formation of local government revenues is important for the implementation of economic, social and cultural issues in the development of not only small towns and villages, but also entire regions of Ukraine. The value of local budgets is multifaceted, because they are an important factor in social and economic development and financial independence of a particular region; lever for redistributive processes; the financial basis of local governments; financial instrument for the implementation of state regional policy; plans for the formation and use of financial resources of territorial communities; the main source of financial resources to solve problems at the local level; the basis for providing constitutional guarantees, solving social problems, improving the quality of life of the population of a particular region. The positions of legislation and domestic scientists on the concept of local budgets and in particular local budget revenues are considered. According to the Budget Code of Ukraine, the classification of local budget revenues is given, which consists of tax and non-tax revenues, revenues with capital and transfers. Particular attention is paid to the norms of crediting tax and non-tax revenues, income from capital transactions and certain types of income to the special fund of local budgets. The characteristic features of transfers are identified and described, which form the revenue side of budgets from the standpoint of social issues and are divided into basic and additional subsidies and sent to local budgets, associations of territorial communities, district, regional budgets and city budgets. To solve this scientific problem the following methods are used: structural method, comparative analysis of empirical data, abstract-logical generalization. In the process of analysis of the formation of revenues of local budgets of Ukraine, the main ways to increase the financial base are identified. It is determined that the strategic goal of local government should be to promote economic development of regions by increasing tax revenues of local budgets.

Key words: local budget revenues, local authorities, tax revenues, non-tax revenues, intergovernmental transfers, local taxes and fees.

Постановка проблеми. На сучасному етапі в Україні вагомою є роль органів місцевого самоврядування в економічній, соціальній та культурній розбудові країни. Саме ці органи виступають основною ланкою соціально-економічного розвитку держави та зростання добробуту населення. Від правильно сформованих місцевих бюджетів залежить розвиток не тільки міст та сіл, але й цілих регіонів України. Органи місцевого самоврядування повинні мати достатню кількість дохідних джерел, щоби бути готовими до вирішення питань місцевого значення та виконання державних повноважень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних і практичних основ формування доходів місцевих бюджетів займалися такі науковці, як Т.Г. Боднарук [5], Г.В. Дмитренко [9], Л.В. Коренюк [10], І.В. Литвинчук [7], В.Ю. Ніколенко

[11]. Високо оцінюючи внесок цих авторів у дослідження особливостей формування доходів місцевих бюджетів, відзначимо, що разом із наявними напрацюваннями є деякі аспекти, які потребують додаткового висвітлення.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні ролі місцевих бюджетів та дослідженні особливостей формування їх дохідної частини. Для досягнення цієї мети у статті визначено роль місцевих фінансів у національній економічній системі та розглянуто класифікацію доходів місцевих бюджетів. У процесі аналізу формування доходів місцевих бюджетів України слід визначити основні шляхи збільшення фінансової бази та запропонувати пріоритетні напрями.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до Конституції України (ст. 140), до органів місцевого самоврядування віднесено

сільські, селищні, міські ради та їх виконавчі органи, а також органи місцевого самоврядування, що представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ та міст (районні та обласні ради) [1]. У Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні» (ст. 2) відзначено, що «місцеве самоврядування здійснюється територіальними громадами сіл, селищ, міст як безпосередньо, так і через сільські, селищні, міські ради та їх виконавчі органи, а також через районні та обласні ради, які представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ, міст» [2].

Матеріальну та фінансову автономію органів місцевого самоврядування можна окреслити як їх право володіння та розпорядження коштами і майном для здійснення своїх функцій і повноважень. Місцеві бюджети відіграють важливу роль у фінансовому забезпеченні діяльності органів місцевого самоврядування та в практичній реалізації їх функцій. Вони є основою фінансової незалежності та самостійності місцевих органів влади.

Місцеві бюджети В.Ю. Ніколенко розглядає у двох аспектах. Першим є той, що вони виступають організаційною формою мобілізації частини фінансових ресурсів, що потрапляють у розпорядження місцевих органів самоврядування. Щодо другого, то місцеві бюджети є системою фінансових відносин, що складаються як між місцевими та державним бюджетами, так і всередині сукупності місцевих бюджетів [11, с. 12].

Будучи організаційною формою мобілізації доходів і здійснення витрат місцевими органами самоврядування, місцеві бюджети виступають балансовими розрахунками, які відповідають вимогам щодо складання балансів, тобто у них представлені дохідна та витратна частини, а їх основою є принцип збалансування. Отже, можна говорити, що місцеві бюджети – це балансові розрахунки доходів і витрат, які мобілізуються та витрачаються на відповідній території [11, с. 13].

Водночас місцеві бюджети – це важлива фінансова категорія, в основі якої лежить система фінансових відносин, а саме:

- відносини між місцевими бюджетами й господарськими структурами, що функціонують на цій території;
- відносини між бюджетами й населенням цієї території, що складаються під час мобілізації та витрачання коштів місцевих бюджетів;
- відносини між місцевими бюджетами різних рівнів щодо перерозподілу фінансових ресурсів;
- відносини між місцевими бюджетами й державним бюджетом [11, с. 13].

Місцеві бюджети – це фінансова база органів місцевого самоврядування та вирішальний фактор регіонального розвитку. Їх наявність дає змогу закріпити економічну самостійність місцевих органів самоврядування (це передбачено

Конституцією, Бюджетним кодексом України та Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні»), а також активізувати господарську діяльність, розвивати інфраструктуру на підвідомчій території, розширювати економічний потенціал регіону, виявляти та використовувати резерви фінансових ресурсів. В остаточному підсумку все це сприяє розширенню можливостей місцевих органів більш повно задовольняти потреби населення [4, с. 198].

Т.Г. Бондарук вважає, що місцеві бюджети – це основний канал доведення до населення кінцевих результатів суспільного виробництва, які спрямовуються на суспільне споживання. Саме через місцеві бюджети суспільні фонди споживання розподіляються в територіальному та соціальному розрізах. Разом з іншими ланками бюджетної системи місцеві бюджети постають одним з головних інструментів реалізації на практиці програми економічного й соціального розвитку як регіонів, так і країни загалом [5, с. 53].

Формування місцевих бюджетів регулюється Бюджетним та Податковим кодексами України, Законом «Про місцеве самоврядування в Україні», Законами України «Про Державний бюджет» на відповідний рік. Місцевий бюджет включає доходи й витрати на виконання повноважень місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування. Ці доходи й витрати складають єдиний баланс відповідного бюджету [9, с. 52].

Доходи місцевих бюджетів – це економічні відносини, які виникають у процесі формування фінансових ресурсів на регіональному рівні та призначені для реалізації функцій і завдань органів місцевого самоврядування. Як і державний бюджет, місцеві бюджети в Україні формуються з двох частин, а саме загального й спеціального фондів. Загальний фонд наповнюється коштами, призначеними для виконання органами місцевого самоврядування загальних функцій (надання медичних, освітніх послуг, послуг соціального захисту тощо). Кошти спеціального фонду також спрямовуються у ці сфери, однак з однією суттєвою відмінністю: у них є конкретні, чітко визначені джерела доходів і напрями витрат [10, с. 662].

Відповідно до ст. 9 Бюджетного кодексу України, доходи бюджету класифікуються за відповідними розділами (рис. 1).

Загальний фонд місцевого бюджету формується через податкові та неподаткові надходження, а також доходи з капіталом.

Податковими надходженнями визнаються встановлені законами України про оподаткування загальнодержавні податки і збори та місцеві податки і збори [7, с. 27].

Нормативи зарахування податкових надходжень до загального фонду місцевих бюджетів представлено в табл. 1.

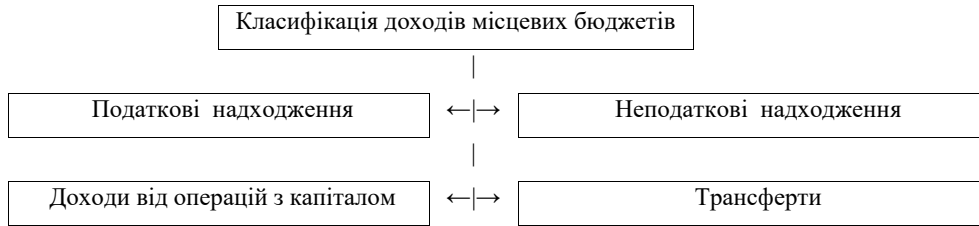


Рис. 1. Класифікація доходів місцевих бюджетів

Таблиця 1

**Нормативи зарахування податкових надходжень
до загального фонду місцевих бюджетів (%)**

Види платежів	Бюджет м. Києва	Обласні бюджети	Бюджети міст обласного значення	Бюджети ОТГ	Районні бюджети	Бюджети міст районного значення	Сільські та селищні бюджети
<i>Загальнодержавні податки та збори</i>							
Податок та збір на доходи фізичних осіб	40	15	60	60	60	–	–
Податок на прибуток (крім податку на прибуток підприємств державної та комунальної власності)	10	10					
Податок на прибуток підприємств та фінансових установ комунальної власності	100	100	100	100	100	100	100
Рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів щодо деревини, заготовленої в порядку рубок головного користування	37	–	37	37	37		
Рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів (крім рентної плати за спеціальне використання лісових ресурсів щодо деревини, заготовленої в порядку рубок головного користування)	100	–	100	100	–	100	100
Рентна плата за спеціальне використання води (крім рентної плати за спеціальне використання води водних об'єктів місцевого значення)	45	45					
Рентна плата за спеціальне використання води водних об'єктів місцевого значення	100	–	100	100	–	100	100
Рентна плата за користування надрами для видобування корисних копалин загальнодержавного значення	25	25	5	5	–	5	5
Рентна плата за користування надрами для видобування корисних копалин місцевого значення	100	–	100	100	–	100	100
Рентна плата за користування надрами для видобування нафти, природного газу та газового конденсату	–	2	3	3	2	1	1
Плата за використання інших природних ресурсів	100	100					
Акцизний податок з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю підакцизних товарів	100	–	100	100	–	100	100
Частина акцизного податку з виробленого в Україні та ввезеного на митну територію України пального	13,44	–	13,44	13,44	–	13,44	13,44
<i>Місцеві податки та збори</i>							
Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки	100	–	100	100	–	100	100
Плата за землю	100	–	100	100	–	100	100
Транспортний податок	100	–	100	100	–	100	100
Збір за місця для паркування транспортних засобів	100	–	100	100	–	100	100
Туристичний збір	100	–	100	100	–	100	100
Єдиний податок	100	–	100	100	–	100	100

Джерело: [8, с. 12]

Неподатковими надходженнями, за чинним законодавством, є:

- доходи від власності та підприємницької діяльності;
- адміністративні збори та платежі, доходи від некомерційної господарської діяльності;
- інші неподаткові надходження [7, с. 27].

Нормативи зарахування неподаткових надходжень до загального фонду місцевих бюджетів представлено в табл. 2.

Доходи від операцій з капіталом – це доходи від продажу капітальних активів (основних фондів, державних запасів і резервів, землі) [7, с. 28].

Нормативи зарахування доходів від операцій з капіталом до загального фонду місцевих бюджетів представлено в табл. 3.

Нормативи зарахування окремих видів доходів до спеціального фонду місцевих бюджетів наведено в табл. 4.

Таблиця 2

**Нормативи зарахування неподаткових надходжень
до загального фонду місцевих бюджетів (%)**

Види платежів	Бюджет м. Києва	Обласні бюджети	Бюджети міст обласного значення	Бюджети ОТГ	Районні бюджети	Бюджети міст районного значення	Сільські та селищні бюджети
Частина чистого прибутку (доходу) комунальних унітарних підприємств та їх об'єднань, що вилучається до відповідного місцевого бюджету	Згідно з рішенням відповідної місцевої ради						
Плата за розміщення тимчасово вільних коштів місцевих бюджетів	100	100	100	100	100	100	100
Плата за розміщення тимчасово вільних коштів місцевих бюджетів	100	–	100	100	100	100	100
Плата за ліцензії на певні види господарської діяльності та сертифікати, що видаються виконавчими органами місцевих рад і місцевими органами виконавчої влади	100	100	100	100	100	100	100
Адміністративний збір за проведення державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб	100	–	100	100	100	100	100
Плата за ліцензії на виробництво спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів	100	100	–	–	–	–	–
Плата за ліцензії на право експорту, імпорту та оптової торгівлі спирту етилового, коньячного та плодового	100	100	–	–	–	–	–
Плата за ліцензії на право експорту, імпорту алкогольних напоїв та тютюнових виробів	100	100	–	–	–	–	–
Плата за державну реєстрацію (крім збору за проведення держреєстрації юридичних осіб та фізичних осіб)	100	100	–	–	–	–	–
Плата за ліцензії на право оптової торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами	100	100	–	–	–	–	–
Плата за ліцензії на право роздрібною торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами	100	100	–	–	–	–	–
Плата за ліцензіатами за місцем здійснення діяльності	100	100	–	–	–	–	–
Адміністративний збір за державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень	100	–	100	100	–	100	100
Надходження від орендної плати за користування цілісним майновим комплексом та іншим майном, що перебуває в комунальній власності	Згідно з рішенням відповідної місцевої ради						
Плата за надання інших адміністративних послуг	100	–	100	100	100	100	100
Державне мито	100	–	100	100	–	100	100
Орендна плата за водні об'єкти (їх частини), що надаються в користування на умовах оренди державними адміністраціями та місцевими радами	100	100	100	100	100	100	100
Інші надходження	100	100	100	100	100	100	100
Концесійні платежі щодо об'єктів комунальної власності (крім тих, які мають цільове спрямування згідно із законом)	100	100	100	100	100	100	100

Джерело: [8, с. 13]

Таблиця 3

**Нормативи зарахування доходів від операцій з капіталом
до загального фонду місцевих бюджетів (%)**

Види платежів	Бюджет м. Києва	Обласні бюджети	Бюджети міст обласного значення	Бюджети ОТГ	Районні бюджети	Бюджети міст районного значення	Сільські та селищні бюджети
Кошти від реалізації безхазяйного майна	100	-	100	100	-	100	100
Надходження коштів від Державного фонду дорожніх металів і дорожнього каміння (золото, платина, дорожнє каміння/срібло)	80/50						

Джерело: [8, с. 14]

Таблиця 4

**Нормативи зарахування окремих видів доходів
до спеціального фонду місцевих бюджетів (%)**

Види платежів	Бюджет м. Києва	Обласні бюджети	Бюджети міст обласного значення	Бюджети ОТГ	Районні бюджети	Бюджети міст районного значення	Сільські та селищні бюджети
Екологічний податок	55	30	25	25	–	25	25
Надходження коштів від відшкодування втрат сільськогосподарського і лісогосподарського виробництва	100	25	75	75	15	60	60
Грошові стягнення за шкоду, заподіяну порушенням законодавства про охорону навколишнього природного середовища внаслідок господарської та іншої діяльності	70	20	50	50	–	50	50
Концесійні платежі щодо об'єктів комунальної власності (які мають цільове спрямування згідно із законом)	100	100	100	100	100	100	100
Власні надходження бюджетних установ	100	100	100	100	100	100	100
Цільові фонди, утворені органами місцевого самоврядування та місцевими органами виконавчої влади	100	100	100	100	100	100	100
<i>Бюджет розвитку</i>							
Дивіденди (дохід), нараховані на акції (частки) господарських товариств, у статутних капіталах яких є комунальна власність	100	100	100	100	100	100	100
Плата за гарантії, надані міськими радами	100	–	100	–	–	100	–
Кошти пайової участі у розвитку інфраструктури населеного пункту	100	–	100	100	–	100	100
Кошти від відчуження майна, що перебуває в комунальній власності	100	100	100	100	100	100	100
Кошти від продажу земельних ділянок несільськогосподарського призначення або прав на них, що перебувають у державній власності до розмежування земель державної та комунальної власності	90	–	90	90	–	90	90

Джерело: [8, с. 14]

Трансферти – це кошти, одержані від інших органів державної влади, органів місцевого самоврядування, інших держав або міжнародних організацій на безоплатній та безповоротній основі [7, с. 28].

Якщо розглядати основні види міжбюджетних трансфертів з державного бюджету місцевим бюджетам, то слід зазначити, що, наприклад, субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам

на вжиття заходів щодо соціально-економічного розвитку окремих територій надається усім бюджетам місцевого рівня. Базові дотації з державного бюджету отримують обласні бюджети, бюджети міст обласного значення, бюджети ОТГ та районні бюджети. Додаткова дотація з державного бюджету на здійснення переданих з державного бюджету видатків з утримання закладів

освіти та охорони здоров'я надається тільки обласним бюджетам та бюджетам міст обласного значення [8, с. 16].

Освітня та медична субвенції з державного бюджету надаються бюджету м. Києва, обласним бюджетам, бюджетам міст обласного значення, бюджетам ОТГ, районним бюджетам.

Тільки бюджет міста Києва та обласні бюджети отримують субвенції на вжиття заходів, спрямованих на підвищення якості освіти; на придбання медикаментів та виробів медичного призначення для забезпечення швидкої медичної допомоги; на відшкодування вартості лікарських засобів для лікування окремих захворювань; на придбання витратних матеріалів для закладів охорони здоров'я та лікарських засобів для інгаляційної анестезії; на проєктні, будівельно-ремонтні роботи, придбання житла та приміщень для розвитку сімейних та інших форм виховання, наближених до сімейних, та забезпечення житлом дітей-сиріт, дітей, позбавлених батьківського піклування, осіб з їх числа; на надання державної підтримки особам з особливими освітніми потребами; на виплату державної соціальної допомоги на дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, грошового забезпечення батькам-вихователям і прийомним батькам за надання соціальних послуг у дитячих будинках сімейного типу та прийомних сім'ях за принципом «гроші ходять за дитиною», оплату послуг із здійснення патронату над дитиною та виплату соціальної допомоги на утримання дитини в сім'ї патронатного вихователя, підтримку малих групових будинків; на забезпечення якісної, сучасної та доступної загальної середньої освіти «Нова українська школа»; на створення нових палаців спорту, будівельно-ремонтні роботи наявних палаців спорту та завершення розпочатих у попередньому періоді робіт з будівництва/реконструкції палаців спорту; на фінансове забезпечення будівництва, реконструкції, ремонту та утримання автомобільних доріг загального користування місцевого значення, вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах [8, с. 16].

Субвенція з державного бюджету на надання пільг та житлових субсидій населенню на оплату електроенергії, природного газу, послуг тепло-, водопостачання і водовідведення, квартирної плати (утримання будинків і споруд та прибудинкових територій), управління багатоквартирним будинком, поводження з побутовими відходами (вивезення побутових відходів) та вивезення рідких нечистот, внесків за встановлення, обслуговування та заміну вузлів комерційного обліку води та теплової енергії, абонентського обслуговування для споживачів комунальних послуг, що надаються у багатоквартирних будинках за індивідуальними договорами, а також субвенція на надання пільг та житлових субсидій населенню на придбання твердого та рідкого пічного побутового палива і скрапленого газу надається бюджету м. Києва, обласним бюджетам, бюджетам міст обласного значення та районним бюджетам [8, с. 17].

Субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад надається тільки ОТГ.

Щодо міжбюджетних трансфертів між місцевими бюджетами, то вони включають дотації з місцевих бюджетів іншим місцевим бюджетам та субвенції з місцевих бюджетів іншим місцевим бюджетам. Останні спрямовуються на фінансове забезпечення будівництва, реконструкції, ремонту й утримання автомобільних доріг загального користування місцевого значення, вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах; на вжиття природоохоронних заходів; на співфінансування інвестиційних проєктів; на реалізацію проєктів співробітництва між територіальними громадами тощо [8, с. 17].

Розглянемо структуру доходів місцевих бюджетів України (табл. 5).

У групі доходів до місцевих бюджетів України питома вага податкових надходжень коливається від 34,3% у 2014 р. до 41,4% у 2018 р. Однак найбільшу питому вагу становлять офіційні трансферти, а саме 59,4% у 2014 р. Аналіз неподаткових

Таблиця 5

Склад та структура доходів місцевих бюджетів України

Групи доходів	2014 р.		2015 р.		2016 р.		2017 р.		2018 р.	
	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%
Податкові надходження	75,3	34,3	98,2	33,4	146,9	40,1	201,0	40,1	233,5	41,4
Неподаткові надходження	12,3	5,6	20,1	6,8	21,7	5,9	26,0	5,2	28,0	5,0
Доходи від операцій з капіталом	1,5	0,7	2,1	0,7	2,0	0,5	1,9	0,4	2,1	0,4
Офіційні трансферти	130,6	59,4	174,0	59,1	195,4	53,4	272,6	54,3	298,9	53,2
Всього	219,7	100	294,4	100	366,0	100	501,5	100	561,5	100

Джерело: розраховано автором за даними джерела [3]

надходжень свідчить про те, що вони посідали третє місце у структурі доходів місцевих бюджетів. Так, у 2014 р. питома вага цієї групи доходів становила 5,6%, у 2015 р. вона зросла до 6,8%, а у 2018 р. зменшилась до 5,0%.

Зростання вагомості місцевого оподаткування характеризується позитивною тенденцією, яке, однак, відбувається переважно за рахунок зміни складу місцевих податків і зборів, а саме шляхом включення до їх переліку плати за землю та єдиного податку, введення податку на нерухомість, який у світовій практиці є надійним місцевим дохідним джерелом, однак в українських реаліях механізм його адміністрування потребує невідкладного вдосконалення.

Висновки з проведеного дослідження.

В сучасних умовах відбувається подальший процес становлення та розвитку національної фінансової системи. Важливою його ознакою є ефективне функціонування місцевих фінансів. Місцеві бюджети можна розглядати, з одного боку, як об'єктивне економічне поняття, а з іншого боку, як матеріальну основу у вигляді централізованого фонду грошових коштів та основного фінансового плану органів місцевого самоврядування.

Бюджетну політику у сфері формування дохідної бази місцевих бюджетів доцільно спрямувати на вдосконалення механізму наповнення місцевих бюджетів та міжбюджетних відносин. Врахування особливостей розвитку регіонів сприятиме зростанню можливостей для нарощування дохідної бази місцевих бюджетів та подальшої стабілізації соціально-економічного становища у державі.

Оскільки саме податкові надходження формують основний обсяг власних доходів місцевих бюджетів, питання підвищення ефективності податкового адміністрування виходить на перший план у контексті фінансової спроможності органів місцевого самоврядування. Однак варто зауважити, що у сучасних реаліях лише підвищення податкових ставок не здатне забезпечити місцеві бюджети необхідними фінансовими ресурсами, адже поки кількість малоприбуткових та збиткових підприємств у регіонах залишається значною, поширене тіньове ведення бізнесу, відбувається зростання цін та тарифів, зокрема на житлово-комунальні послуги, а реальні доходи населення скорочуються, то зростання податкового навантаження не принесе очікуваного результату, а лише спричинить поглиблення кризових явищ, тому на шляху до забезпечення нарощування податкових доходів місцевих бюджетів стратегічною метою місцевої влади має стати сприяння економічному розвитку регіонів. На нашу думку, цьому сприятиме, зокрема, укрупнення адміністративно-територіальних одиниць шляхом створення об'єднаних територіальних громад навколо потужних та економічно розвинених центрів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 14.07.2020).
2. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 р. № 2456-VI. URL: zakon.rada.gov.ua/go/2456-17 (дата звернення: 14.07.2020).
3. Бюджет України за 2018 рік : статистичний збірник. URL: [https://mof.gov.ua/storage/files/Budget%20of%20Ukraine%202018%20\(for%20website\).pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/Budget%20of%20Ukraine%202018%20(for%20website).pdf) (дата звернення: 17.07.2020).
4. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 14.07.2020).
5. Бондарук Т.Г. Доходи місцевих бюджетів в умовах децентралізації. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2015. № 1. С. 51–56.
6. Боронос В.Г. Вплив бюджетних важелів на фінансове забезпечення розвитку території. *Механізм регулювання економіки*. 2013. № 1. С. 196–206.
7. Вігура О.М., Литвинчук І.В. Класифікація доходів місцевих бюджетів. *Науковий вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2017. № 4. С. 26–30.
8. Джерела доходів місцевих бюджетів : матеріали експертної Групи фінансового моніторингу Центрального офісу реформ при Мінрегіоні (за підтримки Програми “U-LEAD з Європою” та проекту “SKL International”). Київ, 2019. 19 с.
9. Дмитренко Г.В. Основні принципи формування місцевих бюджетів. *Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право)*. 2012. № 1 (56). С. 49–55.
10. Коренюк Л.В. Особливості формування місцевих бюджетів на регіональному рівні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 662–664.
11. Ніколенко В.Ю., Сवेशніков С.М., Юрченко В.В. та ін. Місцеві бюджети як чинник стабільності розвитку регіонів : навчальний посібник. Київ, 2016. 41 с.

REFERENCES:

1. Konstytucia Ukrainy [Constitution of Ukraine]: dated June 28, 1996 No. 254k/96-BP. Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (accessed 14 July 2020).
2. Bjudzhethnyj kodeks Ukraïny – Zakonodavstvo Ukraïny (2010) [Budget Code of Ukraine – Legislation of Ukraine] Verkhovna Rada Ukraïny; Kodeks Ukraïny, Zakon, Kodeks [Verkhovna Rada of Ukraine; Code of Ukraine, Law, Code], no. 2456-VI. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2456-17> (accessed 10 jan-uary 2015) (in Ukrainian) (accessed 14 July 2020).
3. Bjudzheth Ukraïny (2018) [Budget of Ukraine for 2018] *statystychnyy zbirnyk* Available at: [https://mof.gov.ua/storage/files/Budget%20of%20Ukraine%202018%20\(for%20website\).pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/Budget%20of%20Ukraine%202018%20(for%20website).pdf) (accessed 17 July 2020).
4. Pro mistseve samovriaduvannia v Ukraïni [About local self-government in Ukraine] : Zakon Ukraïny vid 21 chervnia 1997 r. № 280/97–VR Avail-

able at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (accessed 14 July 2020).

5. Bondaruk T.G. (2015) Dokhody mistsevykh byudzhativ v umovakh detsentralizatsiyi. [Revenues of local budgets in the conditions of decentralization] *Naukovyy visnyk Natsional'noyi akademiyi statystyky, obliku ta audytu*, no. 1, pp. 51–56.

6. Boronos V.G. (2013) Vplyv byudzhetykh vazheliv na finansove zabezpechennya rozvytku terytoriyi [Influence of budgetary levers on financial maintenance of development of the territory] *Mekhanizm rehulyuvannya ekonomiky*, no. 1, pp. 196–206.

7. Vihura O.M., Lytvynchuk I.V. (2017) Klasyfikatsiya dokhodiv mistsevykh byudzhativ [Classification of local budget revenues] *Naukovyy visnyk Zhytomyrs'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, no. 4, pp. 26–30.

8. Kyiv. (2019) Dzherela dokhodiv mistsevykh byudzhativ [Sources of local budget revenues] mate-

rialy ekspertnoyi Hrupy finansovoho monitorynhu Tsentral'noho ofisu reform pry Minrehioni (za pidtrymky Prohramy “U-LEAD z Yevropoyu” ta proektu “SKL International”). 19 p.

9. Dmytrenko H.V. (2012) Osnovni pryntsypy formuvannya mistsevykh byudzhativ [Basic principles of local budget formation] *Naukovyy visnyk Natsional'noho universytetu DPS Ukrayiny (ekonomika, pravo)*, no. 1 (56), pp. 49–55.

10. Korenyuk L.V. (2017) Osoblyvosti formuvannya mistsevykh byudzhativ na rehional'nomu rivni [Features of formation of local budgets at the regional level] *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*. Vol 17, pp. 662–664.

11. Nikolenko V.Yu., Sveshnikov S.M., Yurchenko V.V., Kryzhanovskiy V.I. (2016), Mistsevi biudzhety yak chynnyk stabilnosti rozvytku rehioniv: navchalnyi posibnyk [Local budgets as a factor in the stability of regional development], Kyiv, Ukraine, p. 41.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT OF THE PENSION SECURITY SYSTEM IN UKRAINE

У статті обґрунтовано ефективність створення системи пенсійного забезпечення в Україні. Здійснено аналіз ефективності функціонування Пенсійного фонду України. Проаналізовано ключові зміни у функціонуванні недержавних пенсійних фондів за 2015–2019 рр. Досліджено стан та основні тенденції розвитку страхового ринку в Україні. Запропоновано підхід до аналізу зв'язку між показниками доходів бюджету Пенсійного фонду та мінімальною заробітною платою, що дасть можливість оцінити ефективність функціонування та перспективи розвитку. Запропоновано проаналізувати зв'язок між прибутком від інвестування активів недержавних пенсійних фондів та пенсійними внесками, що сприятиме активізації інвестиційної діяльності та гарантуватиме вкладнику надійне пенсійне забезпечення. Досліджено зв'язок між показниками валових страхових премій та ВВП, що забезпечить розвиток ринку накопичувального страхування життя. Надано рекомендації щодо перспектив розвитку пенсійного забезпечення.

Ключові слова: пенсійна система, реформа, пенсійне забезпечення, недержавний пенсійний фонд, недержавне пенсійне забезпечення, страхова компанія, трирівнева пенсійна система, Пенсійний фонд.

В статті обоснована ефективність створення системи пенсійного забезпечення в

Україні. Осуществлен анализ эффективности функционирования Пенсионного фонда Украины. Проанализированы ключевые изменения в функционировании негосударственных пенсионных фондов за 2015–2019 гг. Исследованы состояние и основные тенденции развития страхового рынка в Украине. Предложен подход к анализу связи между показателями доходов бюджета Пенсионного фонда и минимальной заработной платой, что позволит оценить эффективность функционирования и перспективы развития. Предложено проанализировать связь между прибылью от инвестирования активов негосударственных пенсионных фондов и пенсионными взносами, что будет способствовать активизации инвестиционной деятельности и гарантировать вкладчику надежное пенсионное обеспечение. Исследована связь между показателями валовых страховых премий и ВВП, что обеспечит развитие рынка накопительного страхования жизни. Предоставлены рекомендации касательно перспектив развития пенсионного обеспечения.

Ключевые слова: пенсионная система, реформа, пенсионное обеспечение, негосударственный пенсионный фонд, негосударственное пенсионное обеспечение, страховая компания, трехуровневая пенсионная система, Пенсионный фонд.

УДК 368:914

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-37>

Малишко Є.О.

к.е.н., викладач кафедри фінансів
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Malyshko Yevgenya

Simon Kuznets Kharkiv National University
of Economics

The article considers the pension system of Ukraine. The efficiency of creating a pension system in Ukraine is substantiated. The activity of the current pension systems is analyzed; the advantages and disadvantages of each of them are outlined. An analysis of the effectiveness of the Pension Fund of Ukraine, namely budget revenues and budget expenditures for the period 2015–2020. Analyzed key changes in the functioning of private pension funds for the period 2015–2019. To analyze the following indicators were used: concluded contracts, the amount of investment income, return on investment of assets of a private pension fund and others. The main problems of their development are determined. Recommendations for increasing the investment potential of private pension funds are provided. The essence of the insurance market of Ukraine is determined. The state and main tendencies of insurance market development in Ukraine are studied. The tendencies of change of the basic indicators of activity of the insurance market for the period of 2015–2019 are investigated. An approach to the analysis of the relationship between the indicators of the Pension Fund budget revenues and the minimum wage is proposed, which will make it possible to assess the efficiency of operation and prospects for development. It is proposed to analyze the relationship between return on investment assets and pension contributions, promote investment intensification and guarantee the investor a reliable pension. The connection between the indicators of gross insurance premiums and GDP, which will ensure the development of the market of accumulative life insurance, has been studied. Recommendations on the prospects for the development of pension provision are provided, namely: creation of conditions for the introduction of mandatory funded pension provision; improving the welfare of the population by providing an appropriate level of social guarantees and ensuring social protection of citizens; ensure the implementation of effective measures on pension legislation; balancing pension contributions and pension benefits by increasing confidence in the voluntary financial system of NPFs; ensuring the efficiency of insurance companies through the development of risk management tools that will increase their financial potential and promote a high level of capitalization of insurers.

Key words: pension system, reform, pension provision, non-state pension fund, non-state pension provision, insurance company, three-tier pension system, Pension Fund.

Постановка проблеми. Реформування пенсійної системи є необхідною потребою змін соціального навантаження на працюючих задля підвищення добробуту населення та забезпечення необхідними фінансовими ресурсами пенсійних фондів. Пенсійне забезпечення спрямоване на подолання найважливіших соціально-економічних проблем, таких як демографічне навантаження, дефіцит пенсійного фонду, рівень безробіття, політична нестабільність, економіка держави, необізнаність населення, низька добровільна участь. Ефективне функціонування тривіальної пенсійної

системи забезпечить зростання потужного внутрішнього інвестиційного ресурсу, отже, дасть змогу встановити залежність між розміром пенсійних внесків та майбутніх пенсійних виплат.

Нині пенсійна система потребує фундаментальних змін, а саме введення в дію другого рівня, такого як загальнообов'язкове накопичувальне пенсійне забезпечення, бо пенсійне страхування – це найголовніший напрям подолання соціальної напруженості в державі.

Особливої уваги вимагає аналіз функціонування Пенсійного фонду України, недержавних

пенсійних фондів та страхових компаній, які виступають суб'єктами фінансового ринку та діяльність яких забезпечить впровадження загальнообов'язкового накопичувального пенсійного забезпечення. Саме оцінювання ефективності їх діяльності дасть змогу встановити основні перспективні напрями подальшого розвитку, що забезпечить актуальність у подальших дослідженнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання пенсійного забезпечення як один із аспектів соціального захисту населення висвітлені у працях таких учених, як Н.І. Нарожна [1], Н.А. Лаврук, Н.М. Грендей [2], проте наявні проблеми функціонування Пенсійного фонду України, а саме формування її дохідної статті, залишаються актуальними. Теоретичні проблеми діяльності недержавних пенсійних фондів розглянуто у працях таких учених, як Л.В. Ліпич, С.М. Теслюк [3], Н.М. Зеленко, В.А. Зеленко [4]. Незважаючи на значну кількість досліджень і публікацій, залишається низка проблем у сфері недержавного пенсійного забезпечення, а саме активізація добровільної участі громадян. Діяльність страхових компаній та їх розвиток досліджуються в роботах таких учених, як О.І. Мельник, Л.А. Кульбачна, М.С. Жулім [5], М.С. Рахман, Д.В. Мангушев, І.Р. Юхименко [6]. Перспективи подальшого дослідження страхового ринку України є актуальними.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз основних аспектів розвитку пенсійної системи України. Основними завданнями, які покладено задля розв'язання актуальних проблем розвитку пенсійного забезпечення в Україні, є аналіз стану та перспектив розвитку пенсійної системи загалом; аналіз ефективності функціонування Пенсійного фонду України; аналіз діяльності недержавних пенсійних фондів; аналіз діяльності страхових компаній; встановлення наявності зв'язку між доходами бюджету Пенсійного фонду та мінімальною заробітною платою; встановлення наявності зв'язку між прибутком від інвестування активів та пенсійними внесками; встановлення наявності зв'язку між валовими страховими преміями та

ВВП; надання рекомендацій щодо перспектив розвитку пенсійного забезпечення.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Формування нової пенсійної системи є забезпеченням достатнього соціального рівня для всіх верств населення. Забезпечення соціальних гарантій є основою системи соціального захисту населення в Україні. Пенсійна система в Україні включає комплекс інститутів, які поєднані між собою економічними, соціальними та правовими формами й призначені для задоволення потреб населення. Сучасні проблеми функціонування пенсійної системи виникають під час формування пенсійних внесків.

Пенсійний фонд України є учасником системи пенсійного забезпечення, який функціонує на першому рівні, який складають солідарні пенсійні системи, де акумулюються та використовуються фінансові ресурси. Проаналізовано динаміку доходів і видатків бюджету Пенсійного фонду України протягом 2015–2020 рр. [8; 9; 10; 11], яка наведена в табл. 1.

Як видно з табл. 1, спостерігається негативна тенденція збільшення протягом 2015–2017рр. видатків бюджету, що пояснюється фінансуванням дефіциту Пенсійного фонду. У 2017–2018 рр. збільшився розмір як доходів, так і видатків бюджету Пенсійного фонду України на 120 602,48% та 122 934,2% відповідно. Зазначимо, що доходи бюджету Пенсійного фонду України відіграють важливу роль у забезпеченні громадян, до нього входять як власні кошти, так і кошти, передані з бюджету та з інших державних позабюджетних фондів. Проте у 2018 р. порівняно з 2019 р. доходи Пенсійного фонду зменшилися на 99,88%, що пов'язано зі зниженням частки розподілу на пенсійне страхування.

Проаналізовано чисельність пенсіонерів протягом 2015–2020 рр., отримані дані свідчать про зниження кількості учасників пенсійної системи, а також спостерігається збільшення рівня мінімальної пенсії. Необхідно відзначити збільшення рівня мінімальної заробітної плати на 13,18%, що має вплив на стабільні надходження

Таблиця 1

Аналіз пенсійної системи в Україні

Показник	Темпи приросту, %				
	2016/ 2015 рр.	2017/ 2016 рр.	2018/ 2017 рр.	2019/ 2018 рр.	2020/ 2019 рр.
Доходи бюджету Пенсійного фонду, млн. грн.	0,67	10,02	120 602,48	-99,88	10,71
Видатки бюджету Пенсійного фонду, млн. грн.	-4,60	15,00	122 934,22	-99,88	10,41
Чисельність пенсіонерів, тис. осіб	1,23	-2,77	-1,93	-2,17	-1,18
Мінімальна пенсія, грн.	13,17	16,11	10,10	9,03	9,42
Мінімальна заробітна плата, тис. грн.	13,14	132,22	16,34	12,09	13,18
Чисельність працюючих, тис. ос.	-0,79	-0,56	0,48	0,71	-
Прожитковий мінімум в Україні, грн.	13,10	16,09	10,10	9,00	9,39

до Пенсійного фонду. У 2015–2020 рр. відбулося збільшення розміру прожиткового мінімуму. Так, у 2019 р. порівняно з 2020 р. він зріс на 9,39%. Зазначено, що зміни в дисбалансі між доходами і видатками бюджету та ВВП забезпечать нарощення доходів і збалансування бюджету Пенсійного фонду України.

Розглянуто динаміку основних показників діяльності недержавних пенсійних фондів [12]. Діяльність недержавних пенсійних фондів (далі – НПФ) базується на добровільній участі громадян. Вони виступають суб'єктами ринку капіталу, які здійснюють довгострокове інвестування, що сприяє економічному зростанню держави. Згідно з даними Державного реєстру фінансових установ, протягом 2015–2018 рр. спостерігається зменшення кількості НПФ, а у 2019 р. зафіксовано 62 НПФ та 22 адміністратори, що свідчить про кризові тенденції на фінансовому ринку (табл. 2).

Як видно з табл. 2, у 2015–2019 рр. відбувається приріст пенсійних внесків, бо більшість суб'єктів господарювання здійснює пенсійне забезпечення робітників. Кількість укладених пенсійних контрактів у 2017 р. порівняно з 2016 р. зменшилась на 6,2%, проте у 2019 р. приріст склав 14,1%, бо головною метою діяльності НПФ є забезпечення додатковим доходом учасників після виходу на пенсію, тому прибуток від інвестування активів НПФ протягом 2017–2019 рр. збільшувався. Проведений аналіз розвитку НПФ свідчить про низький рівень державного стимулювання за необхідності залучення пенсійних внесків, що сприятиме збільшенню інвестиційного капіталу, який забезпечить пенсійні виплати майбутнім пенсіонерам.

Проведено аналіз страхового ринку України, що має значний потенціал розвитку, бо забезпечує ефективний механізм залучення інвестиційних ресурсів в економіку держави, отже, розвитку інтеграційних процесів (табл. 3) [13; 14; 15; 16].

Як видно з табл. 3, страховий ринок України є другим за рівнем капіталізації серед інших небанківських установ та характеризується значною

кількістю страхових компаній, що здійснюють страхування життя, та тих, що здійснюють інші види страхування. За підсумками 2019 р. порівняно з 2018 р. загальна кількість страхових компаній зменшилась на 17,08%, становлячи 233, зокрема кількість СК “Life” становить 23 компанії, а СК “non-Life” – 210 компаній. Чисті страхові премії за 2019 р. становили 39 586,0 млн. грн., що становить 14,99% порівняно з 2018 р. Протягом 2018–2019 рр. збільшився обсяг валових страхових премій на 7,36%. Розмір валових страхових виплат за 2019 р. становив 14 338,3 млн. грн., що порівняно з 2018 р. більше на 11,47%. Збільшення чистих страхових виплат за 2019 р. на 12,93% порівняно з 2018 р. відбулося за рахунок суттєвого збільшення чистих страхових виплат за різними видами договорів, а саме договорів медичного страхування, автострахування, страхування фінансових ризиків. Дослідження показників діяльності ринку страхових послуг свідчить про необхідність пошуку механізмів підвищення ефективності соціальної захищеності населення.

Проведений аналіз суб'єктів пенсійної системи підтверджує необхідність пошуку шляхів підвищення рівня добробуту населення. Запропоновано, розрахувати коефіцієнт кореляції задля встановлення наявності зв'язку між доходами бюджету Пенсійного фонду (Y) та мінімальною заробітною платою (X) як досліджуваними змінними величинами, між якими заздалегідь передбачається зв'язок.

Коефіцієнт кореляції – це математичне сподівання добутку нормованих відхилень випадкових величин від своїх математичних сподівань або відношення коваріації випадкових величин до добутку середньоквадратичних відхилень. За результатами розрахунків має бути перевірена значимість коефіцієнта кореляції за відповідним статистичним критерієм [7].

Наявність кореляційного зв'язку між фактором X (мінімальна заробітна плата) та результативною ознакою Y (дохід бюджету Пенсійного фонду)

Таблиця 2

Аналіз показників діяльності недержавних пенсійних фондів

Показник	Темпи приросту, %			
	2016/2015 рр.	2017/2016 рр.	2018/2017 рр.	2019/2018 рр.
Кількість укладених пенсійних контрактів, тис. шт.	4,9	-6,2	17,2	14,1
Загальна кількість учасників НПФ, тис. осіб	-0,3	0,8	1,7	1,7
Загальна вартість активів НПФ, млн. грн.	8,0	15,3	11,3	14,0
Пенсійні внески, млн. грн.	0,4	0,1	5,4	6,9
Пенсійні виплати, млн. грн.	13,1	10,5	16,3	16,6
Сума інвестиційного доходу, млн. грн.	23,9	34,7	21,4	26,6
Прибуток від інвестування активів недержавного пенсійного фонду, млн. грн.	27,1	41,8	21,7	28,0
Сума витрат, що відшкодовуються за рахунок пенсійних активів, млн. грн.	14,2	10,5	20,5	20,7

Таблиця 3

Аналіз показників діяльності страхового ринку України

Показник	Дані по роках								
	2015 р.	2016 р.	Темпи приросту, %, 2016/2015 рр.	2017 р.	Темпи приросту, %, 2017/2016 рр.	2018 р.	Темпи приросту, %, 2018/2017 рр.	2019 р.	Темпи приросту, %, 2019/2018 рр.
Валові страхові премії, млрд. грн.	29 736,0	35 170,3	18,28	43 431,8	23,49	49 367,5	13,67	53 001,2	7,36
Чисті страхові премії, млрд. грн.	22 354,9	26 463,8	18,38	28 494,4	7,67	34 424,3	20,81	39 586,0	14,99
ВВП, млрд. грн.	1 979 458	2 383 182	20,40	2 982 920	25,17	3 558 706	19,30	3 974 564	11,69
Валові страхові виплати, млрд. грн.	8 100,5	8 839,5	9,12	10 536,8	19,20	12 863,4	22,08	14 338,3	11,47
Чисті страхові виплати, млрд. грн.	7 602,8	8 561,0	12,60	10 256,8	19,81	12 432,6	21,21	14 040,5	12,93
Кількість страхових компаній, шт.	361	310	-14,13	294	-5,16	281	-4,42	233	-17,08
зокрема, кількість СК "non-Life"	312	271	-13,14	261	-3,69	251	-3,83	210	-16,33
кількість СК "Life:	49	39	-20,41	33	-15,38	30	-9,09	23	-23,33

Таблиця 4

Залежність між фактором (x) та результативною ознакою (y)

Рік	Мінімальна заробітна плата, X	Дохід бюджету Пенсійного фонду, Y	D ²
2015	1 218	264 767 813,6	0
2016	1 378	266 535 578,7	0
2017	3 200	293 239 887,3	0
2018	3 723	353 947 822 984,7	4
2019	4 173	434 956 696,4	1
2020	4 723	481 555 951,4	1

запропоновано визначити як лінію регресії за лінійною моделлю (табл. 4) [8; 11].

За даними табл. 4 використано кореляційний аналіз та досліджено вплив на дохід бюджету Пенсійного фонду (Y) фактору (X) мінімальної заробітної плати за 2015–2020 рр. Результати розрахунку свідчать про сильний зв'язок між досліджуваними ознаками, тобто коефіцієнт Спірмена становить 0,05, тоді як критичне значення критерія Спірмена за такого числа ступенів свободи становить 0,83. Відповідно до отриманих даних зазначено, що основним фактором розвитку пенсійної системи є створення єдиної системи пенсійного забезпечення. Виникнення проблем наповнення дохідної частини Пенсійного фонду та тінізація заробітної плати, тобто відсутність відрахувань податків і внесків, стримують впровадження загальнообов'язкового накопичувального пенсійного забезпечення. Подолання кризового стану дефіциту Пенсійного фонду України створить необхідні умови для впровадження загальнообов'язкового накопичувального пенсійного забезпечення.

На рис. 1 представлено лінію регресії за лінійною моделлю щодо зв'язку між факторною X (мінімальна заробітна плата) та результативною Y (доходи бюджету Пенсійного фонду) ознаками.

Як видно з рис. 1, лінійний в'язок має такий вигляд:

$$Y = -729E7 + 2169E4 \times X, \quad (1)$$

де Y – дохід бюджету Пенсійного фонду (результативна ознака); a – параметр рівняння, який характеризує початковий рівень (-729E7); b – параметр рівняння, який характеризує середній абсолютний приріст (2169E4); X – мінімальна заробітна плата (факторна ознака);

Коефіцієнт кореляції Пірсона набуває значень у межах ± 1 , тому характеризує не лише щільність, але й напрямок зв'язку. Додатне значення свідчить про прямий зв'язок, а від'ємне – про обернений. Результати аналізу вказують на наявність зв'язку між деякими показниками доходів бюджету Пенсійного фонду Y та мінімальної заробітної плати як досліджуваними змінними величинами, між якими заздалегідь передбачається зв'язок, тобто лінійний коефіцієнт кореляції Пірсона

$r = 0,21968$ свідчить про прямий зв'язок між факторами впливу.

Недержавні пенсійні фонди розглядаються як фінансові установи, які формують довгострокові фінансові ресурси, тому задля підвищення рівня довіри населення до недержавного пенсійного забезпечення розраховано коефіцієнт кореляції для встановлення наявності зв'язку між прибутком від інвестування активів НПФ (Y) та пенсійних внесків (X) як досліджуваними змінними величинами, між якими заздалегідь передбачається зв'язок [12]. Наявність кореляційного зв'язку між факторами «пенсійні внески» (X) та «прибуток від інвестування активів НПФ» (Y) запропоновано визначити як лінію регресії за лінійною моделлю, що представлено в табл. 5.

За даними табл. 5 використано кореляційний аналіз та досліджено вплив на прибуток від інвестування активів НПФ (Y) фактору (X) «пенсійні внески» за 2014–2019 рр. Результати розрахунку свідчать про помірний зв'язок між досліджуваними

ознаками, тобто коефіцієнт Спірмена становить 0,05, тоді як критичне значення критерія Спірмена за такого числа ступенів свободи становить 0,54. Основним фактором розвитку недержавних пенсійних фондів, які виступають фінансовими посередниками, є залежність від залучення пенсійних внесків задля їх збільшення за рахунок інвестування пенсійних активів.

На рис. 2 представлено лінію регресії за лінійною моделлю щодо зв'язку між факторною X (пенсійні внески) та результативною Y (прибуток від інвестування активів) ознаками.

Як видно з рис. 2, лінійний зв'язок має такий вигляд:

$$Y = -3760 + 2,5060 \times X, \quad (1)$$

де Y – прибуток від інвестування активів НПФ (результативна ознака); a – параметр рівняння, який характеризує початковий рівень (-3760); b – параметр рівняння, який характеризує середній абсолютний приріст (2,5060); X – пенсійні внески (факторна ознака).

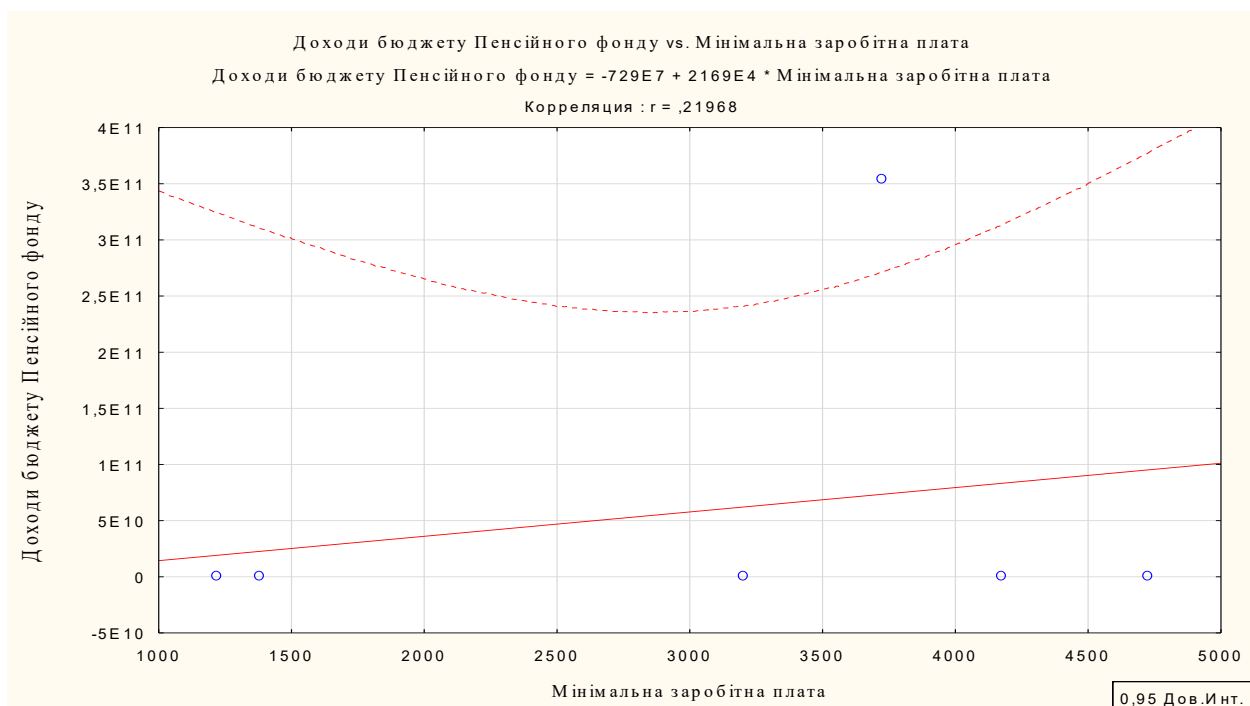


Рис. 1. Лінія регресії за лінійною моделлю щодо зв'язку між факторною X та результативною Y ознаками

Таблиця 5

Залежність між фактором (x) та результативною ознакою (y)

Рік	Пенсійні внески, X	Прибуток від інвестування активів НПФ, Y	D ²
2014	1 808,2	1095	9
2015	1 886,8	657	1
2016	1 895,2	834,8	1
2017	1 945,6	956,4	4
2018	1 937,7	1240	1
2019	2 071,9	1 587,1	0

Результати дослідження свідчать про наявність зв'язку між деяким показниками, такими як прибуток від інвестування активів НПФ (Y) та пенсійні внески, як досліджуваними змінними величинами, між якими заздалегідь передбачається зв'язок, тобто лінійний коефіцієнт кореляції Пірсона $r = 0,66903$ вказує на прямий зв'язок між факторами впливу. Особливої уваги набуває розширення інструментів та напрямів інвестування пенсійних активів НПФ задля збільшення прибутку від інвестування.

Розвиток ринку страхових послуг характеризується постійними змінами під впливом економічної ситуації держави, тому запропоновано розрахувати коефіцієнт кореляції задля встановлення наявності зв'язку між валовими страховими преміями (Y) та ВВП (X) як досліджуваними змінними величинами, між якими заздалегідь передбачається зв'язок, що представлено в табл. 6 [14; 16].

За даними табл. 6 використано кореляційний аналіз та досліджено вплив на валові страхові премії (Y) фактору (X) ВВП за 2015–2019 рр.

Результати розрахунку свідчать про сильний в'язок між досліджуваними ознаками, тобто коефіцієнт Спірмена становить 0,05, тоді як критичне значення критерія Спірмена за такого числа ступенів свободи становить 0,9. Основною функцією страхового ринку України є страховий захист майнових інтересів. Саме залежність валових страхових премій та ВВП свідчить про рівень розвитку страхування та механізм фінансування ризиків. Для страхового ринку останнім часом характерне автострахування, на що вказує незбалансованість страхових портфелів. Страхування є одним зі стратегічних секторів економіки, функціонування яких має не лише виконувати компенсаційну функцію, але й бути основою соціального забезпечення. Усі учасники страхового ринку повинні сприяти вжиттю дієвих заходів забезпечення від фінансових ризиків, потенційних загроз та негативних факторів.

На рис. 3 представлено лінію регресії за лінійною моделлю щодо зв'язку між факторною X (ВВП) та результативною Y (валові страхові премії) ознаками.

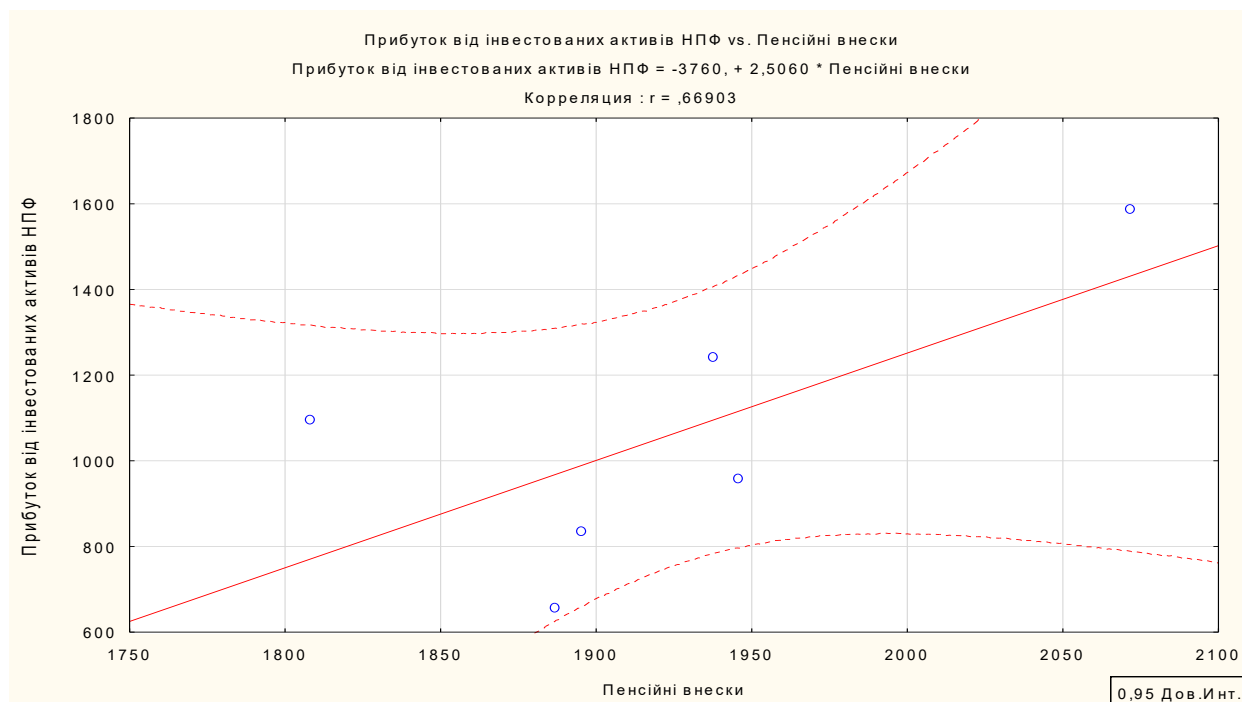


Рис. 2. Лінія регресії за лінійною моделлю щодо зв'язку між факторною X та результативною Y ознаками

Таблиця 6

Залежність між фактором (x) та результативною (y) ознаками

Рік	ВВП, X	Валові страхові премії, Y	D ²
2015	1 979 458	29 736	0
2016	2 383 182	35 170,3	0
2017	2 982 920	43 431,8	1
2018	2 558 706	49 367,5	1
2019	3 974 564	53 001,2	0

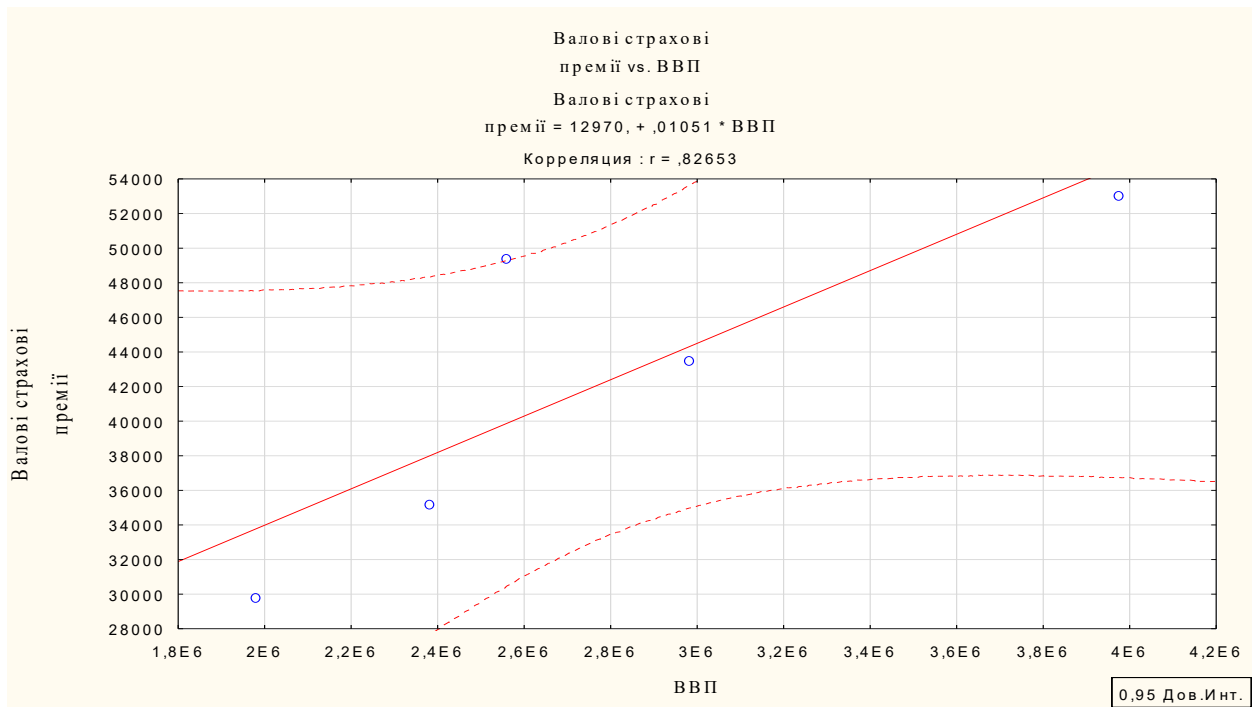


Рис. 3. Лінія регресії за лінійною моделлю щодо зв'язку між факторною X та результативною Y ознаками

Як видно з рис. 3, лінійний зв'язок має такий вигляд:

$$Y = -12970 + 0,01051 \times X, \quad (1)$$

де Y – валові страхові премії (результативна ознака); a – параметр рівняння, який характеризує початковий рівень (12970); b – параметр рівняння, який характеризує середній абсолютний приріст (0,01051); X – ВВП (факторна ознака);

Результати кореляційного аналізу вказують на наявність зв'язку між деякими показниками, такими як валові страхові премії (Y) та ВВП, як досліджуваними змінними величинами, між якими заздалегідь передбачається зв'язок, тобто лінійний коефіцієнт кореляції Пірсона $r = 0,80653$ свідчить про прямий зв'язок між факторами впливу.

Отже, проведений аналіз пенсійної системи свідчить про необхідність впровадження дієвих шляхів щодо перспектив розвитку пенсійного забезпечення, таких як створення необхідних умов щодо впровадження загальнообов'язкового накопичувального пенсійного забезпечення; підвищення добробуту населення через надання належного рівня соціальних гарантій та забезпечення соціального захисту громадян; забезпечення вжиття дієвих заходів щодо пенсійного законодавства; збалансування пенсійних внесків та пенсійних виплат через підвищення довіри до добровільної фінансової системи НПФ; забезпечення ефективності роботи страхових компаній через розроблення інструментарію управління ризиками, що підвищить їх фінансовий потенціал

та сприятиме високому рівню капіталізації страховиків.

Висновки з проведеного дослідження. На цьому етапі реформування пенсійної системи пріоритетним напрямом державної політики є соціальний захист населення. Пенсійна система України має гарантувати пенсійне забезпечення, що передбачає пенсійні виплати. Проте тінізація заробітної плати, відсутність інфляційних індексів пенсій, економічні та політичні проблеми, дефіцит Пенсійного фонду, недовіра населення банківським установам та недержавним пенсійним фондам, демографічні фактори мають негативний вплив на введення в Україні другого рівня пенсійної системи. Проведений аналіз зв'язку між показниками мінімальної заробітної плати та доходів бюджету Пенсійного фонду; прибутку від інвестування активів недержавних пенсійних фондів та пенсійних внесків; валових страхових премій та ВВП підтвердили необхідність посилення соціального захисту населення через реформування пенсійної системи, отже, забезпечення управління пенсійними внесками.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Нарожна Н.І. Доходи пенсійного фонду: оптимізація формування та резерви зростання. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2013. № 16 (205). С. 145–149.
2. Лаврук Н.А., Грендей Н.М. Сучасний стан та прогнозування надходжень до Пенсійного

фонду України. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 1006–1011.

3. Ліпич Л.В., Теслюк С.М. Структура фінансових ресурсів недержавних пенсійних фондів в Україні та їх аналіз. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. № 3. С. 21–30.

4. Зеленко Н.М., Зеленко В.А. Аналіз ринку недержавного пенсійного страхування в Україні: соціально-економічний вимір. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2019. Т. 1. № 2. С. 126–134.

5. Мельник О.І., Кульбачна Л.А., Жулім М.С. Аналіз сучасного стану страхового ринку в Україні. *Modern Economics*. 2018. № 7. С. 107–113. URL: <http://dSPACE.mnau.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/3314/melnyk.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 28.07.2020).

6. Рахман М.С., Мангушев Д.В., Юхименко І.Р. Аналіз сучасного стану страхового ринку України. *Modern Economics*. 2020. № 19. С. 162–165. URL: <http://dSPACE.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7429/1/rahman.pdf> (дата звернення: 28.07.2020).

7. Топтунова Л.М., Васильєва Л.В., Кльованік О.А. Дослідження однофакторної і багатфакторної регресії, аналіз часових рядів у системі STATISTICA 6 : навчальний посібник. Краматорськ : ДДМА, 2008. 122 с.

8. Інформація щодо діяльності Пенсійного фонду України. URL: <https://www.pfu.gov.ua> (дата звернення: 28.07.2020).

9. Інформація чисельності пенсіонерів та розміру мінімальної пенсії в Україні. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 28.07.2020).

10. Інформація щодо розміру прожиткового мінімуму в Україні з 2000–2020 рр. URL: <https://services.dtki.ua/catalogues/indexes/1> (дата звернення: 28.07.2020).

11. Інформація щодо мінімальної заробітної плати в Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/min> (дата звернення: 28.07.2020).

12. Підсумки розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення за 2009–2017 рр. URL: <http://www.dfp.gov.ua> (дата звернення: 28.07.2020).

13. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. URL: <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stand-i-rozvitok.html> (дата звернення: 28.07.2020).

14. Підсумки діяльності страхових компаній України. URL: <http://www.forinsurer.com.ua> (дата звернення: 28.07.2020).

15. Стратегія розвитку страхового ринку України на 2012–2021 рр. URL: <http://www.ufu.org.ua/about/activities/initiatives/5257> (дата звернення: 28.07.2020).

16. Інформація щодо Валового внутрішнього продукту в Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp> (дата звернення: 28.07.2020).

REFERENCES:

1. Dokhody pensijnogho fondu: optymizacija formuvannja ta rezervy zrostannja [Pension fund revenues: optimization of formation and growth reserves]. *Visnyk Shkhydnoukrajinskogho nacionaljnogho universytetu imeni Volodymyra Dalja*, no. 16 (205), pp. 145–149.

2. Lavruk N.A., Ghrendej N.M. (2017). Suchasny stan ta proghnozuvannja nadkhozhenj do Pensijnogho fondu Ukrajinj [Current state and forecasting of revenues to the Pension Fund of Ukraine]. *Ekonomika i suspiljstvo. Mukachivskij derzhavnyj universytet*, no. 13, pp. 1006–1011.

3. Lypych L.V., Tesljuk S.M. (2018). Struktura finansovykh resursiv nederzhavnykh pensijnykh fondiv v Ukrajinj ta jikh analiz [The structure of financial resources of private pension funds in Ukraine and their analysis]. *Ekonomichnyj chasopys Shkhydnojeuropejskogho nacionaljnogho universytetu imeni Lesi Ukrajinjky*, no. 3, pp. 21–30.

4. Zelenko N.M., Zelenko V.A. (2019). Analiz rynku nederzhavnogho pensijnogho strakhuvannja v Ukrajinj: socialjno-ekonomichnyj vymir [Analysis of the private pension insurance market in Ukraine: socio-economic dimension]. *Menedzhment ta pidpryjemnyctvo v Ukrajinj: etapy stanovlennja ta problemy rozvytku*, t. 1, no. 2, pp. 126–134.

5. Melnyk O.I., Kuljbachna L.A., Zhulim M.S. (2018). Analiz suchasnogho stanu strakhovogho rynku v Ukrajinj [Analysis of the current state of the insurance market in Ukraine]. *Modern Economics*, no. 7, pp. 107–113. URL: <http://dSPACE.mnau.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/3314/melnyk.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (accessed: 28 July 2020).

6. Rakhman M.S., Manghushev D.V., Jukhymenko I.R. (2020). Analiz suchasnogho stanu strakhovogho rynku Ukrajinj [Analysis of the current state of the insurance market of Ukraine]. *Modern Economics*, no. 19, pp. 162–165. URL: <http://dSPACE.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7429/1/rahman.pdf> (accessed: 28 July 2020).

7. Toptunova L.M., Vasylijeva L.V., Kljovanik O.A. (2008). Doslidzhennja odnofaktornoji i baghatofaktornoji reghresiji, analiz chasovykh rjadiv u systemi STATISTICA 6 : navchalnyj posibnyk [Study of one-factor and multifactor regression, analysis of time series in the system STATISTICA 6 : textbook]. Kramatorsk : DDMA, 122 p. (in Ukrainian).

8. Informacija shhodo dijalnosti Pensijnogho fondu Ukrajinj [Information on the activities of the Pension Fund of Ukraine]. URL: <https://www.pfu.gov.ua> (accessed: 28 July 2020).

9. Informacija chyselnosti pensioneriv, ta rozmiru minimalnoji pensiji v Ukrajinj [Information chyselnosti pensioneriv, this rozmiru minimum pension in Ukraine]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 28 July 2020).

10. Informacija shhodo rozmiru prozhytkovogho minimumu v Ukrajinj z 2000–2020 rr. [Information on the size of the subsistence level in Ukraine from 2000–2020]. URL: <https://services.dtki.ua/catalogues/indexes> (accessed: 28 July 2020).

11. Informacija shhodo minimalnoji zarobitnoji platy v Ukrajinj [Information on the minimum wage in Ukraine]. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/min> (accessed: 28 July 2020).

12. Pidsumky rozvytku systemy nederzhavnogho pensijnogho zabezpechennja za 2009–2017 rr. [Results of development of the non-state pension provision system for 2009–2017]. URL: <http://www.dfp.gov.ua> (accessed: 28 July 2020).

13. Informacija pro stan i rozvytok strakhovogho rynku Ukrajinjy [Information on the state and development of the insurance market of Ukraine]. URL: <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stand-i-rozvitok.html> (accessed: 28 July 2020).

14. Pidsumky diijalnosti strakhovykh kompanij Ukrajinjy [Results of activity of insurance companies of Ukraine]. URL: <http://www.forinsurer.com.ua> (accessed: 28 July 2020).

15. Strateghija rozvytku strakhovogho rynku Ukrajinjy na 2012–2021 rr. [Strategy of development of the insurance market of Ukraine for 2012–2021]. URL: <http://www.ufu.org.ua/about/activitiesinitiatives/5257> (accessed: 28 July 2020).

16. Informacija shhodo Valovogho vnutrishnjogho produktu v Ukrajinjy [Information on Gross Domestic Product in Ukraine]. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp> (accessed: 28 July 2020).

ФІНАНСОВІ ВІДНОСИНИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ОРГАНІЗАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ДИНАМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

FINANCIAL RELATIONS OF ENTERPRISES AND THEIR ORGANIZATION IN THE MODERN DYNAMIC ENVIRONMENT

У статті досліджено зміст та основні риси поняття «фінансові відносини», визначено природу та особливості фінансових відносин на підприємствах. Досліджено, що на фінансові відносини впливають форма власності та організаційно-правова форма функціонування підприємства, його галузева приналежність, склад майна та джерел формування капіталу тощо. В сучасному динамічному середовищі підприємствам доводиться шукати шляхи реорганізації діяльності та раціонально організовувати фінансові відносини, тому ефективна організація та адаптація як зовнішніх, так і внутрішніх фінансових відносин підприємств відповідно до нових загроз та можливостей забезпечить подальше функціонування та розвиток суб'єктів підприємництва. Побудова раціональних фінансових відносин підприємства з іншими суб'єктами ринку здійснюється в процесі фінансової роботи на підприємстві, що передбачає систему використання різноманітних форм і методів для зростання фінансових результатів.

Ключові слова: фінанси, фінансові підприємства, фінансові відносини, грошові відносини, фінансові ресурси.

В статье исследованы содержание и основные черты понятия «финансовые отношения».

определены природа и особенности финансовых отношений на предприятиях. Исследовано, что на финансовые отношения влияют форма собственности и организационно-правовая форма функционирования предприятия, его отраслевая принадлежность, состав имущества и источников формирования капитала и др. В современной динамичной среде предприятиям приходится искать пути реорганизации деятельности и рационально организовывать финансовые отношения, поэтому эффективная организация и адаптация как внешних, так и внутренних финансовых отношений предприятий в соответствии с новыми угрозами и возможностями обеспечит дальнейшее функционирование и развитие субъектов предпринимательства. Построение рациональных финансовых отношений предприятия с другими субъектами рынка осуществляется в процессе финансовой работы на предприятии, что предусматривает систему использования различных форм и методов для роста финансовых результатов.

Ключевые слова: финансы, финансовые предприятия, финансовые отношения, денежные отношения, финансовые ресурсы.

УДК 658.14/.17

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-38>

Марусяк Н.Л.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Marusyak Nataliia

Yuriy Fedkovych Chernivtsi
National University

The article examines the content and main features of the concept of financial relations, identifies the nature and features of financial relations in the enterprises. Financial relations at the enterprise level determine the development of financial relations in society and are characterized by certain peculiarities. In particular, it has been found that they always have monetary form, whether in the process of providing economic activity with funds or distribution of profits, or formation and use of funds. However, monetary relations become financial when they become independent and get a target allocation. It has been investigated that the financial relations are influenced by the form of business ownership, organizational and legal form of functioning of the enterprise, its branch affiliation, the composition of property, sources of capital, etc. In the modern dynamic environment, companies have to look for ways to reorganize activities and develop rational financial relations. Therefore, effective organization and adaptation of both external and internal financial relations of enterprises in accordance with arising threats and opportunities will ensure further functioning and development of business entities. Developing rational financial relations between the enterprise and other market participants is carried out in the process of financial work at the enterprise, which anticipates a system of using various forms and methods for financial support and improvement of financial results. The following areas for improving the efficiency of financial relations have been proposed: providing the necessary amount of financial resources to ensure the main economic activity, capital investments; attracting qualified personnel and meeting social needs; establishing rational relations with the financial and credit system and other economic entities, investors and employees of the enterprise; preservation and efficient use of fixed and working capital; search for the most effective ways to use financial, labour and material resources; and identification of reserves for growth of financial results and increasing the profitability of the enterprise.

Key words: finances, financial enterprises, financial relations, monetary relations, financial resources.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток суспільства, який відображається в усіх сферах діяльності, приводить до значного пришвидшення темпів змін стану навколишнього середовища, невизначеності умов функціонування економічних суб'єктів, політичного та економічного середовища у країні та світі. Фінансові та економічні відносини відображають значну частину відносин суспільства у сфері формування, розподілу та використання різноманітних ресурсів. Вони пов'язані з політичними, соціальними факторами та культурними зв'язками як у межах окремого домогосподарства, підприємства, регіону, держави, так і на міжнародному рівні. Розвиток фінансових відносин є своєрідним віддзеркаленням

розвитку суспільства загалом. Фінансові відносини посідають особливе місце в економічних відносинах суб'єктів господарювання. Водночас матеріальні блага створюються на рівні підприємства, а ефективна організація їх фінансових відносин сприяє розвитку фінансових відносин у суспільстві. Зменшення доходів більшості підприємств у сучасних умовах зумовлює проблеми з платоспроможністю та унеможливорює забезпечення позитивних фінансових результатів. Це веде до сповільнення розвитку та проблем у всіх сферах економічного середовища, тому актуальним є питання вивчення особливостей та пошук шляхів підвищення ефективності організації фінансових відносин на підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Різні аспекти формування фінансових відносин у суспільстві досліджували такі науковці, як О.Д. Василик, О.І. Барановський, А.С. Гальчинський, В.М. Гець, М.Я. Дем'яненко, Б.Є. Кваснюк, М.І. Крупка, С.В. Онишко, В.М. Опарін, Ю.М. Пахомов, А.М. Соколовська, В.М. Федосов, Т.В. Черничко, А.А. Чухно, С.І. Юрій. Види фінансових відносин на рівні підприємств розглядали Г.М. Азаренкова, М.М. Бернар, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк, В.М. Гриньова, Т.М. Журавель, В.О. Коюда, Р.М. Михайленко, А.М. Поддєрьогін. Водночас особливості та питання ефективної організації фінансових відносин підприємств у сучасному динамічному середовищі ще не достатньо обґрунтовані. Нині організація раціональних фінансових відносин підприємств потребує подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей фінансових відносин підприємств з акцентуванням уваги на ефективній організації фінансових відносин у сучасному динамічному середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансові відносини є складовою частиною економічних відносин. Вони відображають взаємодію та зв'язки у грошовій формі суб'єктів економічної системи на різних рівнях. Можна виділити три категорії економічних суб'єктів, такі як держава, підприємства й підприємці, населення. Між ними розвиваються фінансові зв'язки, що визначаються як фінансово-грошові потоки. Розвиток фінансових відносин відбувався еволюційно, відповідно до змін у самій економічній системі, в інших формах економічних відносин. Як зазначає Т.В. Черничко, «сутність моделі фінансових відносин ринкового типу така: на першому етапі проводиться розподіл вартості створеного ВВП між тими, хто брав участь у його створенні; на другому етапі держава шляхом перерозподілу цих доходів забезпечує формування загального бюджетного фонду. На стадії розподілу величина доходів регулюється ринковими інструментами за відсутності (мінімального рівня) інструментів державного адміністрування. На стадії перерозподілу переважають інструменти державного регулятивного впливу. Ця модель дає змогу оцінити роль кожного рівня фінансових відносин у створенні та використанні ВВП, а також забезпечує стимулювання зростання їх економічної активності, зростання виробництва, підвищення продуктивності праці» [1, с. 345].

Він надає таке визначення фінансових відносин: «це частина грошових відносин, яка пов'язана з формуванням та використанням грошових фондів задля забезпечення розширеного відтворення, задоволення потреб суб'єктів господарювання та населення, здійснення економічних, соціальних, політичних та інших функцій сучасної держави» [2, с. 264]. В.М. Опарін фінансові відносини

визначає як відносини, які, «відображаючи рух вартості від одного суб'єкта до іншого, характеризують обмінні, розподільні і перерозподільні процеси і проявляються у грошових потоках» [3, с. 40].

С.І. Юрій виділяє три характерні риси фінансових відносин. По-перше, він зазначає, що фінансові відносини є розподільчими відносинами, що виникають на стадії розподілу та безпосередньо пов'язані з розподілом і перерозподілом ВВП. По-друге, фінансові відносини є грошовими відносинами, носієм яких є гроші. Також рисою фінансових відносин він вважає те, що їх кінцевою метою є формування й використання фондів усіх суб'єктів для задоволення економічних інтересів членів суспільства [4, с. 17].

Фінансові відносини на рівні підприємств визначають розвиток фінансових відносин у суспільстві та характеризуються певними особливостями. Так, В.М. Гриньова, В.О. Коюда зазначають, що «у структурі фінансових відносин фінанси підприємства посідають визначне місце, тому що обслуговують основну ланку суспільного виробництва, де створюються матеріальні блага» [5, с. 13]. На мікрорівні фінанси опосередковують процес розподілу й перерозподілу частки створеного на підприємстві валового внутрішнього продукту шляхом формування фінансових ресурсів, які спрямовуються на відшкодування витрат, пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції, на сплату податків і зборів до бюджету, на забезпечення розвитку самого підприємства.

Опосередковування фінансами розподілу частки ВВП, що створюється на макrorівні, між суб'єктами володіння різниться за формою та змістом залежно від організаційно-правової форми підприємства.

У корпоративному підприємстві, де суб'єкти господарської діяльності відділені від таких фізичних осіб, як засновники, акціонери чи наймані працівники, участь у процесах розподілу та перерозподілу створеної частки ВВП покладено на юридичні особи. Це зменшує або повністю нівелює вплив суб'єктивних факторів на розподіл доходу (засновників, керівництва, працівників).

Внаслідок ототожнення засновниками (власниками) отриманих доходів від бізнесу з індивідуальним доходом на рівні малих підприємств та індивідуальних підприємців відносини з державними інституціями у сфері розподільчих процесів стають більш індивідуалізованими. Об'єктивність розподільчих процесів набуває суб'єктивного характеру, іноді навіть психологічного. Незважаючи на характер реалізації розподільних і перерозподільних процесів на різних рівнях бізнесу, об'єктом фінансів підприємств є рух вартості ВВП та його трансформація у фінансові ресурси.

Фінанси підприємств безпосередньо пов'язані з рухом грошових коштів, тобто поняття «фінанси

підприємств» пов'язано з грошовими коштами та наявними фінансовими ресурсами. Водночас фінанси завжди пов'язані з відносинами володіння вартістю різними суб'єктами. Як зазначає А.М. Поддєрьогін, «такими суттєвими властивостями, які лежать в основі фінансів, є закономірності відтворювального процесу та грошові відносини, що виникають між учасниками суспільного виробництва на всіх стадіях процесу відтворення, на всіх рівнях господарювання, у всіх сферах суспільної діяльності» [6, с. 5].

Водночас не всі грошові відносини належать до фінансових. Г.М. Азаренкова, Т.М. Журавель, Р.М. Михайленко підкреслюють, що «грошові відносини перетворюються на фінансові, коли рух грошових коштів стає дещо самостійним. Таке відбувається в процесі формування, розподілу, використання грошових доходів та фондів згідно з цільовим призначенням у формі фінансових ресурсів» [7, с. 12].

Коли утворюється нове підприємство, перші фінансові відносини виникають на стадії формування його статутного капіталу, який з економічної точки зору є майном суб'єкта на дату його створення. Організаційно-правова форма визначає зміст фінансових відносин у процесі формування статутного капіталу підприємства. Фінансові відносини між засновниками будуються щодо напрямів вкладання капіталу та розподілу отриманого прибутку.

В процесі здійснення операційної діяльності у підприємства формується практика фінансових відносин з контрагентами щодо закупівлі сировини, товарів у постачальників та реалізації продукції споживачам. Також виникають відносини всередині самого підприємства з його структурними підрозділами під час розподілу фінансових ресурсів між центрами відповідальності для фінансування достатнього обсягу необоротних та оборотних активів в процесі господарської діяльності. Оплата праці робітників, їх матеріальне заохочення також є сферою відповідних фінансових відносин на підприємстві.

На організацію фінансових відносин підприємств істотно впливають їх галузева приналежність, техніко-економічні особливості діяльності. Як зазначає М.М. Бердар, «фінансові відносини формуються в межах окремих господарюючих суб'єктів та залежать від форм власності та організаційно-правової форми функціонування підприємства, його галузевої належності, складу майна та капіталу, структури фінансових ресурсів тощо» [8, с. 19]. Галузева специфіка впливає на склад і структуру фінансових ресурсів та виробничих засобів, тривалість операційного та фінансового циклів, особливості кругообігу капіталу, склад джерел фінансування простого та розширеного відтворення, можливості формування фінансових резервів.

Наприклад, у сільському господарстві природно-кліматичні умови зумовлюють необхідність формування фінансових резервів у натуральній та грошовій формах. Природні умови та біологічний цикл розвитку рослин і тварин фактично визначають кругообіг фінансових ресурсів та їх необхідність у певних періодах, тому виникає потреба залучення позикових коштів. У промислових підприємств також є свої особливості, які залежать від галузі, в якій працюють суб'єкти господарювання, сезонного попиту на певні групи товарів.

Підприємства торгівлі забезпечують ланцюжок доведення продукції виробника до споживача. Вони сприяють завершенню кругообігу суспільного продукту у товарній формі, що забезпечує його безперервність. Особливістю галузевої структури основних засобів торговельних підприємств є використання значною мірою орендованих активів. Є також свої особливості у складі та структурі обігового капіталу, значна частина якого вкладена в запаси товарно-матеріальних цінностей. Все це знаходить своє відображення в організації фінансових відносин на таких підприємствах.

У підприємств будь-якої організаційної форми та галузевої приналежності формуються фінансові відносини з фінансово-кредитними установами переважно щодо обслуговування платіжних розрахунків, касових операцій, отримання та повернення кредитів і сплати процентів по них, операцій страхування, страхових платежів та отримання страхових відшкодувань у разі настання страхового випадку, інвестиційних вкладень тощо.

Також велике значення має організація фінансових відносин з державними структурами переважно щодо сплати податків, соціального страхування, використання цільового державного фінансування, використання коштів відповідно до державних інвестиційних програм тощо.

Фінансові відносини, що виникають у процесі формування та використання фінансових ресурсів підприємств, формуються в процесі кругообігу його коштів, що опосередковується грошовими потоками за такими видами його діяльності, як основна (операційна) діяльність, інвестиційна та фінансова діяльність. Основний обсяг надходження та витрачання коштів здійснюється в рамках операційної діяльності. Переважно це надходження від реалізації продукції та виплати на оплату товарів. Фінансова діяльність підприємств пов'язана з отриманням та погашенням кредиту й виплатою дивідендів, а інвестиційна – переважно з реалізацією та купівлею необоротних активів.

Отже, така сукупність фінансових взаємовідносин підприємства із зовнішнім та внутрішнім середовищем потребує зосередження постійної уваги на таких питаннях:

- формування та регулювання грошових потоків для своєчасного фінансування витрат і виконання зобов'язань;

- управління реалізацією продукції та послуг, оперативний контроль за надходженням доходу від реалізації;

- управління основним та оборотним капіталом, розроблення заходів щодо оптимального формування та використання;

- підтримання платоспроможності підприємства та ліквідності його балансу;

- мобілізація й зростання грошових накопичень, підвищення рентабельності.

Фінансові відносини можна вважати основним предметом фінансової роботи на підприємстві, зокрема побудови раціональних фінансових відносин підприємства з бізнес-партнерами, державними органами, фінансово-кредитними інститутами. В процесі фінансових відносин формуються фінансові потоки, а забезпечення їх достатності, своєчасності, синхронізації є обов'язковою передумовою фінансової стабільності підприємства.

Ефективній організації фінансових відносин на підприємстві сприяють такі напрями фінансової роботи:

- забезпечення необхідного обсягу фінансових ресурсів для виконання планових завдань щодо основної господарської діяльності, капітальних вкладень, залучення кваліфікованих кадрів і задоволення соціальних потреб;

- організація раціональних взаємовідносин з фінансово-кредитною системою та іншими господарюючими суб'єктами, тобто своєчасне та повне виконання зобов'язань за платежами до бюджету, комерційним банкам, інвесторам та працівникам підприємства;

- збереження та ефективне використання основного та обігового капіталу;

- пошук найбільш ефективних шляхів використання фінансових, трудових і матеріальних ресурсів;

- виявлення резервів зростання фінансових результатів і підвищення рентабельності.

Оптимізувати всі сфери фінансових відносин на підприємстві можна шляхом налагодження фінансового планування, забезпечення оперативно-управлінської роботи та контрольної аналітичної роботи у фінансовій сфері.

Фінансове планування допоможе забезпечити обґрунтування потреби підприємства у фінансових ресурсах та її збалансування джерелами покриття, що сприятиме повному та своєчасному фінансовому забезпеченню реалізації виробничих та економічних програм підприємства, а також максимізації прибутку.

Забезпечити постійний моніторинг якісних характеристик фінансових відносин та кількісних характеристик фінансових потоків можна за

допомогою налагодженої оперативно-управлінської фінансової роботи. Це позитивно вплине на результативність фінансових відносин підприємства у будь-якій сфері та підтримає рівень його ділової репутації.

Також важливою є об'єктивна оцінка економічної ефективності, доцільності кожної угоди та господарської операції. Під час формування фінансових відносин необхідно контролювати та аналізувати всю господарську діяльність: від перевірки законності, відповідності чинним фінансовим інструкцій, від наявності фінансових ресурсів до визначення її впливу на імідж і ділову репутацію підприємства.

У сучасних динамічних умовах функціонування підприємства стикаються з багатьма викликами та можливостями. Наприклад, через карантинні обмеження внаслідок пандемії діяльність підприємств окремих галузей була зменшена або зовсім припинена на певний час. Найбільш уразливими виявилися підприємства малого та середнього бізнесу, у яких не було резервного ліквідного капіталу для забезпечення запасу фінансової стійкості за несприятливих обставин. Більшість підприємств зіткнулася з низкою проблем, таких як зрив закупок і поставок, зменшення обсягів продажів, нестача коштів для оплати оренди та заробітної плати працівникам. Внаслідок сповільнення бізнес-активності підприємства змушені були шукати шляхи мінімізації витрат, раціоналізації фінансових відносин щодо сплати податків, заробітної плати, орендних платежів, відтермінування зобов'язань за поставленими товарами.

Дієздатність підприємств залежить від адаптації та переорієнтування бізнесу відповідно до змін зовнішнього середовища. У такій ситуації раціоналізація фінансових відносин має бути спрямована на відтермінування сплати платежів, пролонгацію боргових зобов'язань, зменшення витрат, пошук нових інвесторів та ефективних напрямів діяльності. У зв'язку з непрогнозованістю ринкової кон'єктури сфери фінансових відносин на підприємствах розширюються. Поширюються специфічні групи фінансових відносин, що пов'язані з неплатоспроможністю та банкрутством або реструктуризацією підприємств, що виникають під час злиття та поглинання, а також розподілу самого підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Побудова раціональних фінансових відносин підприємства з іншими суб'єктами ринку здійснюється в процесі фінансової роботи на підприємстві, що передбачає систему використання різноманітних форм і методів для фінансового забезпечення та досягнення поставлених цілей, зростання фінансових результатів.

Отже, фінансові відносини підприємства залежать від його форми власності та організаційно-

правової форми функціонування, його галузевої належності, складу майна та капіталу, структури фінансових ресурсів тощо. Очевидно, в сучасному динамічному середовищі підприємствам доводиться шукати шляхи реорганізації діяльності та ефективні схеми фінансових відносин, тому формування та адаптація як зовнішніх, так і внутрішніх фінансових відносин підприємств відповідно до нових загроз та можливостей сприятиме подальшому функціонуванню та розвитку суб'єктів підприємництва.

Ефективна організація фінансових відносин на підприємстві забезпечить своєчасне виконання зобов'язань перед бюджетами, власними працівниками на підприємстві, іншими господарюючими суб'єктами, фінансово-кредитною системою, а також ефективне управління його фінансовими ресурсами. Така організація фінансових відносин передбачає оптимізацію управління грошовими потоками від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності, максимізацію прибутку та зростання добробуту власників підприємства. Формування ефективних фінансових відносин сприятиме своєчасному та повному забезпеченню підприємств фінансовими ресурсами для задоволення відтворювальних потреб, активізації інвестиційної діяльності та виконання всіх його фінансових зобов'язань.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Черничко Т.В. Фінансові відносини в системі економічних відносин. *Бізнес-Інформ*. 2014. № 5. С. 342–346.
2. Черничко Т.В. Фінансові та кредитні відносини в системі економічних відносин. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.11. С. 263–267.
3. Опарін В.М. Фінанси : загальна теорія Київ : Вид-во КНЕУ, 2002. 240 с.

4. Фінанси : підручник / за ред. С.І. Юрія, В.М. Федосова. Київ : Знання, 2008. 611 с.

5. Гриньова В.М., Коюда В.О. Фінанси підприємств : навчальний посібник. 3-тє вид., стер. Київ : Знання-Прес, 2006. 423 с.

6. Поддєрьогін А.М., Білик М.Д., Буряк Л.Д. та ін. Фінанси підприємств : підручник. 7-ме вид., без змін. Київ : КНЕУ, 2008. 552 с.

7. Азаренкова Г.М., Журавель Т.М., Михайленко Р.М. Фінанси підприємств : навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни. 3-тє вид., випр. і доп. Київ : Знання-Прес, 2009. 299 с.

8. Бернар М.М. Фінанси підприємств : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 352 с.

REFERENCES:

1. Chernichko T.V. (2014) Finansovi vidnosyny v systemi ekonomichnykh vidnosyn [Financial relations in the system of economic relations]. *Business-Inform*, no. 5, pp. 342–346.
2. Chernichko T.V. (2010) Finansovi ta kredytni vidnosyny v systemi ekonomichnykh vidnosyn [Financial and credit relations in the system of economic relations]. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, vol. 20.11, pp. 263–267.
3. Oparin V.M. (2002) Finansy: zagaljna teorija [Finance: general theory]. Kiev: KNEU (in Ukrainian).
4. Yuri S.I., Fedosov V.M. (ed.) (2008) Finansy [Finance]. Kiev: Knowledge (in Ukrainian).
5. Grinyova V.M., Koyuda V.O. (2006) Finansy pidpriemstv [Finance of enterprises]. Kyiv: Knowledge Press (in Ukrainian).
6. Podderiyogin A.M. (ed.) (2008) Finansy pidpriemstv [Finance of enterprises]. Kiev: KNEU (in Ukrainian).
7. Azarenkova G.M., Zhuravel T.M., Mikhailenko R.M. (2009) Finansy pidpriemstv [Finance of enterprises]. Kyiv: Knowledge Press (in Ukrainian).
8. Berdar M.M. (2010) Finansy pidpriemstv [Finance of enterprises]. Kiev: Center for Educational Literature. (in Ukrainian).

РОЗДІЛ 7. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

РОЗВИТОК ІНСТИТУТУ ПРОФЕСІЙНОГО БУХГАЛТЕРСЬКОГО СУДЖЕННЯ
В КОНТЕКСТІ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВDEVELOPMENT OF THE INSTITUTE OF PROFESSIONAL ACCOUNTING
JUDGMENT IN THE CONTEXT OF STRENGTHENING
THE ECONOMIC SECURITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Статтю присвячено обґрунтуванню напрямів розвитку інституту професійного бухгалтерського судження в контексті зміцнення економічної безпеки аграрних підприємств. Установлено сутнісні характеристики професійного судження як складової частини інституту бухгалтерського обліку. На основі результатів всеукраїнського експертного опитування, а саме анкетування працівників бухгалтерських служб, науковців та здобувачів освітніх ступенів, визначено місце економічної безпеки в системі обліково-аналітичного забезпечення управління аграрними підприємствами. Установлено фактори, які безпосередньо впливають на input-середовище формування професійного судження, а також подано їх визначення. Розроблено структурну модель формування професійного безпекового судження бухгалтера, що разом з наявними передбачає одночасне виокремлення безумовного, альтернативного, компромісного та незалежного суджень і поглиблює методологічну доцільність усебічного врахування біхевіористичного впливу неформальних інститутів у процесі безпеко орієнтованої трансформації обліково-аналітичного забезпечення аграрних підприємств.

Ключові слова: професійне бухгалтерське судження, бухгалтерський облік, економічна безпека, обліково-аналітичне забезпечення, аграрні підприємства, інституціональна теорія бухгалтерського обліку.

Стаття посвячена обґрунтуванню напрямів розвитку інституту професійного

бухгалтерського судження в контексті укріплення економічної безпеки аграрних підприємств. Установлені суцільні характеристики професійного судження як складової частини інституту бухгалтерського обліку. На основі результатів всеукраїнського експертного опитування, а саме анкетування працівників бухгалтерських служб, учених и соискателей образовательных степеней, определено место экономической безопасности в системе учетно-аналитического обеспечения управления аграрными предприятиями. Установлены факторы, которые оказывают непосредственное влияние на input-среду формирования профессионального суждения, а также предоставлены их определения. Разработана структурная модель формирования профессионального безопасного суждения бухгалтера, которая наряду с существующими предусматривает одновременное выделение безусловного, альтернативного, компромиссного и независимого суждений и углубляет методологическую целесообразность всестороннего учета биовиористского влияния неформальных институтов в процессе безопасно ориентированной трансформации учетно-аналитического обеспечения аграрных предприятий. **Ключевые слова:** профессиональное бухгалтерское суждение, бухгалтерский учет, экономическая безопасность, учетно-аналитическое обеспечение, аграрные предприятия, институциональная теория бухгалтерского учета.

УДК 657.1:338.30

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-39>

Василишин С.І.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
і аудиту
Харківський національний аграрний
університет імені В.В. Докучаєва

Vasylishyn Stanislav

Kharkiv National Agrarian University
named after V.V. Dokuchaiev

The effectiveness of management decisions in the instability of the business environment and increasing risks of economic security depends on the appropriate level of accounting and analytical support and the quality of professional judgment of accountants. Consideration of accounting and analytical support as a concept of economic security management allows forming a new idea of the organization of the information basis for effective and timely management decisions. The article is devoted to the substantiation of the directions of development of the institute of professional accounting judgment in the context of strengthening the economic security of agricultural enterprises. The essential characteristics of professional judgment as a component of the institute of accounting are established. Based on the results of the All-Ukrainian expert survey of employees, accountants, scientists and PhD-students, the place of economic security in the system of accounting and analytical management of agricultural enterprises is established. It is proved that in the process of improving the accounting and analytical support of economic security of agricultural enterprises is given to the institute of professional judgment of an accountant, which, other things being equal, is the root cause and driving force of security accounting policy and safe business reporting. The factors that have a direct impact on the input-environment of professional judgment and their definition are identified. A structural model of formation of professional security judgment of an accountant is developed. It is proved that the model, which providing separation of unconditional, alternative, compromise and independent judgments, deepens methodological expediency of comprehensive consideration of behavioral influence of informal institutions in the process of safety-oriented transformation accounting and analytical support of agricultural enterprises. Based on the proposed structural model, it is appropriate to hypothesize the transformation of the mission of the accounting profession in the context of economic security, which is connecting with rapid growth of digitalization risks of economic security.

Key words: professional accounting judgment, accounting, economic security, accounting and analytical support, agricultural enterprises, institutional theory of accounting.

Постановка проблеми. Ефективність прийнятих управлінських рішень в умовах нестабільності середовища підприємницької діяльності та посилення ризиків економічної безпеки залежить від

належного рівня обліково-аналітичного забезпечення та якості професійного судження бухгалтерів.

Розгляд обліково-аналітичного забезпечення як концепту управління економічною безпекою

дає змогу сформувати нове уявлення про організацію інформаційного підґрунтя для прийняття ефективних та своєчасних управлінських рішень. З огляду на це актуальним є пошук напрямів розвитку інституту професійного бухгалтерського судження в діджиталізованому світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Методологію формування професійного судження та його вплив на обліково-аналітичне забезпечення розглянуто в працях багатьох науковців, таких як І. Баланюк, В. Дерій, В. Жук, Т. Камінська, Н. Правдюк, І. Садовська, І. Юхименко-Назарук. Наукові праці вчених становлять потужну теоретичну і практичну базу, що свідчить про велику актуальність досліджуваного питання, але типізацію та розвиток професійного бухгалтерського судження в контексті зміцнення економічної безпеки на рівні аграрних підприємств вивчено недостатньо глибоко. Це зумовлює необхідність проведення подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування напрямів розвитку інституту професійного бухгалтерського судження в контексті зміцнення економічної безпеки аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Інституціональна теорія бухгалтерського обліку як домінуюча течія сучасного розуміння бухгалтерського обліку визначає його предмет з подвійного погляду, адже, по-перше, розглядає облік як засіб відображення фактів, явищ та операцій у процесі функціонування підприємств; по-друге, тлумачить його як «мистецтво» інтерпретації на основі реалізації професійного судження, тобто під час формування можливостей для розширення сутності предмета бухгалтерського обліку як творчого процесу вирішальну роль відіграє саме професійне судження, що «являє собою обґрунтовану, підтверджену професійною кваліфікацією думку бухгалтера» [1, с. 240].

Саме поняття «професійне судження» єдиної дефініції не має, проте його можна охарактеризувати як набір дій бухгалтера чи іншого фахівця, який, спираючись на власний досвід і професійний рівень, приймає рішення про відображення в обліку та розкриття у звітності операцій або подій, що перебувають поза межами регулювання стандартами чи можуть мати подвійне трактування в законодавчій базі і відповідають діючій на підприємстві обліковій політиці. Зокрема, згідно з нормами МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки», якщо немає МСФЗ, який конкретно застосовують до операції, іншої події або умови, управлінський персонал повинен застосовувати судження під час розроблення та застосування облікової політики, щоб інформація була доречною для потреб користувачів із прийняття економічних рішень; достовірною, адже фінансова звітність достовірно подає фінансовий

стан, фінансові результати діяльності та грошові потоки суб'єкта господарювання; відображає економічну сутність операцій, інших подій або умов, а не лише юридичну форму; є нейтральною, тобто вільною від упереджень; є обачливою; є повною в усіх суттєвих аспектах [2].

Водночас під час здійснення судження управлінський персонал має посилатись на прийнятність наведених далі джерел та враховувати їх у низхідному порядку:

- вимоги в МСФЗ, у яких йдеться про подібні та пов'язані з ними питання;
- визначення, критерії визнання та концепції оцінки активів, зобов'язань, доходу та витрат у Концептуальній основі [2].

Водночас, на думку І. Садовської, І. Бабіч та К. Нагірської, «професійне бухгалтерське судження не є панацеєю, але й не можна його нівелювати на етапі становлення фермерства в Україні та ймовірного виходу на світові ринки щодо сільськогосподарської продукції, інноваційних галузевих технологій і, врешті, облікової галузевої методології з основами інституціональної константи» [3, с. 48].

Серед наявних літературних джерел [1; 3; 4; 5; 6; 7; 8] немає єдиного визначення професійного судження як складової частини інституту бухгалтерського обліку, хоча науковці наголошують на винятковій можливості розвитку інституту судження в процесі адаптації до мінливого нормативно-правового забезпечення обліку та появи нових, часто «нетипових» об'єктів обліку й господарських операцій. Наголошуємо на тому, що економічну безпеку можна віднести до нових складових частин обліку, адже вона генерує ризики та загрози й механізми захисту від них, втілені у господарських операціях та об'єктах безпекового характеру.

Задля глибокого аналізу поглядів професійного середовища на окремі аспекти обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки в цифровому світі ми провели всеукраїнське експертне опитування, а саме анкетування працівників бухгалтерських служб, науковців та здобувачів освітніх ступенів «Місце економічної безпеки в системі обліково-аналітичного забезпечення управління підприємствами і трансформація бухгалтерської професії в цифровому світі». Опитування тривало протягом 2019–2020 рр. та охопило 858 респондентів, серед яких 62,1% складають бухгалтери-практики провідних аграрних підприємств і підприємств інших галузей національної економіки з Харківської, Київської, Дніпропетровської, Львівської, Сумської, Вінницької, Чернігівської, Черкаської та Донецької областей. Підтвердженням вагомості економічної безпеки в системі формування професійних суджень є результати проведеного анкетування,

відповідно до якого 92,8% бухгалтерів-практиків, 97,0% керівників і 100% інших категорій респондентів вважають, що економічна безпека є важливим об'єктом обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством і запорукою його розвитку (рис. 1). Крім того, 66,7% керівників та 85,7% бухгалтерів хоча б один раз у своїй професійній діяльності стикалися з категорією «економічна безпека».

Дослідник І. Юхименко-Назарук вважає, що «зادля обґрунтування особливостей застосування формальних та неформальних правил, яких слід дотримуватись в процесі здійснення професійного судження, виходячи з положень інституційної теорії, слід визначити види професійних суджень, застосовуючи більш широке розуміння сутності цього поняття. При цьому також слід враховувати, що на побудову класифікації професійних суджень впливає наявний рівень нормативного регулювання бухгалтерського обліку, оскільки від нього залежить характеристика об'єкта, щодо якого здійснюється професійне судження» [8, с. 185]. З урахуванням цих позицій автор виокремлює чотири умови формування та реалізації професійного судження бухгалтера й диференціює їх прояв під впливом формальних та неформальних правил, виділяючи здійснення суджень за аналогією (за відсутності регламентації); дотримання чітко встановлених правил (за суцільної регламентації); змішану процедуру здійснення судження (за несуцільної регламентації з визначеними обставинами); обмежену процедуру здійснення судження (за несуцільної регламентації з невизначеними

обставинами) [8]. Як бачимо, головним критерієм поділу професійних суджень є наявність нормативного регулювання, яке має неоднозначне трактування та формує альтернативи щодо прийняття професійних суджень різної спрямованості.

Таким чином, на наш погляд, у процесі вдосконалення обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки аграрних підприємств вагоме місце посідає інститут професійного судження бухгалтера, що за інших рівних умов є першопричиною та рушійною силою формування безпеки орієнтованої облікової політики та безпечного подання бізнесу у звітності. З огляду на ці обставини вважаємо нагальним виділення окремої складової частини, а саме професійного безпечного професійного судження бухгалтера, що відображає спроможність професіонала приймати обґрунтовані рішення під впливом формальних та неформальних інститутів.

Звернемося до факторів, які безпосередньо впливають на input-середовище формування професійного судження. Серед них виокремлюємо (I) стратегію і тактику зміцнення економічної безпеки; (II) якість вхідної інформації; (III) облікову політику; (IV) врахування впливу макро-, мезо- та мікрофакторів.

Стратегія і тактика зміцнення економічної безпеки є визначальним фактором, який формує інформаційні запити обліково-аналітичного забезпечення та зумовлює безпекову спрямованість управлінських рішень. Серед основних складових частин такого впливу слід назвати:

– місію та цілі підприємства;

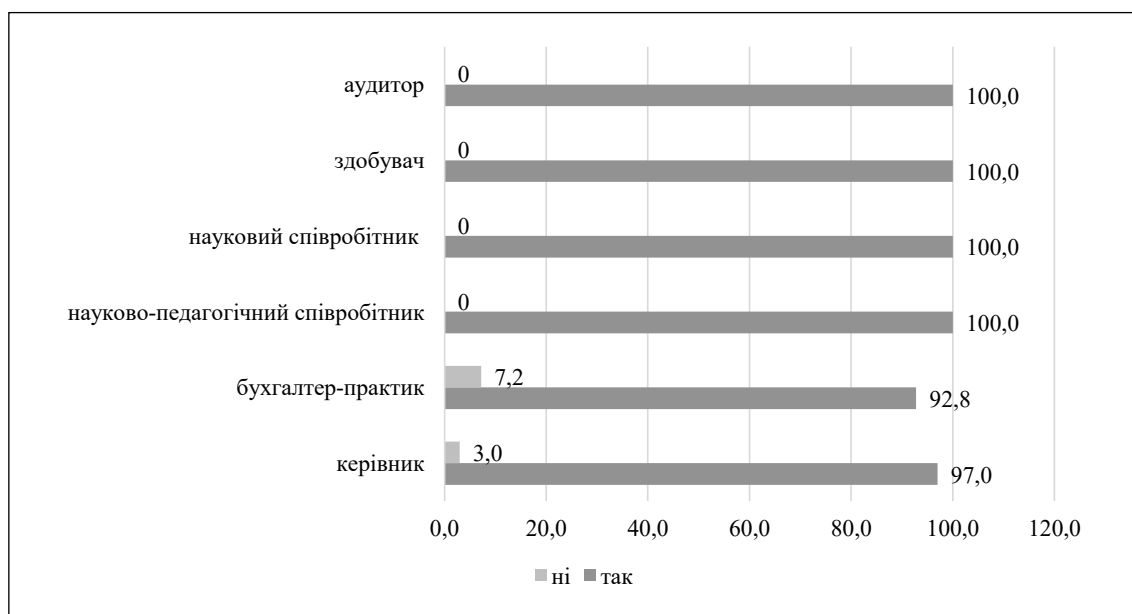


Рис. 1. Експертна відповідь респондентів на питання «Чи вважаєте Ви, що економічна безпека є важливим об'єктом обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством і запорукою його розвитку?»

Джерело: побудовано за результатами всеукраїнського експертного опитування

– період планування та прийняття рішень щодо зміцнення економічної безпеки (довго-, середньо- чи короткостроковий), від чого залежать стратегія й тактика гарантування та зміцнення економічної безпеки;

– бюджет доходів і витрат, закладений в основу стратегії і тактики гарантування та зміцнення економічної безпеки;

– організаційну структуру підприємства й розподіл функціональних повноважень;

– ефективність комунікацій та зворотного зв'язку;

– рівень ефективності моніторингових та контрольних заходів тощо.

Якість вхідної інформації. Під цією групою факторів розуміємо сукупність характеристик та властивостей, що дають змогу оцінити рівень придатності інформації для досягнення цілей, поставлених користувачами такої інформації. Якісні характеристики корисної фінансової інформації, відображені в Концептуальній основі фінансової звітності [9] та Н(П)СБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [10], визначають типи інформації, що, найімовірніше, є найбільш корисними для нинішніх і потенційних інвесторів, позикодавців та інших кредиторів для прийняття рішень про суб'єкт господарювання, який звітує на основі інформації, поданої у його фінансовому звіті.

Облікова політика – це один із найбільш визначальних input-факторів професійного безпекового судження бухгалтера, оскільки відображає вихідні параметри функціонування обліку на підприємстві та включає:

– ідентифікацію та напрями реконструкції об'єктів обліку в контексті гарантування економічної безпеки підприємства;

– безпеко орієнтовані принципи обліку;

– особливості застосування окремих елементів методу бухгалтерського обліку;

– обґрунтування форми обліку та регламентів документообігу;

– систему методичних підходів до оцінки, визнання, відображення в системі рахунків та розкриття у звітності господарських операцій і подій, які здатні вплинути на економічну безпеку та посилити ризики підприємницької діяльності;

– установлення коректності даних щодо окремих процедур обліку та подання у звітності активів, власного капіталу та зобов'язань;

– організаційні підходи до функціонування бухгалтерських служб тощо.

Макро-, мезо- та мікрофактори обліково-аналітичного забезпечення. У контексті формування професійного судження бухгалтера найбільший вплив, на нашу думку, мають такі фактори, як прогнозний рівень інфляції в середньо- та довгостроковому періоді; наслідки впливу судження на розмір податків чи зборів; ступінь задоволення запитів державних регуляторних або контролюючих

органів; рівень організації бізнес-відносин з контрагентами; кадрове забезпечення та організаційна культура підприємства.

За результатами всеукраїнського експертного опитування, перше місце серед таких факторів посідають контролюючі інституційні утворення, на думку всіх груп експертів, та організаційні інституційні утворення, на думку бухгалтерів-практиків (рис. 2).

Наступним етапом є безпосереднє формування професійного безпекового судження бухгалтера, яке залежно від наявності нормативно-правового забезпечення та впливу морально-етичних переконань бухгалтера ми поділяємо на чотири типи.

1) Безумовні судження формуються в процесі вирішення питань щодо обліку операцій, які мають чітку регламентацію нормативних актів, проте можуть мати різне спрямування, базуючись на наявних регламентах зміцнення економічної безпеки конкретного підприємства.

2) Альтернативні судження є найбільш доцільними за наявності «подвійного», а часом і «потрійного» трактування певних норм разом з власними переконаннями, які у своїй сукупності здатні генерувати так звані альтернативні підходи до відображення конкретних об'єктів чи операцій безпекового характеру.

3) Компромісні судження є змішаною формою двох попередніх підходів і базуються на пошуку так званого компромісу між імплементацією конкретних норм і застосуванням власного професійного досвіду та морально-етичних переконань бухгалтера.

4) Незалежні судження є найбільш складними в професійній діяльності бухгалтерів, оскільки мають базуватися виключно на аналогічних підходах до обліку інших об'єктів чи операцій та власному професійному досвіді бухгалтерів і перебувають поза межами прямого нормативно-правового регулювання. Наголосимо на тому, що саме незалежними професійними судженнями є судження щодо гарантування та зміцнення економічної безпеки підприємств.

В результаті формування професійних безпекових суджень бухгалтера генерується output-середовище мінімізації ризиків та загроз підприємницькій діяльності; гарантується необхідний рівень економічної безпеки; досягається максимізація ефективності прийняття управлінських рішень і підвищується якість вихідної інформації (у вигляді фінансової та управлінської звітності).

Описані етапи створюють комплексну модель формування професійного безпекового судження бухгалтера, яка максимально сприяє побудові безпеко орієнтованого обліково-аналітичного забезпечення та враховує біхевіористичні акценти інституту бухгалтерського обліку (рис. 3).



Рис. 2. Експертна думка про вагомість впливу інститутів на професійне судження бухгалтера про відображення операцій, які позначаються на економічній безпеці в системі бухгалтерського обліку та формуванні показників звітності

Джерело: побудовано за результатами Всеукраїнського експертного опитування

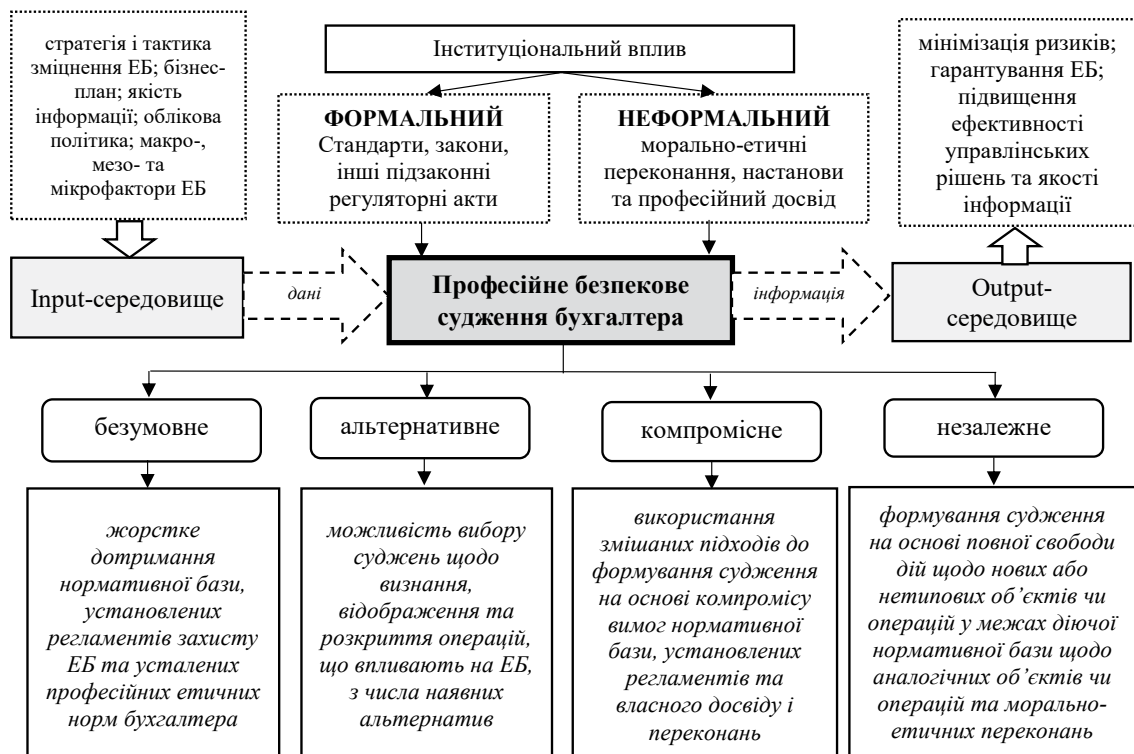


Рис. 3. Структурна модель формування професійного безпекового судження бухгалтера

Джерело: авторська розробка

На підставі запропонованої структурної моделі доцільним є висунення гіпотези щодо трансформації місії професії бухгалтера в контексті

забезпечення економічної безпеки, що обтяжується стрімким зростанням діджиталізаційних ризиків економічної безпеки.

Висновки з проведеного дослідження.

Безпекова трансформація обліково-аналітичного забезпечення аграрних підприємств передбачає існування інституту безпекового професійного судження, яке відображає спроможність представників бухгалтерської професії приймати обґрунтовані рішення під впливом формальних та неформальних інститутів.

Запропонована структурна модель одночасного існування безумовних, альтернативних, компромісних та незалежних професійних суджень є результатом впливу біхевіористичного чинника на складний процес обліково-аналітичного забезпечення управлінських процесів, що має стати платформою для підвищення якості облікової інформації та професійної орієнтації облікових гарантів економічної безпеки на нормативні акти, власний досвід і свої переконання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жук В. Розвиток теорії бухгалтерського обліку: інституціональний аспект : монографія. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2018. 408 с.
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_020 (дата звернення: 09.06.2020).
3. Садовська І., Бабіч І., Нагірська К. Організація обліку і оподаткування у фермерських господарствах в контексті професійного бухгалтерського судження. *Облік і фінанси*. 2019. № 4 (86). С. 45–53.
4. Баланюк І., Пилипів І., Якубів В. Обліково-аналітичне забезпечення господарської діяльності : монографія. Івано-Франківськ : Друкарня «Фоліант», 2014. 292 с.
5. Дерій В., Мельничук І. Бухгалтерський облік, аналіз і аудит у системі управління витратами на економічну безпеку. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2019. Вип. 1. С. 197–208.
6. Камінська Т. та ін. Обліково-аналітичне забезпечення фінансового менеджменту на сільськогосподарських підприємствах : монографія. Київ : ЦП «Компринт», 2013. 338 с.
7. Правдюк Н., Мулик Т., Мулик Я. Управління фінансовою безпекою підприємств: обліково-аналітичний аспект : монографія. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 224 с.
8. Юхименко-Назарук І. Інституційні засади здійснення професійного судження в бухгалтерському обліку. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Ч. 1. Вип. 21. С. 185–188.
9. Концептуальна основа фінансової звітності. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009 (дата звернення: 23.05.2020).
10. Про затвердження Національного Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення: 03.05.2020).

REFERENCES:

1. Zhuk V. (2018) *Rozvytok teorii bukhghalterskogo obliku: instytucionalnyj aspekt* [Development of accounting theory: institutional aspect]. Kyiv: NNC "IAE" (in Ukrainian).
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2012) International Accounting Standard 8 "Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors". Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_020 (accessed 6 June 2020).
3. Sadovsika I., Babich I., Naghirska K. (2019) *Orghanizacija obliku i opodatkovannja u fermerskykh ghospodarsvakh v konteksti profesijnogho bukhghalterskogho sudzhennja* [Organization of accounting and taxation in farms in the context of professional accounting judgment]. *Accounting and finance*, vol. 4, pp. 45–53.
4. Balanjuk I., Pylypiv I., Jakubiv V. (2014) *Oblikovo-analitychne zabezpechennja ghospodarskoji dijalnosti* [Accounting and analytical support of economic activity]. Ivano-Frankivsk: Drukarnja "Foliant" (in Ukrainian).
5. Derij V., Melnychuk I. (2019) *Bukhghalterskyj oblik, analiz i audyt u systemi upravlinnja vytratamy na ekonomichnu bezpeku* [Accounting, analysis and audit in the management system of economic security costs]. *Bulletin of Ternopil National Economic University*, vol. 1, pp. 197–208.
6. Kaminska T. (2013) *Oblikovo-analitychne zabezpechennja finansovogho menedzhmentu na siljskog-hospodarskykh pidpryjemstvakh* [Accounting and analytical support of financial management in agricultural enterprises]. Kyiv: CP "Komprynt" (in Ukrainian).
7. Pravdjuk N., Mulyk T., Mulyk Ja. (2019) *Upravlinnja finansovoju bezpekoju pidpryjemstv: oblikovo-analitychnyj aspekt* [Management of financial security of enterprises: accounting and analytical aspect]. Kyiv: "Centr uchbovoho literatury" (in Ukrainian).
8. Jukhymenko-Nazaruk I. (2016) *Instytucijni zasady zdijsnennja profesijnogho sudzhennja v bukhghalterskomu obliku* [Institutional principles of professional judgment in accounting]. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, vol. 1, no. 21. pp. 185–188.
9. The Verkhovna Rada of Ukraine (2010) *Conceptual basis of financial reporting*. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009 (accessed 23 May 2020).
10. Cabinet of Ministers of Ukraine (2013) Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the National Regulation (standard) of accounting 1 "General requirements for financial reporting"". Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (accessed 03 May 2020).

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК У КАЗНАЧЕЙСТВІ БАНКУ В УМОВАХ ЗМІН

MANAGEMENT ACCOUNTING IN THE BANK'S TREASURY IN THE CONDITIONS OF CHANGES

У статті розглянуто роль управлінського обліку в системі управління казначейством банку в умовах змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Виділено організаційні основи впровадження управлінського обліку в казначействі банку та його функції. Визначено основні цілі обліку за об'єктами управління та кількісні показники, які використовуються для аналізу та оцінювання ефективності управління змінами. Розглянуто інструменти управління, які інформаційно забезпечують управлінський облік, а саме збалансовану систему показників, бюджетування, виокремлення центрів відповідальності. Запропоновано ключові індикатори досягнення цілей управлінського обліку в казначействі банку. Сформульовано пропозиції щодо оптимізації структури балансу універсальних банків. Охарактеризовано вимоги до бюджетування з акцентом на консолідації ризиків банку на рівні казначейства та важливості імплементації трансфертного ціноутворення.

Ключові слова: управлінський облік, збалансована система показників, бюджетування, казначейство банку, інформаційне забезпечення, ліквідність, результуючі та випереджаючі індикатори.

В статье рассмотрена роль управленческого учета в системе управления казначейством банка в условиях изменений во внутренней и внешней среде. Выделены организационные основы внедрения управленческого учета в казначействе банка и его функции. Определены основные цели учета по объектам управления и количественные показатели, которые используются для анализа и оценивания эффективности управления изменениями. Рассмотрены инструменты управления, которые информационно обеспечивают управленческий учет, а именно сбалансированная система показателей, бюджетирование, выделение центров ответственности. Предложены ключевые индикаторы достижения целей управленческого учета в казначействе банка. Сформулированы предложения по оптимизации структуры баланса универсальных банков. Охарактеризованы требования к бюджетированию с акцентом на консолидации рисков банка на уровне казначейства и важности имплементации трансфертного ценообразования.

Ключевые слова: управленческий учет, сбалансированная система показателей, бюджетирование, казначейство банка, информационное обеспечение, ликвидность, результирующие и опережающие индикаторы.

УДК 657

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-40>

Фоміна О.В.

д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку та оподаткування
Київський національний торговельно-економічний університет

Fomina Olena

Kyiv National Trade and Economics University

In today's economic environment banks need new management methods. There have been significant changes in the mechanisms of bank management recently, while the methodology for assessing their performance remains unchanged. The practice of accounting in Ukrainian banks indicates a lack of information for management and owners. Severe competition accelerated technological development and new banking products lead to the fact that existing management accounting systems become uninformative and become the cause of possible risks, losses and degradation of the bank as a system in general. Due to the fact that the treasury is responsible for the bank's solvency, the availability of analytical support that allows managers to make timely and informed decisions is the key. The article considers the role of management accounting in the management system of the bank's treasury in the conditions of changes. The organizational foundations for the introduction of management accounting in the bank's treasury and its functions are highlighted. The main goals of accounting for management objects and quantitative indicators that are used to analyze and evaluate the effectiveness of change management have been determined. The management tools that management accounting provides information were considered: balanced scorecard, budgeting, allocation of responsibility centers. Key indicators of achievement of the goals of management accounting in the bank's treasury are proposed. Proposals for optimizing the structure of the balance sheet of universal banks are formulated. The requirements for budgeting in the bank are characterized in detail with an emphasis on the consolidation of bank risks at the treasury level and the importance of the implementation of internal transfer pricing. This study makes an up to date contribution to the feasibility of introducing analytical support to the management of the bank, emphasizes the role of accounting and analytical support of the bank treasury and offers indicators that affect its ability to respond to changes in the internal and external environment.

Key words: management accounting, balanced scorecard, budgeting, bank treasury, information support, liquidity, resulting and leading indicators.

Постановка проблеми. Посилення конкуренції між банками, представленими на ринку України, що розпочалось у період очищення банківської системи протягом 2014–2017 рр., акселерувало під час пандемії та невпинно веде до того, що банки змушені здійснювати постійний пошук шляхів вдосконалення бізнес-процесів та управління діяльністю загалом. Нині перед банківською системою світу стоїть єдине завдання, яке має два напрями вирішення, такі як підтримання достатнього рівня ліквідності для сталого розвитку та забезпечення обслуговування кредитного портфеля юридичними та фізичними особами. Оскільки за ліквідність та коректну побудову грошового потоку відповідає саме казначейство, вирішення цього завдання є його безпосередньою

задачею. Вітчизняні банки за сучасних умов постійних змін мають аналогічний виклик.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження змін в організаціях, зокрема в банках та фінансових організаціях, проблеми адаптації та моделі управління змінами висвітлюються у роботах багатьох науковців (І. Адізес, 1992 р.; І. Ансофф, 2007 р.; Дж. Коттер, 2012 р.; Д. Бріджес, 2017 р.; М. Гаят, 2006 р.). Вчені наголошують на тому, що для ефективного управління змінами менеджмент організації повинен мати доступ до релевантної та всебічної інформації. Шляхи надання менеджерам та акціонерам такої інформації досліджували українські вчені (Ф. Голов, 2018 р.; О. Лень, 2015 р.; В. Чепелюк, М. Пантеєєва, 2016 р.; Б. Тарасюк, 2010 р.). Вони здійснили вагомий внесок у вивчення

проблем та напрямів розвитку облікового та аналітичного забезпечення управління суб'єктами господарювання.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та обґрунтоване визначення основних завдань, мети та принципів управлінського обліку в інформаційному забезпеченні управління казначейством банку в умовах змін з урахуванням актуальних можливостей та потреб акціонерів і менеджменту банку.

Виклад основного матеріалу дослідження. За умов постійних змін, які генерують зовнішні та внутрішні фактори впливу, своєчасне отримання повної та достовірної інформації для прийняття відповідних рішень набуває визначального впливу. Фінансовим ринкам в епоху глобальної діджиталізації притаманні висока волатильність та високий ступінь невизначеності. Саме через це акціонери банків спрямовують значні ресурси на побудову такої системи управління, яка орієнтована на швидке виявлення причин змін фінансових та нефінансових показників банку та його окремих підрозділів.

Під час визначення елементів системи управлінського обліку менеджмент банку має дотримуватись наукових та практичних підходів, принципів, завдань та засобів (табл. 1).

Управлінський облік покликаний надати інформацію про банк у розрізі окремих його структурних підрозділів задля визначення впливу їх діяльності. Для цього потрібно побачити, як працює не просто банк загалом, а його окремі елементи; яким є вклад кожного з цих елементів у загальний результат, за рахунок чого. Тільки така інформація дасть змогу приймати дійсно ефективні, виражені управлінські рішення [4, с. 84].

У рамках управлінського обліку у казначействі такими елементами є об'єкти управління, котрі банк виділяє, якщо:

- можна визначити кількісні показники (фінансові та нефінансові), що дають змогу здійснювати оцінювання ефективності фінансових операцій за кожним об'єктом;
- зміна фінансових і нефінансових показників за об'єктом суттєво впливає на фінансовий результат банку загалом;

Таблиця 1

Організаційні основи побудови управлінського обліку в казначействі банку

Основи обліку	Зміст
Мета	Надання менеджменту банку та керівникові казначейства повного комплексу планових, прогнозних і фактичних даних про діяльність банку загалом, а також у розрізі структурних підрозділів, центрів фінансової відповідальності задля забезпечення можливості приймати економічно зважені управлінські рішення.
Засади	<ul style="list-style-type: none"> – Безперервність обліку; – періодичність та повнота аналітичної інформації; застосування бюджетного методу управління; – оперативність даних для прийняття рішень; – оцінювання результатів та відповідальність за наслідки управлінського рішення; – гнучкість; – захищеність від несанкціонованого доступу; – конфіденційність.
Завдання	<ul style="list-style-type: none"> – Інформаційна підтримка розроблення стратегії розвитку банку та ролі казначейства; – інформаційне забезпечення процесу бюджетування; – забезпечення зворотного зв'язку для моніторингу досягнутих результатів за видами діяльності, підрозділами, клієнтами, продуктами; – контроль використаних ресурсів, ризиків та достатності капіталу.
Предмет та об'єкти	Предметом обліку є інформаційне забезпечення ефективного управління діяльністю казначейства банку. Об'єктами обліку є: <ul style="list-style-type: none"> – витрати; – доходи; – фінансовий результат; – трансфертне ціноутворення; – ризики.
Методи досягнення мети	Сукупність прийомів і способів, за допомогою яких відображаються в інформаційній системі об'єкти управлінського обліку, має такий вигляд: <ul style="list-style-type: none"> – аналіз наявних позицій та нових даних, оцінювання ризику; – методи фінансового обліку (документація, оцінка, звітність); – статистичні методи; – методи контролю та економічного аналізу; – коригування прийнятих рішень.
Інструменти реалізації поставленої мети	<ul style="list-style-type: none"> – Система оцінки ефективності реалізації бізнес-стратегії; – технічні засоби оброблення інформації.

Джерело: розроблено автором на основі джерела [1]

– для кожного об'єкта можна визначити центри відповідальності (підрозділи банку, бізнес-лінії, відповідальні члени правління), діяльність яких впливає на фінансові та нефінансові показники.

Тоді як банки США та Європи вже протягом 30 років в тому чи іншому вигляді використовують у своїй діяльності збалансовану систему показників (ЗСП) як інструмент управління, який забезпечує інформацією управлінський облік, вітчизняні банки поступово підходять до її провадження.

Акціонери встановлюють перед менеджментом єдину мету, що полягає в отриманні прибутку, а вже завданням менеджменту є формування конкретних і послідовних коротко-, середньо- та довгострокових цілей. Для досягнення таких цілей, а також виявлення причин можливого відхилення від них слугує система ключових індикаторів. Така система дає змогу виявити основні тригери, які впливають на показники результативності банку.

Банк має постійно змінюватись, щоби бути конкурентоспроможним. Зміни стосуються як операційної діяльності, так і фінансової та кадрової політики, відносин з клієнтами, контрагентами, регулятором тощо. Для кожної з таких цілей розробляється сукупність показників, які вносяться до ЗСП, зокрема зростання прибутковості, розширення клієнтської бази, зниження операційних витрат, зниження втрат та відрахувань в резерви, розширення продуктового ряду.

Варто згадати про індикатори, які сигналізують про досягнення цілей. Вони можуть бути результативними, тобто змінюватись за основними показниками життєдіяльності організації (дохід, прибутковість, рентабельність тощо), та випереджаючими, тобто змінюватись до того, як зміняться основні показники (коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт кредитної активності, коефіцієнт залучення строкових депозитів та коштів на поточних рахунках) [5, с. 168–171].

За умов постійних змін питання ліквідності набуває вирішального значення, адже

платоспроможність є ключовим фактором виживання банку. Казначейство відповідає за платоспроможність банку перед вкладниками та контрагентами, а також забезпечує ціноутворення, проводить інвестиційну діяльність тощо. Важливо виокремити такі індикатори залежно від цілей (табл. 2).

Варто звернути увагу на кількісні індикатори, які допоможуть відстежити виконання цілей казначейства банку. У табл. 3 наведено основні цілі управлінського обліку за видами об'єктів управління та їх кількісні показники для аналізу та оцінювання результатів.

Під час установлення цілей для менеджменту банку та відслідковування їх виконання критично важливим є забезпечення інформацією, яка формується в системі управлінського обліку, іншого інструмента управління, а саме бюджетування. У контексті дослідження бюджетування розглядається як технологія планування, обліку, контролю й аналізу фінансових та інформаційних потоків, а також отриманих результатів.

Сьогодні у багатьох універсальних банках спостерігаються зміни у структурі балансів, мають місце незбалансовані вкладення або в цінні папери, або у споживче кредитування, або робиться акцент на операціях з корпоративними клієнтами. Для того щоби контролювати розвиток кожного виду операцій, їх співвідношення, доцільно формувати бюджет за трьома такими головними напрямками:

- корпоративний бізнес, що здійснює класичні банківські операції на вимогу клієнтів, тобто юридичних осіб (кредитування, операції з обміну валют, хеджування тощо);
- інвестиційний бізнес, що здійснює операції з цінними паперами (інвестиційні операції банку та за дорученням клієнтів, брокерське обслуговування, андеррайтингові послуги, вексельні операції тощо);
- роздрібний бізнес, що здійснює роздрібні операції (депозитні послуги населенню, споживче

Таблиця 2

Визначення ЗСП для казначейства банку

Мета банку	Результуючі індикатори	Випереджаючі індикатори
Підвищення фінансової стійкості	Коефіцієнт фінансового левериджу	Коефіцієнт активності залучення/ розміщення ресурсів на міжбанківському та міжнародному ринках
Активізація інвестиційної діяльності	Коефіцієнт загальної інвестиційної активності	Коефіцієнт захищеності власного капіталу
Підтримання ліквідності	Коефіцієнт ліквідності за строковими зобов'язаннями	Коефіцієнт миттєвої та поточної ліквідності
Підвищення ефективності використання капіталу банку	Рентабельність капіталу	Коефіцієнт мультиплікатора капіталу
Зростання прибутковості банку	Чистий відсотковий дохід	Коефіцієнт активності залучення строкових депозитів та коефіцієнт кредитної активності

Джерело: розроблено автором на основі джерел [2, с. 46–50; 3]

Основні цілі управлінського обліку за об'єктами управління у казначействі банку

Об'єкти управління	Цілі управлінського обліку	Кількісні індикатори
Види діяльності	– Підтримка ліквідності; – хеджування валютних та відсоткових ризиків; – визначення фінансового результату; – управління структурою балансу за валютами, строковістю, продуктами.	– Чисті операційні доходи та витрати; – показники обсягів операцій за видами діяльності.
Центри відповідальності	– Управління бюджетуванням банку; – управління ризиками, що впливають на капітал.	– Чисті операційні доходи та витрати з урахуванням трансферного ціноутворення; – показники рентабельності.
Продукти	– Управління тарифами та ставками; – ефективне використання ресурсів; – впровадження нових продуктів.	Динаміка активів та пасивів банку, купівлі та продажу іноземної валюти, комісійні доходи.
Клієнти	– Розширення клієнтської бази; – оцінювання ефективності та прибутковості в розрізі окремих клієнтів, груп, сегментів.	Доходи за окремими клієнтами, групами, сегментами.
Інвестиційна активність	– Управління інвестиційною діяльністю банку; – управління джерелами фінансування.	Співвідношення власного та залученого капіталу.

Джерело: розроблено автором на основі джерел [1; 6, с. 40]

кредитування, емісія платіжних карток, автокредитування, іпотечне кредитування, готівкові та безготівкові перекази тощо).

Ключову роль у цьому процесі відіграє казначейство банку, що проводить трансфертний перерозподіл ресурсів між цими напрямками бізнесу. На нашу думку, обґрунтованість бюджетів може бути досягнута за дотримання встановлених вимог. Такими вимогами мають бути:

- визначення переліку цільових показників під час розроблення бюджету (визначення відносних показників прибутковості активів, впливу на капітал, стабільності бази пасивів, рівня трансфертних цін, пріоритетності впровадження окремих продуктів);
- дотримання принципів об'єктивності та реальності під час установа планових показників;
- уніфікація та стандартизація форм бізнес-планів у рамках розроблення та виконання консолідованого бюджету;
- використання системи лімітів за окремими позиціями для різних напрямів бізнесу;
- централізація ризиків бізнес-ліній у казначействі.

Бюджетування є одним із найбільш ефективних інструментів пошуку внутрішніх резервів у діяльності банку та їх раціонального використання казначейством, що дає змогу насамперед спланувати доходи та витрати банку загалом.

Висновки з проведеного дослідження. Впровадження управлінського обліку в банку, а саме у казначействі, дає змогу оперативно реагувати на зміни в економічному та соціальному середовищі, планувати ліквідність, відповідати вимогам регулятора та запитам акціонерів. Інформаційне забезпечення щодо ліквідності,

ризиків та бюджетів банку має бути релевантним, надійним та зрозумілим. Зокрема, воно має містити достатню інформацію про оцінювання та прогноз потреб банку в ліквідності, грошовий потік, вплив на капітал та рентабельність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бартош О. Управлінський облік як основа ефективної системи управління банком. *Фінансовий простір*. 2014. № 1. С. 36–42.
2. Бурденко І., Дмитрієв Є. *Фінансовий механізм управління ліквідністю банку*: монографія. Суми: Університетська книга, 2011. 136 с.
3. Міщенко В., Стельмах В. Ліквідність банку: окремі аспекти управління та світовий досвід регулювання і нагляду: науково-аналітичні матеріали. Вип. 11. Київ: Національний банк України; Центр наукових досліджень, 2008. 220 с.
4. Слав'юк Р. Система управлінської інформації в банку: монографія. Київ: УБС НБУ, 2011. 459 с.
5. Уэйн Э. Панели индикаторов как инструмент управления: ключевые показатели эффективности, мониторинг деятельности, оценка результатов / пер. с англ. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2007. 396 с.
6. Чмутова І. Лагові та випереджальні показники у ЗСП банку. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Фінансові ресурси: Проблеми формування та використання*. 2013. № 1. С. 260–264.

REFERENCES:

1. Bartosh O. (2014) Bartosh O.M. Upravlinskyi oblik yak osnova efektyvnoi systemy upravlinnia bankom [Management accounting as the basis of an effective bank management system]. *Finansovyi prostir*, no. 1, pp. 36–42 (in Ukrainian).
2. Burdenko I., Dmytriiev Ye. (2011) Finansovyi mekhanizm upravlinnia likvidnistiu banku: monohrafiia

[Financial mechanism of bank liquidity management: monograph]. Sumy: Universytetska knyha (in Ukrainian).

3. Mishchenko V., Stelmakh V. (2008) Likvidnist banku: okremi aspekty upravlinnia ta svitovi dosvid rehuliuвання i nahliadu [Bank liquidity: some aspects of management and global experience of regulation and supervision]. Kyiv: *Natsionalnyi bank Ukrainy. Tsentri naukovykh doslidzhen*. 220 p. (in Ukrainian).

4. Slaviuk R. (2011) Systema upravlinskoi informatsii v banku: monohrafiia [Management information system in the bank]. Kyiv: UBS NBU. 459 p. (in Ukrainian).

5. Ueyn E. (2007) Paneli indikatorov kak instrument upravleniya: klyuchevye pokazateli effektivnosti, monitoring deyatel'nosti, otsenka rezul'tatov [Dashboards as a management tool: key performance indicators, performance monitoring, performance evaluation]. Moscow: Al'pina Biznes Buks. 396 p. (in Russian).

6. Chmutova I. (2013) Lahovi ta vyperedzhalni pokaznyky u ZSP banku. [Lag and advanced indicators in the bank's BSC]. *Visnyk Chernihivskoho Derzhavnoho Tekhnolohichnoho Universytetu. Finansovi resursy: Problemy formuvannia ta vykorystannia*, no. 1, pp. 260–264 (in Ukrainian).

РОЗДІЛ 8. СТАТИСТИКА

STATISTICAL ANALYSIS OF THE FACTORS OF SUPPLY FORMATION ON THE UKRAINIAN MONEY MARKET

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ПРОПОЗИЦІЇ НА ГРОШОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

The article contains the results of statistical research of the factors which create supply on the Ukrainian money market. At the stage of a priori analysis the essence of money market from the point of view of supply and demand balance is summarized. Such factors as money basis, money-credit multiplication, inflation level and speed of money circulation, which influence money supply have been found and economically generalized. With the help of correlation-regression analysis, the power of impact of each factor on supply formation on the Ukrainian money market for the period of 2010-2019 has been assessed. The most impact is done by money basis, speed of money circulation and money multiplication. At the same time, multicollinearity has been found between these factors that helped to exclude some of them from the future analysis. On the basis of statistical data for the period of 2010-2019 the regression model of supply on the money market has been created and analyzed. It helped to focus attention on the fact that supply on the Ukrainian money market mostly depends on money basis. The results of the research can be used in the development and implementation of monetary policy of the state.

Key words: money market, supply factors, correlation and regression analysis, money supply, money basis, speed of money turnover, correlation factors, regression model.

Стаття содержит результаты статистического исследования факторов, которые формируют предложение на денежном

рынке Украины. На стадии априорного анализа обобщена сущность денежного рынка с позиции уравнивания спроса и предложения. Выявлены и экономически обоснованы факторы, влияющие на предложение денег: денежная база, денежно-кредитный мультипликатор, уровень инфляции и скорость обращения массы. С помощью корреляционно-регрессионного анализа оценена сила влияния каждого из факторов на формирование предложения на денежном рынке Украины за период 2010-2019 гг. Наиболее существенно влияют денежная база, скорость обращения денег и денежный мультипликатор. В то же время между факторами выявлена мультиколлинеарность, что позволило исключить некоторые из них из дальнейшего анализа. На основе статистических данных за период 2010-2019 гг. построена и проанализирована регрессионная модель предложения на денежном рынке. Это позволило акцентировать внимание на том, что предложение на денежном рынке Украины зависит прежде всего от денежной базы. Полученные результаты исследования могут быть использованы при разработке и проведении монетарной политики государства.

Ключевые слова: денежный рынок, факторы предложения, корреляционно-регрессионный анализ, денежная масса, денежная база, скорость обращения денег, коэффициенты корреляции, регрессионная модель.

UDC 311.2:330.1

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-41>**Pohorielova Tetiana**

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
Senior Lecturer at the Department
of Statistics
Odessa National Economic University

Boublik Violeta

Senior Lecturer at the Department of
Germanic Languages and Translation
Odessa National Polytechnical University

Сучасний розвиток України орієнтований на впровадження ринкових механізмів в національну економіку. Провідна роль у цьому процесі відводиться організації та адаптації грошового ринку до світових стандартів, визначенню факторів, які формують попит та пропозицію, що неможливо без надійної та своєчасної статистичної оцінки. У статті представлені результати статистичного дослідження факторів, які формують пропозицію на грошовому ринку України. Узагальнено теоретичні підходи до визначення грошового ринку з позиції урівноваження попиту та пропозиції. Виявлено та економічно обґрунтовано фактори, які формують грошовий попит: грошова база, грошово-кредитний мультипликатор, рівень інфляції та швидкість обертання грошової маси. Проаналізовано інтенсивність їхнього розвитку за період 2011-2019 роки. Кількісним виразом грошової пропозиції пропонується вважати обсяг національної грошової маси. За допомогою кореляційного аналізу оцінено силу впливу кожного запропонованого фактору на пропозицію, що склалася на грошовому ринку України за період 2010-2019 рр. Найбільш вагомо впливають три фактори: грошова база, швидкість обертання грошей та грошово-кредитний мультипликатор. Одночасно між грошовою базою та швидкістю обертання грошової маси виявлено мультиколінеарність. Відповідно статистичним критеріям та постулатам економічної теорії у подальшому дослідженні перевагу надано грошовій базі як фактору, який більш тісно пов'язано з пропозицією грошей. За статистичними даними 2010-2019 рр. побудовано та проаналізовано регресійну модель пропозиції на грошовому ринку. Це дозволило акцентувати увагу на те, що пропозиція на грошовому ринку України залежить насамперед від грошової бази. За допомогою розрахунку коефіцієнта еластичності оцінено відносний вплив грошової бази на пропозицію на грошовому ринку України. Отримані результати не суперечать висновкам класичної теорії грошового ринку, що зростання грошової пропозиції неможливе без адекватного емісійного потенціалу. Результати дослідження можуть бути використанні під час розробки та проведення монетарної політики держави.

Ключові слова: грошовий ринок, фактори пропозиції, кореляційно-регресійний аналіз, грошова маса, грошова база, швидкість обігу грошей, коефіцієнти кореляції, регресійна модель.

Problem formulation. The basis of economic growth is the transformation of monetary relations in accordance with international standards, which is based on a sound reform of the monetary system and monetary policy of the state. An important role in this process is played by the statistical analysis of

the money market, in order to identify the factors that balance money supply and demand.

Analysis of recent studies and publications. The analysis of the money market was done in the works of many international and home scientists, particularly John. M. Keynes, John. Hicks, N. Friedman, I. Fischer,

V. Mishchenko, V. Stelmakh, V. Salina, N. Davidenko, N. Saluka and others. Without diminishing the scientific importance of leading experts, it is worth saying that the statistical study of the relationship between supply factors on the money market of Ukraine, first of all, the use of multifactor correlation and regression analysis has not been fully disclosed yet.

Task formulation. The aim of the study is to identify the factors that create supply on the monetary market of Ukraine, statistical estimation of their impact with the help of correlation and regression analysis.

Presentation of the research. Modern economic concept is not quite certain about the interpretation of the monetary market. There are two aspects of this problem. Mostly the money market is identified with the financial market or is considered to be an integral segment. This opinion is shared by a number of economists, for example, V. Vartsaba., V. Ohorodnyk [1], D. Dema [2, pp. 111-126], N. Davydenko [3], Y. Litvinenko [4]. According to their studies, not only money but also short-term securities are circulated on the money market, that is what creates supply and demand.

Representatives of different scientific trends, for example A. Halchinskiy [5], N. Savluk [6, pp. 72-91], consider money market as an independent mechanism for regulation of money supply and demand.

In the framework of statistical monitoring of the factors that determine the supply on the money market, the latter should be viewed as a component of the financial market, where supply and demand are formed, but not only where money is sold and bought.

The economic reality of Ukraine must pay attention to peculiarities of formation and interaction of factors influencing the money market, as the classical display of money supply in a transition economy can be deformed and objectives of the statistics are to research them in time.

The main component of the market mechanism is money supply that is the aggregate of purchasing, payment and accumulation funds, which service the economic relations and belong to individuals and legal entities and the state. It is the amount of money overall, that can be regarded as cash supply or demand, which is formed on the monetary market of Ukraine. The estimation of money supply is presented in the static survey of the NBU in the form of monetary aggregates. The analytical value of research, in our opinion, is presented by the M0 (cash) and M3 (money supply). For the period of 2011-2019, cash in Ukraine has been increasing by 8.6 % on average annually while the total money supply has been increasing by 10.2 % (calculated according to [7]). Since the calculation of M3 is based on volumes of cash (M0), the attention in our further research will be paid to M3.

Key indicators of the supply on the monetary market are generally considered the monetary basis and

the monetary multiplier [8; 9]. This dependence can be expressed statistically as follows:

$$MS = f(m, MB) \quad (1)$$

where M_S – the money supply; m – the money multiplier, M_B – the monetary basis.

Thus, the change in the money supply on the market is caused by the dynamics of factors affecting the monetary basis and the money multiplier.

Usually, the monetary basis is regarded as an independent component of the money supply, which characterizes the amount of funds received by commercial banks of the country and controlled by the NBU. Therefore, the amount of the monetary basis depends on banking operations (credit, currency, etc.). In its turn, the money multiplier measures the increase in the money supply as a result of non-cash issue and depends on the banking sector and economic factors that impact this sector (national wellbeing, the shadow economy, the level of trust in the banking system, etc.). So, for the period of 2011-2019 in Ukraine, the monetary basis has increased annually by 8.7 % and cash multiplier by 1.6 %. That is, the average relative growth rate of the monetary basis exceeded the average relative growth rate of the money multiplier 5.4 times (calculated according to [7]). As you can see, the impact of these banking indicators has been controversial: the supply on the monetary market of Ukraine has been formed primarily as a result of changes of the monetary basis and issuing potential but economic factors (the market conditions of commercial banks, their ability to create reserves) had almost no influence on it.

Based on modern theory of money, in addition to two factors – the volume of monetary basis and the money multiplier, which became traditional, it is possible to extend the list of factors that determine the supply on the money market. They include, in particular, the velocity of money, the inflation rate of the economy. Thus we will consider their economic essence and the degree of influence on the money supply.

Classical monetary approach assumes that money circulation depends on the velocity of money circulation. The higher it is, the smaller amount of money is required on the market, the lower is the demand and vice versa. The velocity of money depends on many economic and even political factors, therefore, anyway they affect the money supply. In 2011-2019 the velocity of circulation of money supply on average annually increased by 4.8 %. The average annual growth rate of the money supply outpaced the growth rate of money almost 2 times (calculated according to [7]). Therefore, there was some disparity between supply and demand.

Such factor as inflation influences money supply in several ways. In terms of inflationary rise in prices, money supply that subjects of the economy have inevitably depreciates and they will suffer losses,

and it results in the decrease of money demand and growth of its supply. In addition, inflationary rise in prices is pushing up the interest rate and all other anticipated income from assets which are alternatives to money. As a result of this process, there is a rise in the value of cash reserves and money supply increases. However, you need to take into consideration the fact that the price increase has a positive impact on the supply if it is not significant and does not provoke inflationary expectations.

Expectations of a downturn on the markets are closely connected with the inflation in particular the reduction of goods, trade deficit increase, rise in unemployment, and decline in product quality. In such conditions, economic entities strive to accumulate commodity wealth, but not cash, and the demand for money is reduced.

Theoretical a priori analysis and availability of statistical data proved that the main factors that influence the formation of supply on today's monetary market are velocity of money circulation and inflation.

Based on the above mentioned facts, the model of supply on the money market (1) can be transformed as follows:

$$MS = f(m, M_B, I, V), \quad (2)$$

where m – the money multiplier, M_B – the monetary basis; I – the rate of inflation; V – velocity of money circulation.

According to its economic nature, the model of money supply (2) is stochastic, as in reality supply on modern money market is influenced by a whole range of factors considered, which are closely intertwined and interact. Thus, we will combine the qualitative analysis and the analysis of pair coefficients and indices of correlation and their significance. To solve this problem we compose a matrix of pair correlations, which measure the density of the linear relationship of each factor and the effective index (supply) and all other factors (Table 1). All the necessary calculations of correlation and regression were done with the help of Microsoft Excel program.

The relationship between money supply and the factors affecting it is considered to be close under the conditions $0.7 < |r_{yx}| < 1.0$ [12]. A close direct relationship was observed between the volume of money

supply and monetary basis ($r_{yx1}=0.995$), money supply and the speed of its circulation ($r_{yx4}=0.825$). The average level of connection is observed between the volume of money supply and the money multiplier ($r_{yx2}=0.552$). The connection between the volume of money supply and inflation rate is weak ($r_{yx3}=0.091$), so inflation does not significantly affect the formation of supply on the monetary market of Ukraine.

At the same time, this correlation matrix allows to identify the factors that are all together in close correlating linear relationship very close to functional. As you can see from Table 1, there is multicollinearity between the factors that influence demand on the money market, the monetary basis and the rate of turnover of the money supply ($r_{14}=0.827$). One of them should be excluded from further analysis. Preference is given to the monetary basis, which is more closely associated with the money supply, and the trend of its dependence fully corresponds to the economic views.

So, the correlation analysis proved that during 2010-2019, the supply on the monetary market of Ukraine was formed primarily under the influence of the monetary basis and coincided with the calculations of the coefficients which had been done before.

The purpose of the final choice of factors that form supply on modern money market is done to estimate a multiple regression equation. Implementation of the statistical machine KRA allowed us to obtain the following regression model:

$$\hat{Y} = -71,7 + 3,1X_1 \quad (3)$$

The index of the regression coefficient a_1 corresponds the economic ideas of the influence of monetary basis on supply, which prevails on the monetary market of Ukraine. For the period of 2010-2019 with the growth of the monetary basis by 1 bln. money supply increased on average by 3.1 billion UAH.

According to all statistical parameters (Table 2), the obtained regression model of the money supply (3) is statistically significant, reliable and adequate.

Data analysis in Table 2 shows a close correlation between supply on the monetary market of Ukraine and the monetary basis in 2010-2019 that characterizes the dependence of the variables in the regression model (3). As we have analyzed a few samples ($N < 20$), it is advisable to take into account the normalized

Table 1

Matrix of paired linear coefficients of correlation between the factors of supply formation on the monetary market of Ukraine for the period of 2010-2019

Index	Y	X1	X2	X3	X4
Money supply – Y	1.000				
Monetary basis – X1	0.995	1.000			
Money multiplier – X2	0.552	0.480	1.000		
Inflation rate – X3	0.091	0.109	-0.173	1.000	
The velocity rate of money supply circulation – X4	0.825	0.827	0.462	-0.072	1.000

Source: developed by authors according to [7; 10; 11]

Table 2

**Results of building and analyzing the regression supply model
on the monetary market of Ukraine for the period of 2010-2019**

Index	The value of the index
1. The accuracy of correlation	
1.1. The coefficient of multiple correlation is R	0.995
1.2. The coefficient of determination R-squared	0.991
1.3. The normalized R – square	0.989
2. Reliability	
2.1 F – criterion	867.053
2.2. p – significance	1.917·E-9
3. The adequacy	
3.1. The coefficient of autocorrelation of leftovers	0.285
3.2. R – significance	0.,457

Source: developed by authors according to [7; 10; 11]

coefficient of determination (R – square). So, despite few samples of the original data, the regression model of demand (3) is very accurate, that is, 98.9% of the supply variations (the volume of money supply) take place due to changes in the monetary basis.

To analyze the reliability and adequacy of the regression model, it is advisable to use modern approach. Taking into account the fact that the level of calculated significance of F-test lower than accepted ($1.917E-9 < 0.05$), it can be proved that the supply model (3) as a whole is statistically significant and reliable [12]. This conclusion is confirmed by the autocorrelation coefficient of the first order, the value of which is positive and small. So, we come to the conclusion that the regression model of supply on modern money market adequately describes the dependence of the proposed money supply on the monetary basis of the country in the period of 2010-2019.

The coefficient of elasticity analyzes the relative impact of monetary basis on money supply on the market of Ukraine:

$$E = a_1 \frac{\bar{X}}{\bar{Y}} = 3,1 \frac{339,1}{987,6} = 1,1(\%), \quad (4)$$

where a_1 – is the regression coefficient; \bar{X} – the average factor (the monetary basis); \bar{Y} – average effective attribute (the money supply).

The received coefficient of elasticity shows that for the period of 2010-2019 together with the growth of the monetary basis by 1 %, money supply increased by 1,1 % on average.

Conclusions of the research. Thus, with the help of correlation and regression analysis, we have revealed the factors affecting supply on the money market of Ukraine: monetary basis, money multiplier, inflation and velocity of money circulation, and estimated their impact. The creation and analysis of regression model of money supply for the period of 2010-2019 helped us to come to conclusion that the main factor of supply formation on

the monetary market of Ukraine is the monetary basis above all. However, the growth of the monetary basis must be supported by the growth in the real sector of the national economy. Therefore, among other factors that influence supply, it is advisable to pay special attention to the index – the GDP deflator, exchange rates, monetization of GDP and their dynamics.

Applied statistical approach can be used to identify factors that impact conditions and development of the money market, to confirm the main postulates of economic development and monetary policy, which should be directed to ensure stability and sustainability of the national economy.

REFERENCES:

1. Vartsaba V. I., Ohorodnyk V. O. (2017) Hroshovyi rynek Ukrainy v konteksti transformatsiynykh protsesiv [The money market of Ukraine in the context of transformation processes]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 10, pp. 9–12. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/10_2017/4.pdf (accessed 4 June 2020).
2. Dema D. I., Abramova I. V., Nedilska L. V. (2017) Finansovyi rynek : navch. posib. [Financial market : textbook]. Zhytomyr : DNAEU(in Ukrainian).
3. Davydenko N. M. (2017) Suchasnyi stan hroshovoho rynku ta osoblyvosti emisii hroshei v Ukraini [The current state of the money market and features of money issuance in Ukraine]. *Scientific Bulletin of Kherson State University*, no 27 (part 3), pp. 20–24. Available at: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_27/3/6.pdf (accessed 4 June 2020).
4. Lytvynenko Ya. V. (2009) Hroshovyi rynek: yoho sutnist ta osoblyvosti rozvytku v Ukraini [Money market: its essence and features of development in Ukraine]. *Collection of scientific works "Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property"*. Available at: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/17272/62.pdf?sequence=1> (accessed 25 May 2020).
5. Halchynskyi A. S. (2001) Teoriia hroshei : navch. Posib. [Theory of money: a textbook]. Kyiv: Osnovy. (in Ukrainian).

6. Savluk M. I., Moroz A. M., Lazepko I. M. (2011) *Hroshi ta kredyt : pidruchnyk* [Money and credit: a textbook]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian).

7. Website of the National Bank of Ukraine. Sait Natsionalnoho Banku Ukrainy. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/statistic> (accessed 5 June 2020).

8. Barida N. P. (2013) Groshova propoziciya ta її vpliv na social'no-ekonomichnij rozvitok [Money suggestion and his influence are on socio-economic development.]. *Efektivna ekonomika*, no 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2062> (accessed 27 June 2020).

9. Poplyujko Ya. V. (2015) Kompleksnij ekonomiko-statistichnij analiz propozicii groshej v Ukraini [Comprehensive economic and statistical analysis of the money supply in Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, no. 10. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2015/42.pdf (accessed 25 June 2020).

10. Website of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 5 June 2020).

11. Website of the Ministry of Finance of Ukraine. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/2019/> (accessed 5 June 2020).

12. Yankovoj O.G. (2001) *Modelyuvannya parnix zvyazkiv v ekonomici : navch. posibnik* [Modeling of paired relationships in economics: a textbook]. Odesa Odesa: Optimum (in Ukrainian).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Варцаба В. І., Огородник В. О. Грошовий ринок України в контексті трансформаційних процесів. *Економіка та держава*. 2017. № 10. С. 9–12. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/10_2017/4.pdf (дата звернення: 4.06.2020).

2. Дема Д. І., Абрамова І. В., Недільська Л. В. *Фінансовий ринок : навч. посіб. / за заг. ред. Д. І. Деми*. Житомир : ДНАЕУ, 2017. 448 с.

3. Давиденко Н. М. Сучасний стан грошового ринку та особливості емісії грошей в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. № 27 (Ч.3). С. 20–24. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_27/3/6.pdf (дата звернення: 4.06.2020).

4. Литвиненко Я. В. Грошовий ринок: його сутність та особливості розвитку в Україні. *Збірник наукових праць «Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності»*. Маріуполь: ПДТУ, 2009. URL: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/17272/62.pdf?sequence=1> (дата звернення: 25.05.2020).

5. Гальчинський А. С. *Теорія грошей : навч. посіб.* Київ : Основи, 2001. 413 с.

6. Савлук М. І., Мороз А. М., Лазепко І. М. *Гроші та кредит : підручник / за заг. ред. М. І. Савлука*. Київ : КНЕУ, 2011. 589 с.

7. Сайт Національного Банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic> (дата звернення: 5.06.2020).

8. Баріда Н. П. Грошова пропозиція та її вплив на соціально-економічний розвиток. *Ефективна економіка*. 2013. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2062> (дата звернення 27.06.2020).

9. Поплюйко Я. В. Комплексний економіко-статистичний аналіз пропозиції грошей в Україні. *Ефективна економіка*. 2015. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2015/42.pdf (дата звернення 25.06.2020).

10. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 5.06.2020).

11. Сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/2019/> (дата звернення: 5.06.2020).

12. Янковой О. Г. *Модельювання парних зв'язків в економіці : навч. посібник*. Одеса: Оптимум, 2001. 198 с.

РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

МОДЕЛЮВАННЯ РИЗИКУ БРАКУ ПІД ЧАС ВИРОБНИЦТВА ЕЛЕКТРИЧНОГО УСТАТКУВАННЯ MODELLING RISK OF DEFECTS IN THE ELECTRICAL EQUIPMENT PRODUCTION

УДК 330.46:519.21

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-42>

Жерлицин Д.М.

д.е.н., професор кафедри економічної
кібернетики

Національний університет біоресурсів
і природокористування України

Іванькова А.А.

студентка

Національний університет біоресурсів
і природокористування України

Zherlitsyn Dmytro

National University of Life
and Environmental Sciences of Ukraine

Ivankova Anastasiia

National University of Life
and Environmental Sciences of Ukraine

У статті розглянуто особливості ризику виявлення браку підприємств з виробництва штучних продуктів електричного устаткування. Авторами здійснено постановка задачі мінімізації витрат внаслідок виявленого браку. Сформульовано модель оцінки додаткових абсолютних та відносних витрат, що пов'язані із системою управління ризиком виявлення бракованої продукції у партії. За допомогою апарату теорії імовірності обґрунтовано метод розрахунку резервного фонду готових до випуску товарів, а також рівень додаткових затрат на кожну партію готової продукції. Цільовими критеріями моделі визначено рівень втрат від виявлення браку та додаткові витрати на покриття негативних наслідків ризику. Для підприємства з виробництва електричного устаткування здійснено апробацію практичної економічної ситуації. Отримані результати дали змогу визначити залежності величин відносного рівня ризику для кожної партії продукції. **Ключові слова:** ризик, брак, рівень ризику, відносний ризик, виробництво електричного устаткування, резервний фонд, додаткові витрати.

В статье рассмотрены особенности риска обнаружения брака предприятий по

производству электрического оборудования. Авторами осуществлена постановка задачи минимизации затрат вследствие выявленного брака. Сформулирована модель оценки дополнительных абсолютных и относительных затрат, которые связаны с системой управления риском обнаружения бракованной продукции в партии. С помощью аппарата теории вероятности обоснован метод расчета резервного фонда готовых к выпуску товаров, а также уровень дополнительных затрат на каждую партию готовой продукции. Целевыми критериями модели определены уровень потерь от обнаружения брака и дополнительные расходы на покрытие негативных последствий риска. Для предприятия по производству электрического оборудования осуществлена апробация практической экономической ситуации. Полученные результаты позволили определить зависимости величин относительного уровня риска для каждой партии продукции.

Ключевые слова: риск, брак, уровень риска, относительный риск, производство электрического оборудования, резервный фонд, дополнительные расходы.

Risk is an integral part of economic systems: production, financial, social and so on. Therefore, the risk of production defects is quite common for manufacturing enterprises. The article discusses the features of the risk of defects detecting for enterprises, which produce piece type of products, in particular, electrical equipment. The problem of identifying defective goods could be solved by creating a reserve fund for additional products, in which several similar units are added to each consignment of manufactured products for quick replacement and minimization of the negative consequences of the defect. The authors formulate the problem of minimizing costs due to the revealed defect. A model for assessing additional absolute and relative costs associated with the risk management system for detecting defective products in a consignment is formulated. The method for calculating the reserve fund of ready-to-release goods as well as the level of additional costs for each consignment of finished goods, based on the apparatus of the theory of probability, is substantiated. The target criterion of the model is determined by the level of losses from the defect detection and the additional costs to cover the negative consequences of the risk. The model for estimating the mathematical expectation of absolute and relative costs of possible defects detection in a consignment of artificial goods, which is based on the binomial distribution law, is proposed. A practical economic situation has been tested for an enterprise of electrical equipment production. An assessment of the input parameters is carried out and a mathematical model is built for assessing the costs of detecting defects of the corresponding enterprise. The obtained results made it possible to determine the dependences of the values of the relative level of risk for each consignment of products. The level of marginal costs from the implementation of measures to manage the risk of detecting defects has been determined. It is also proven that the level of relative risk of the defect detection is significantly influenced by the size of the consignment.

Key words: risk, defect, level of risk, relative risk, production of electrical equipment, reserve fund, additional costs.

Постановка проблеми. Специфічні ризики є в усіх економічних системах. Підприємства з виробництва електричного устаткування не є винятком. Проте, на відміну від систематичних ризиків, які не піддаються регулюванню на мікрорівні, несистематичні ризики можна попередити шляхом розроблення спеціального механізму їх нейтралізації та мінімізації негативних наслідків.

Будь-який брак веде до збільшення собівартості виробу, зменшення обсягу реалізованої продукції та, відповідно, зниження прибутку й

рентабельності. Основними причинами зниження якості продукції у сфері виробництва електричного устаткування є низька якість сировини, низький рівень технології, недосконала організація виробництва, недостатній рівень кваліфікації робітників, неритмічність виробництва тощо [3].

Браком прийнято називати продукцію, яка виготовлена з порушенням або відступом від стандартів, технічних умов та не може бути використана за своїм прямим призначенням або може бути використана після додаткових витрат на виправлення [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У класичних джерелах розглянуті економічні ризики, теоретичні питання та методи їх оцінювання у сучасних системах прийняття управлінських рішень [1; 4; 5; 13]. З іншого боку, ризик випуску бракованої продукції є досить поширеним для підприємств з виробництва різних видів продукції та послуг [8; 9; 10; 11; 15].

Ризик браку та проблема обґрунтування відповідних управлінських рішень, що пов'язані з мінімізацією наслідків цього ризику, є об'єктом значної кількості вітчизняних економістів та дослідників. Зокрема, можна визначити такі ключові напрями розробок.

По-перше, ризик браку розглядається як частина ризику операційної діяльності, особливо під час побудови та організації логістичних процесів [8; 12; 14]. У представлених дослідженнях визначається значення браку як чинника підвищення вартості та зростання тривалості ланцюга постачань.

По-друге, ризик як економічна категорія та відповідні фінансові втрати досліджується у роботах [6; 7; 9]. Автори цих робіт застосовують класичні методи математичної статистики для обґрунтування кількісних та якісних оцінок негативних наслідків дії економічних ризиків.

По-третє, специфічні сфери оцінки ризиків операційної діяльності та браку представлені в роботах [10; 11; 15]. Зокрема, розглянуто сфери виробництва медичної продукції, електронного устаткування та послуг пасажирського транспорту.

Незважаючи на велике поширення підходів до визначення обсягів та зниження негативних наслідків браку, необхідність відповідних розробок залишається вкрай актуальною. Постає питання створення єдиної концепції управління ризиком браку штучної продукції (послуг), що поєднує простоту реалізації з прийнятним рівнем похибки під час формалізації та моделювання.

Постановка завдання. Мета роботи полягає в обґрунтуванні концептуального підходу та побудові математичної моделі управління ризиком браку підприємства, що виробляє штучну продукцію, на прикладі компанії з виробництва електричного устаткування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблеми випуску бракованої продукції для підприємств з виробництва електричного устаткування вдається вирішити за допомогою методу створення резервного фонду обладнання, за якого до кожної партії випущеного продукту створюється кілька додаткових аналогічних деталей для швидкої заміни у разі виявлення браку. Таким чином, одним з напрямів збільшення ефективної роботи таких підприємств буде використання напрацьованої теорії і практики управління економічними ризиками [1; 4; 5; 8; 9; 10; 11; 13; 15].

Задача 1. Задача мінімізації витрат внаслідок виявленого браку.

Постановка задачі 1. Нехай компанія випускає штучний товар по n одиниць у партії. Ціна товару дорівнює c_1 грошових одиниць за одиницю. Ймовірність того, що вироблений штучний товар є бракованим, дорівнює p . Якщо споживач виявить брак товару, то компанія понесе фіксовані збитки, що у середньому можна оцінити в розмірі c_2 грошових одиниць. Такі фіксовані збитки c_2 суттєво перевищують ціну одиниці продукції c_1 , тому економічно доцільним є додавання до кожної партії у готових виробів (поза прогнозованого розміру попиту). Відповідно, за додавання у готових виробів компанія несе додаткові витрати у розмірі $C(y)$, що пов'язані з економічною оцінкою ціни додаткового товару та можливими постійними втратами внаслідок виявлення браку споживачем. Для формування оптимального плану виробництва та продажу готової продукції необхідно визначити значення y , а також оцінити розмір додаткових затрат на кожну партію товару, що мінімізує додаткові витрати та можливі втрати від виявленого браку. Величиною n у цій задачі є розмір партії (кількість одиниць продукції у партії).

Розглянемо математичну постановку задачі 1.

Для мінімізації втрат унаслідок браку витрати на кожну партію товару збільшуються на $C(y)$, що можна визначити таким чином:

$$C(y) = c_1 \cdot y + c_2 \cdot f(x - y) \quad (1)$$

$$f(x) = \begin{cases} 0, & x < y \\ 1, & x \geq y \end{cases}, \quad (2)$$

де x – випадкова величина кількості виявлених одиниць бракованої продукції у партії; $f(x)$ – функція управління.

Отже, якщо клієнтом виявлено брак та у партії є додаткові товари у достатній кількості, то $f(x) = 0$, або додаткові постійні витрати не передбачені. Проте якщо клієнтом виявлено брак, а кількості додаткових товарів у недостатньо для оперативної заміни бракованої продукції, то $f(x) = 1$, або постачальник несе додаткові витрати у розмірі c_2 .

Припущення 1. Передбачимо, що товари у партію відбиваються випадковим чином.

Як впливає з умов Задачі 1 та Припущення 1, поведінка функції $f(x)$ відповідає біноміальному закону розподілу. Нехай у партії n одиниць товару, що відповідає кількості випробувань за біноміальним законом розподілу, тобто ймовірності $P(n, k)$ обчислюємо таким чином [1; 6; 13]:

$$P(n, k) = \sum_{k=y+1}^n C_k^n \cdot p^k \cdot q^{n-k}, \quad (3)$$

де $k = 0, 1, \dots, n$ – коефіцієнт ітерації; $q = 1 - p$ – ймовірність настання події «брак не виявлено».

Зведемо оцінки середніх значень додаткових витрат на покриття витрат від виявлення браку в табл. 1.

Таблиця 1

Розрахунок додаткових витрати від можливого виявлення бракованої продукції у партії продукції за різних значень y

y	x				Математичне сподівання додаткових витрат $M(C(y))$
	0	1	...	n	
0	$c1$	$c1 + c2$...	$c1 + c2$	$c2 \cdot P(n, k)$
1	$c1$	$c1$...	$c1 + c2$	$M(C(y)) = c1 + c2 \cdot P(n, k)$
2	$2 \cdot c1$	$2 \cdot c1$...	$2 \cdot c1 + c2$	$M(C(y)) = 2 \cdot c1 + c2 \cdot P(n, k)$
...
y_n	$n \cdot c1$	$n \cdot c1$...	$n \cdot c1$	$M(C(y)) = n \cdot c1 + c2 \cdot P(n, k)$

Як видно з даних табл. 1, за максимального рівня «страхування» від можливого браку кількість товарів у партії та відповідні витрати $M(C(y))$ подуються. З іншого боку, якщо у партії виявлено від одного до n бракованих товарів, а $y=0$, то додаткові витрати дорівнюють $c2$.

Склавши наведені у табл. 1 формули та враховуючи умову (3), отримуємо математичне сподівання додаткових затрат для будь-якого значення y :

$$M(C(y)) = y \cdot c1 + c2 \cdot \sum_{k=y+1}^n C_k^n \cdot p^k \cdot q^{n-k}. \quad (5)$$

Показник відносної вартості ризику у 1 грошовій одиниці у партії товару можна оцінити таким чином:

$$r(y) = \frac{M(C(y))}{c1 \cdot x} = \frac{y \cdot c1 + c2 \cdot \sum_{k=y+1}^n C_k^n \cdot p^k \cdot q^{n-k}}{c1 \cdot x}. \quad (6)$$

Відповідно до визначених показників (5) та (6) можна оцінити розмір y , що мінімізує сукупні втрати та додаткові витрати на покриття ризиків браку продукції. За результатами можна побачити, за яких значень y витрати у кожній партії є економічно доцільними. За представленою моделлю можна також оцінювати розмір резервного фонду готових до випуску на кожну партію готової продукції. При цьому рівень ризику невиправданих втрат буде спрямований до мінімуму.

Здійснимо апробацію представленої моделі на практичному прикладі функціонування підприємства з виробництва електричного устаткування.

Приклад 1. Маркетинговий план електротехнічної компанії зосереджений на продажу товарів визначених трьох видів партіями по 150, 100 і 50 виробів у кожній, а саме $n1$, $n2$ та $n3$ товарів у партії:

$$n1 = 150,$$

$$n2 = 100,$$

$$n3 = 50.$$

Ціна одиниці першого виду продукції:

$$c1_1 = 11200.$$

Якщо споживач виявляє брак, компанія-виробник несе додаткові витрати на роботу спеціалістів з діагностики приладу, доставки до них та до

клієнтів після виправлення проблеми тощо. Разом постійні додаткові витрати на усунення браку в межах партії 1 складають:

$$c2_1 = 28500.$$

Відповідні показники для другої та третьої партій товарів такі:

$$c1_2 = 7500,$$

$$c2_2 = 18000,$$

$$c1_3 = 10500,$$

$$c2_3 = 21000.$$

Ймовірності того, що випадково вибрана одиниця виробленого товару буде бракована для виробів кожного виду, оцінені емпірично таким чином:

$$p_1 = 0,06,$$

$$p_2 = 0,03,$$

$$p_3 = 0,01.$$

Знайдемо ймовірності браку, математичне очікування втрат і можливі значення відносного ризику для першого виду продукції електротехнічної компанії за формулами (4) – (6). Отримані результати переставимо у табличному та графічному вигляді.

Дані табл. 2 узагальнюють розрахунки щодо додаткових витрат та можливих втрат від виявлення браку в партії зі 150 одиниць продукції 1 виду. Зокрема, в табл. 2 представлено значення середнього відносного рівня ризиків за першим видом товару для кожної з партій продукції в межах $[0...7]$ з кроком збільшення страхового запасу y на 1 одиницю. Найменші значення ризику для кожної партії виділені жирним шрифтом. Як бачимо з наведених даних (табл. 1), для першої партії мінімальний рівень додаткових витрат досягається при значенні $y=1$, для другої партії – при $y=1$, а для третьої партії – при $y=0$.

Виконаємо аналогічні розрахунки для продукції другого (табл. 3) та третього (табл. 4) видів.

Як видно з результатів сценарного аналізу (табл. 2, 3, 4), для другої та третьої партій мінімальний рівень ризику досягається при значенні $y=1$ та $y=2$, а для третьої – при $y=0$ та $y=2$.

Таблиця 2

Залежність рівня додаткових витрат від значень у для першого виду продукції

Номер партії	у							
	0	1	2	3	4	5	6	7
<i>Ймовірність браку</i>								
1	0,98963	0,94152	0,83068	0,66156	0,46934	0,29574	0,16600	0,08345
2	0,95245	0,80538	0,58022	0,35275	0,18215	0,08084	0,03123	0,01062
3	0,78193	0,44472	0,18920	0,06276	0,01681	0,00374	0,00070	0,00011
<i>Математичне очікування втрат</i>								
1	28 204,47	27 488,37	27 467,16	30 226,04	37 149,78	47 867,03	60 775,96	74 236,04
2	27 144,75	25 133,04	25 939,37	31 800,97	41 831,03	53 776,98	65 991,50	77 869,87
3	22 285,14	18 893,66	23 554,13	33 279,92	44 525,99	55 897,25	67 172,77	78 394,30
<i>Відносний ризик</i>								
1	0,01679	0,01636	0,01635	0,01799	0,02211	0,02849	0,03618	0,04419
2	0,02424	0,02244	0,02316	0,02839	0,03735	0,04802	0,05892	0,06953
3	0,03979	0,03374	0,04206	0,05943	0,07951	0,09982	0,11995	0,13999

Таблиця 3

Залежність рівня додаткових витрат від значень для другого виду продукції

Номер партії	у							
	0	1	2	3	4	5	6	7
<i>Ймовірність браку</i>								
1	0,99991	0,99901	0,99477	0,98142	0,95009	0,89170	0,80164	0,68337
2	0,99795	0,98483	0,94339	0,85698	0,72322	0,55931	0,39365	0,25165
3	0,95467	0,81000	0,58375	0,35270	0,17940	0,07764	0,02892	0,00938
<i>Математичне очікування втрат</i>								
1	17 998,32	17 989,66	17 984,32	18 083,61	18 598,89	20 111,76	23 355,78	28 923,59
2	17 963,01	17 840,70	17 830,16	18 643,60	21 321,30	26 593,51	34 371,56	43 818,06
3	17 184,05	16 004,97	16 751,26	20 912,87	27 847,15	35 986,01	44 219,05	52 176,45
<i>Відносний ризик</i>								
1	0,01600	0,015991	0,015986	0,01607	0,01653	0,01788	0,02076	0,02571
2	0,02395	0,02379	0,02377	0,02486	0,02843	0,03546	0,04583	0,05842
3	0,04582	0,04268	0,04467	0,05577	0,07426	0,09596	0,11792	0,13914

Таблиця 4

Залежність рівня додаткових витрат від значень для третього виду продукції

Номер партії	у							
	0	1	2	3	4	5	6	7
<i>Ймовірність браку</i>								
1	0,77855	0,44302	0,19052	0,06469	0,01799	0,00421	0,00085	0,00015
2	0,63397	0,26424	0,07937	0,01837	0,00343	0,00053	0,00007	0,00001
3	0,39499	0,08944	0,01382	0,00160	0,00015	0,00001	0,00000	0,00000
<i>Математичне очікування втрат</i>								
1	16 349,51	15 151,66	21 000,00	30 820,71	41 622,26	52 367,35	62 964,37	73 492,15
2	13 313,32	13 274,50	21 000,00	31 307,07	41 927,92	52 483,16	62 997,01	73 499,57
3	8 294,87	11 439,07	21 000,00	31 483,24	41 996,94	52 499,66	62 999,97	73 500,00
<i>Відносний ризик</i>								
1	0,01038	0,00962	0,01333	0,01957	0,02643	0,03325	0,03998	0,04666
2	0,01268	0,01264	0,02000	0,02982	0,03993	0,04998	0,06000	0,07000
3	0,01580	0,02179	0,04000	0,05997	0,07999	0,10000	0,12000	0,14000

На базі отриманих результатів реалізації моделі оцінки наслідків дії чинників ризику виявлення браку продукції побудуємо графіки залежності величин відносного рівня ризиків

(показник (6)) для кожної з розглянутих партій від величини додаткових одиниць товарів у партіях у. Результати графічного аналізу зведемо на рис. 1, 2, 3.

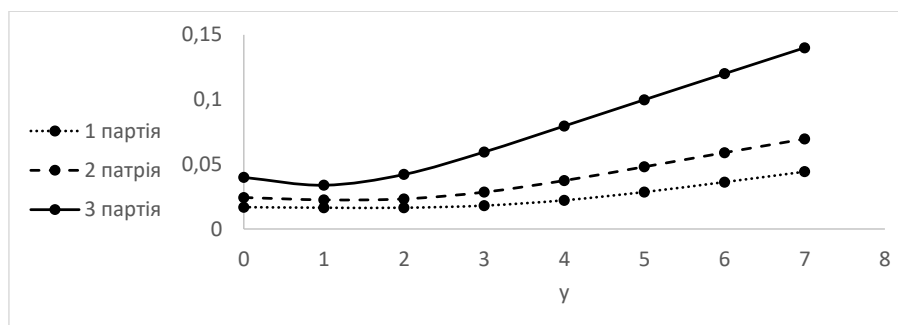


Рис. 1. Залежність величини відносного рівня ризиків для першого виду товару від величини додаткових продуктів у

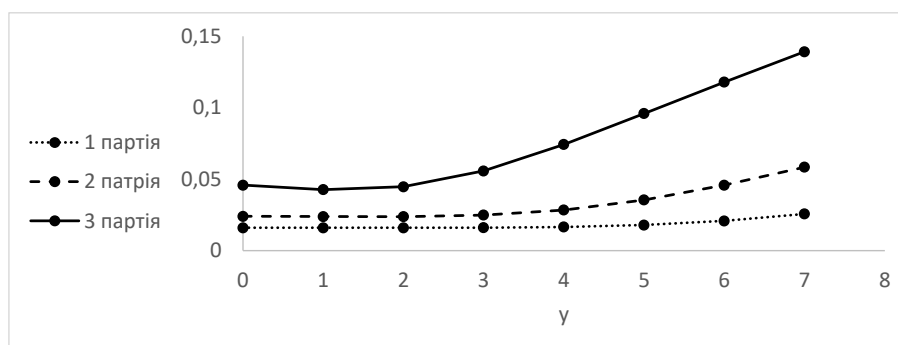


Рис. 2. Залежність величини відносного рівня ризиків для другого виду товару від величини додаткових продуктів у

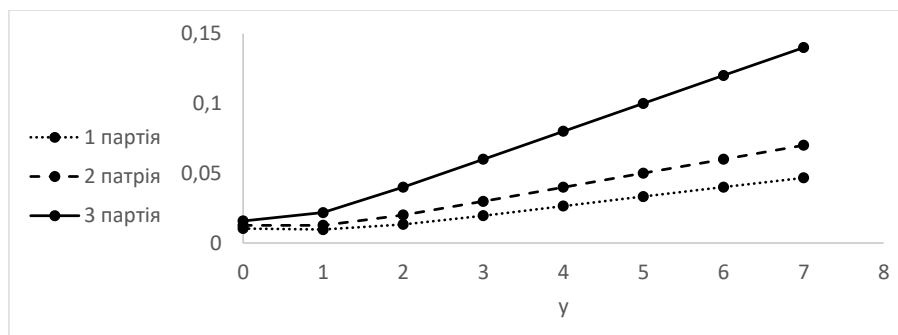


Рис. 3. Залежність величини відносного рівня ризиків для третього виду товару від величини додаткових продуктів у

З даних графічного аналізу видно, що для третьої партії товарів для всіх видів продукції додаткові витрати на додавання «страхового» продукту у значно перевищують постійні витрати на усунення наслідків можливого виявлення браку покупцями. Для більш суттєвих партій (1 та 2) таке суттєве зростання відносних витрат на мінімізацію наслідків ризику не спостерігається, тобто, з одного боку, збільшення партії товарів знижує відносні витрати від виявлення браку, а з іншого боку, додавання значної кількості додаткових продуктів збільшує відносні витрати на покриття цього ж браку.

Під час реалізації розробленої моделі визначена оптимальна кількість додаткових товарів (у),

які необхідно додати до визначених партій для мінімізації втрат від дії чинників ризику виявлення браку, а саме:

$$\Sigma M(C(y)) = 160781 \text{ грн.}$$

Таким чином, на мінімізацію наслідків ризику втрат від випуску бракованої продукції необхідно додатково витратити 160 781 грн. Також з результатів апробації представленої моделі видно, що процес виробництва першого та третього видів продукції потребує вдосконалення, оскільки пов'язані з ними витрати є майже в два рази вищими за витрати щодо другого виду продукції.

Висновки з проведеного дослідження.

У результаті теоретичного аналізу особливостей управління втратами та додатковими втратами від можливого виявлення браку в партіях штучного товару доведено доцільність використання класичних методів теорії ймовірності для підприємств з виробництва електричного устаткування. На базі біноміального законом розподілу запропоновано модель оцінки математичного сподівання абсолютних та відносних витрат для покриття втрат від можливого виявлення браку в партії штучних товарів. На прикладі формування плану продажу продукції підприємства сфери виробництва електричного устаткування визначено оптимальний розмір додаткових одиниць продукції, що надаються у партію для мінімізації витрат від дії ризиків виявлення браку (1 та 2 додаткових товарів для партій від 150 до 50 одиниць продукції). Визначено, що рівень додаткових витрат для розглянутого підприємства складає 160,8 тис. грн. Також доведено, що на рівень відносного ризику браку суттєво впливає розмір партії товару.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Івченко І.Ю. Економічні ризики : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 304 с.
2. Про класифікацію браку та особливості обліку втрат від браку : Лист Міністерства промислової політики України від 15 грудня 2006 р. № 01/5-1-2928.
3. Безнощенко Н.О. Підвищення якості продукції як чинник зростання конкурентоспроможності машинобудівного підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 4 (51). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147038454.pdf> (дата звернення: 16.07.2020).
4. Клименко С.М., Дуброва О.С. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2005. 252 с.
5. Мороз О.В., Матвійчук А.В. Оптиміальне управління економічними системами в умовах невизначеності та ризику : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2003. 177 с.
6. Скрипник А.В., Букін Е.К. Аналіз ефективності та ризиків інновацій в аграрному секторі економіки України : монографія. Київ : ЦП Компрінт, 2017. 342 с.
7. Debski W., Feder-Sempach E., Wojcik S. Statistical Properties of Rates of Return on Shares Listed on the German, French, and Polish Markets – a Comparative Study. *Contemporary Economics*. 2018. Mar. T. 12. № 1. С. 5–15.
8. Fazlollahtabar H. Multi-Layer Multi-Product Reverse Supply Chain: Defects and Pricing Model. *Supply Chain Management Models: Forward, Reverse, Uncertain, and Intelligent: Foundations with Case Studies*. Boca Raton : Crc Press-Taylor & Francis Group, 2018. P. 203–216.
9. Fernandez A.J. Economic lot sampling inspection from defect counts with minimum conditional value-at-

risk. *European Journal of Operational Research*. 2017. Apr. T. 258. № 2. P. 573–580.

10. Gao Y.H., Du X.L., Zhang M.J. The Application of Dynamic Priority of AHP on Operation Risk Assessment of Metro // *Modeling Risk Management in Sustainable Construction* / Wu D. D. Berlin : Springer-Verlag Berlin, 2011. P. 65–72.
11. Hosseini-Motlagh S.M., Nematollahi M., Nami N. Drug recall management and channel coordination under stochastic product defect severity: a game-Theoretic analytical study. *International Journal of Production Research*. P. 27.
12. Li S.Z., Yu J.J. Identification and Evaluation of Supply Chain Fault Risk. *Proceedings of the Fourth International Conference on Operations and Supply Chain Management (Icoscm 2010)*. 2010. T. 4. P. 832–835.
13. Tzotzos G., Head G., Hull R. Principles of Risk Assessment. *Genetically Modified Plants: Assessing Safety and Managing Risk*. San Diego : Elsevier Academic Press Inc, 2009. P. 33–63.
14. Zherlitsyn D., Kravchenko V. Supply Chain Resilience through Operations and Finance Management. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. 2016. № 1 (4). Slovakia, Košice. P. 193–197.
15. Zhu X., Du Z.M., Jin X.Q., Chen Z.J. Fault diagnosis based operation risk evaluation for air conditioning systems in data centers. *Building and Environment*. 2019. Oct. T. 163. P. 14.

REFERENCES:

1. Ivchenko, I.Yu. (2004) *Ekonomiczni ryzyky* [Economic risks]. K.: Tsentr navchalnoi literatury. 304 p. (in Ukrainian).
2. *Pro klasyfikatsiiu braku ta osoblyvosti obliku vtrat vid braku* [On the classification of defects and features of accounting for losses from marriage]: Lyst Ministerstva promyslovoi polityky Ukrainy vid 15 hrudnia 2006 r. No 01/5-1-2928 (in Ukrainian).
3. Beznoshchenko, N.O. (2013). Pidvyshchennia yakosti produktsii yak chynnyk zrostannia konkurentospro-mozhnosti mashynobudivnoho pidpriemstva [Improving product quality as a factor in increasing the competitiveness of the machine-building enterprise]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen* [Bulletin of socio-economic research]. Vol. 4 (51). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147038454.pdf> (accessed 16 July 2020).
4. Klymenko, S.M. & Dubrova, O.S. (2005) *Obgruntuvannia hospodarskykh rishen ta otsinka ryzykiv* [Substantiation of business decisions and risk assessment]. K.: KNEU, 252 p. (in Ukrainian).
5. Moroz, O.V. & Matviichuk, A.V. (2003) *Optymalne upravlinnia ekonomichnymy systemamy v umovakh nevyznachenosti ta ryzyku* [Optimal management of economic systems in conditions of uncertainty and risk]. Vinnytsia: UNIVERSUM. 177 p. (in Ukrainian).
6. Skrypnyk, A.V., Bugin, E.K. (2017). *Analiz efektyvnosti ta ryzykiv innovatsii v aharnomu sektori ekonomiky Ukrainy* [Analysis of efficiency and risks of innovations in the agricultural sector of Ukraine's economy]. Kyiv. Copmprint. 2017. 342 p. (in Ukrainian).
7. Debski, W., Feder-Sempach, E., & Wojcik, S. (2018). Statistical Properties of Rates of Return on Shares Listed on the German, French, and Polish Mar-

kets – a Comparative Study. *Contemporary Economics*, 12 (1), 5–15. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.260>.

8. Fazlollahtabar, H. (2018). Multi-Layer Multi-Product Reverse Supply Chain: Defects and Pricing Model. *Supply Chain Management Models: Forward, Reverse, Uncertain, and Intelligent: Foundations with Case Studies*, Boca Raton: Crc Press-Taylor & Francis Group. 203–216.

9. Fernandez, A.J. (2017). Economic lot sampling inspection from defect counts with minimum conditional value-at-risk [Article]. *European Journal of Operational Research*, 258(2), 573-580. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2016.10.042>.

10. Gao, Y.H., Du, X.L., & Zhang, M.J. (2011). The Application of Dynamic Priority of AHP on Operation Risk Assessment of Metro. In D. D. Wu (Ed.), *Modeling Risk Management in Sustainable Construction*, Springer-Verlag Berlin. 65–72. https://doi.org/10.1007/978-3-642-15243-6_8.

11. Hosseini-Motlagh, S.M., Nematollahi, M., & Nami, N. (2020) Drug recall management and channel coordination under stochastic product defect severity: a game-Theoretic analytical study [Early Access]. *International Journal of Production Research*, 27. <https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1723813>.

12. Li, S.Z., & Yu, J.J. (2010). Identification and Evaluation of Supply Chain Fault Risk [Proceedings Paper]. *Proceedings of the Fourth International Conference on Operations and Supply Chain Management (Icoscm 2010)*, 4, 832–835.

13. Tzotzos, G., Head, G., & Hull, R. (2009). Principles of Risk Assessment. *Genetically Modified Plants: Assessing Safety and Managing Risk*, Elsevier Academic Press Inc. 33-63. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-374106-6.00002-3>.

14. Zherlitsyn, D.M. & Kravchenko, V.M. (2016) Supply Chain Resilience through Operations and Finance Management. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*, 1 (4). Slovakia, Košice. 193–197.

15. Zhu, X., Du, Z.M., Jin, X.Q., & Chen, Z.J. (2019). Fault diagnosis based operation risk evaluation for air conditioning systems in data centers [Article]. *Building and Environment*, 163, 14, Article Unsp 106319. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2019.106319>.

ПРО АЛГОРИТМ НАСТРОЙКИ АДАПТАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ

ON ALGORITHM OF ADAPTATION MODEL TUNING

УДК 369.04:519.863

<https://doi.org/10.32843/infrastruct45-43>**Юрченко М.Є.**

к.ф.-м.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку,
оподаткування та аудиту
Національний університет
«Чернігівська політехніка»

Клименко Т.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку,
оподаткування та аудиту
Національний університет
«Чернігівська політехніка»

Iurchenko Maryna

Chernihiv Polytechnic National University

Klymenko Tetiana

Chernihiv Polytechnic National University

Математичне моделювання реальних процесів, до яких належить, наприклад, завдання організаційно-економічного управління, планування стратегії капітальних вкладень, часто потребує розв'язування задач оптимізації. Під час побудови зазначених методів беруть до уваги, по-перше, критерій точності результату, а також граничні умови, завдяки яким досягається висока швидкість ітераційного процесу. У практичних задачах іноді дуже важко та трудомістко знайти чисельний розв'язок задач безумовної мінімізації функції багатьох змінних, тому що з ростом числа змінних зростає кількість ітерацій. Тому проблема адаптивного налаштування моделі та пошуку певних методик налаштування її параметрів стосовно питання її коректності досі залишається актуальною. У роботі наведено алгоритм, у якому швидкість сходження до мінімуму не залежить від орієнтації системи координат за умови, що стан системи в деякий момент часу залежить тільки від значень параметрів системи в момент t . Отримані оцінки збіжності є оцінками для більш вузького класу задач і дають точний розв'язок за нескінченне і лише в окремих випадках за скінченне число кроків.

Ключові слова: методи оптимізації, економічне управління, планування, градієнтний метод.

Математическое моделирование реальных процессов, к которым можно отне-

сти, например, задачи организационно-экономического управления, планирования стратегии капитальных вложений, часто требуют решения задач оптимизации. При построении указанных методов принимают во внимание, во-первых, критерий точности результата, а также граничные условия, благодаря которым достигается высокая скорость итерационного процесса. В практических задачах иногда достаточно трудно найти численное решение задач безусловной минимизации функции многих переменных. Это обусловлено тем, что с ростом числа переменных растет и количество итераций. Поэтому проблема адаптивной настройки модели и поиск определенных настроек ее параметров с точки зрения корректности остается актуальной. В работе представлен алгоритм, при котором скорость приближения к минимуму не зависит от ориентации системы координат. При этом состояние системы в некоторый момент времени зависит только от значений параметров системы в момент времени t . Полученные оценки сходимости являются оценками для более узкого класса задач и дают точное решение только в некоторых частных случаях при конечном количестве шагов итерации.

Ключевые слова: методы оптимизации, экономическое управление, планирование, градиентный метод.

Economic problems of the optimization type include problems in which it is required to find the best or optimal solution for given production conditions. A feature of this class of tasks is the multivariance of their solutions, which is due to a number of reasons, which include the interchangeability of resources, finished products, the existence of alternative technologies. Mathematical modeling of real processes, which include, for example, the tasks of organizational and economic management, planning of capital investment strategy, often requires the solution of optimization problems. When constructing these methods, first of all, the criterion of the accuracy of the result is taken into account, as well as the boundary conditions due to which a high speed of the iterative process is achieved. In practical problems, it is sometimes very difficult and time-consuming to find a numerical solution to the problem of unconditional minimization of the function of many variables, because the number of iterations increases with the number of variables. Therefore, the problem of adaptive adjustment of the model and the search for certain methods of adjusting its parameters in relation to the question of its correctness still remains relevant. The paper presents an algorithm in which the rate of ascent to a minimum does not depend on the orientation of the coordinate system, provided that the state of the system at some point in time depends only on the values of the system parameters at time t . When constructing the model, it is assumed that the identification of the object is achieved by approximating the main components of its process. The working algorithm of the block of adjustment of parameters working by a method of the fastest descent which allows to minimize the target function is presented. To identify the error tended to zero, it is assumed that the differential equations describing the behavior of the model are equivalent to the differential equation describing the process of a real object. The obtained convergence estimates are estimates for a narrower class of problems and give an exact solution for an infinite and only in some cases for a finite number of steps. The presented algorithm allows, in contrast to the classical gradient procedures, to maintain convergence for small-sized systems and can be applied in solving practical economic problems. The constructed model describes the relationship of intrasystem variables and reflects the degree of influence of these variables on the characteristic criterion.

Key words: optimization methods, economic management, planning, gradient method.

Постановка проблеми. Методи оптимізації знаходять широке застосування в різних сферах науки і техніки, у вирішенні завдань організаційно-економічного управління, плануванні стратегії капітальних вкладень. Під час постановки завдання оптимізації необхідно здійснювати вибір критерію, на основі якого можна оцінити найкращий проект або найкращі умови функціонування будь-якої системи. Критерії оптимізації можуть ґрунтуватися на певних економічних факторах, коли потрібно максимізувати прибуток, мінімізувати витрати або витрати в одиницю часу тощо.

У будь-якому разі математично потрібно знайти максимальне або мінімальне значення деякої функції або функціоналу, що являють собою математичну модель вимоги якості. У результаті такої перевірки спочатку відкидають рішення, які не визначають екстремальні значення критерію оптимальності, а потім серед залишених екстремальних рішень вибирають рішення, яке задовольняє умовам оптимальності. Додаткові труднощі під час вирішення задач оптимізації виникають внаслідок того, що система рівнянь, яка отримується в результаті, забезпечує лише необхідні умови

оптимальності. Тому всі рішення цієї системи (а їх може бути і декілька) повинні бути перевірені на достатність, що пов'язано з певними труднощами обчислювального характеру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання необхідності пошуку нових шляхів удосконалення наявних оптимізаційних методів в останній час отримали певне освітлення в літературі. Зазначені методи є предметом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. Певні дослідження цього питання знайшли своє відображення у наукових роботах Б. Поляка [1], значний внесок у теорію оптимізаційних задач також зроблено у працях [2; 3]. Слід відзначити, що особливо великий інтерес до градієнтних методів в останні роки пов'язаний з тим, що градієнтні спуски і їх стохастичні (рандомізовані варіанти) лежать в основі майже всіх сучасних алгоритмів навчання, що розробляються в аналізі даних [4; 5].

Незважаючи на значну кількість публікацій із цієї проблематики, задачі такого роду ще недостатньо наведені в літературі. Одним із найважливіших питань залишається питання коректної постановки оптимізаційної задачі. Зауважимо, що від цього значною мірою залежить якість і достовірність одержуваних результатів, а також швидкість їх отримання.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Для вирішення задач оптимізації є безліч математичних методів, зокрема градієнтний. Він дає змогу за збільшення обсягу обчислень досягти екстремуму функції з наперед заданою точністю. Градієнтні методи дають лише певне наближення до екстремуму, причому за збільшення обсягу обчислень можна досягти результату з наперед заданою точністю, але в цьому разі є можливість знаходити лише локальні екстремуми цільової функції. У цій роботі пропонується підхід, який дає змогу збільшити швидкість налаштування параметрів оптимізації та відрізняється від підходу, запропонованого в роботах [3; 5].

Постановка завдання. Метою цієї статті є знаходження досить простого для обчислення кроку градієнтної ітерації та одночасного визначення власного вектору і набору власних значень задачі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У процесі ідентифікації об'єкта оптимальна настройка моделі здійснюється за методом найшвидшого спуску. Сутність цього методу полягає в тому, що швидкість зміни цільової функції досягає максимального значення тільки в тому разі, коли вибрана траєкторія у просторі параметрів стосується вектору градієнта в цьому просторі. Головною особливістю методу є те, що кожний новий напрям пошуку є ортогональним попередньому, а швидкість збіжності до мінімуму не залежить від орієнтації системи координат.

Розглянемо фізичну систему, припускаючи, що її стан у певний момент часу t повністю описується функціями $X_i(t)$ ($i = 1, 2, \dots, n$). Припускаємо, що швидкість зміни цих функцій за будь-якого t залежить тільки від значень параметрів системи в той же момент часу. Покажемо, яким саме чином можна змінювати параметри, щоб мінімізувати цільову функцію.

$$R = R(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

Швидкість зміни наданої функції надамо у такому вигляді:

$$\frac{dR}{dt} = \frac{\partial R}{\partial x_1} \cdot \frac{dx_1}{dt} + \frac{\partial R}{\partial x_2} \cdot \frac{dx_2}{dt} + \dots + \frac{\partial R}{\partial x_n} \cdot \frac{dx_n}{dt} \quad (1)$$

У векторній формі вираз (1) можна представити у вигляді скалярного добутку

$$\frac{dR}{dt} = \langle \text{grad}R, \frac{dS}{dt} \rangle \quad (2)$$

де

$$\text{grad}R = \left[\frac{\partial R}{\partial x_1}, \frac{\partial R}{\partial x_2}, \dots, \frac{\partial R}{\partial x_n} \right], \frac{dS}{dt} = \left[\frac{dx_1}{dt}, \frac{dx_2}{dt}, \dots, \frac{dx_n}{dt} \right]$$

Оскільки вектор градієнта у напрямку збігається з напрямком найшвидшого зростання цільової функції, то для того, щоб вектор швидкості dS/dt і вектор градієнта $\text{grad}R$ були паралельні, їхні складники повинні відповідати таким співвідношенням:

$$\frac{dx_i}{dt} = \frac{dR}{dx_i}, i, j = 1, 2, 3, \dots, n, i \neq j \quad (3)$$

Для отримання алгоритму на кінцевому інтервалі надамо вираз (3) у такому вигляді:

$$\frac{dx_i}{dt} = -k \frac{\partial R}{\partial x_i}, \quad (4)$$

де k – загальний коефіцієнт пропорційності, який визначає швидкість спуску. Знак мінус вказує на той факт, що це є задача мінімізації $dR/dt < 0$. Припускаємо, що ідентифікація об'єкта досягається за рахунок апроксимації основних складників його процесу.

Оскільки ідентифікація процесу здійснюється за допомогою настроюваної моделі, то в контурі апроксимації повинен функціонувати блок настройки параметрів. Головне завдання полягає в мінімізації цільової функції декількох змінних на кінцевому інтервалі налаштування моделі. Розглянемо робочий алгоритм блоку налаштування параметрів, який працює за методом найшвидшого спуску.

Розглянемо реальний об'єкт, поведінка якого описується за допомогою векторного диференційного рівняння

$$\frac{dy_0}{dt} = Ay_0 + Du \quad (5)$$

$$y_0 = [y_{01} : y_{0n}], A = [A_{11} \dots A_{1n} \dots A_{n1} \dots A_{nn}], \\ D = [D_{11} \dots D_{1m} \dots D_{n1} \dots D_{nm}], u = [u_1 : u_m]$$

де $y_{0k} (k=1,2,\dots,n)$ – змінні, які визначають фазовий стан об'єкта, $u_r (r=1,2,\dots,m)$ – дії на вході об'єкта. Елементи A_{ik} і D_{ir} матриць A і D відповідно є постійними. Рівняння (5) еквівалентно системі скалярних диференціальних рівнянь

$$\frac{dy_{0i}}{dt} = \sum_{k=1}^n A_{ik} y_{0k} + \sum_{r=1}^m D_{ir} u_r \quad (i=1,2,\dots,n) \quad (6)$$

Поведінку моделі, що настраюється, опишемо векторним диференціальним рівнянням такого вигляду:

$$\frac{dy_M}{dt} = B y_M + C u \quad (7)$$

$$y_M = [y_{M1} : y_{Mn}], B = [B_{11} \dots B_{1n} \dots B_{n1} \dots B_{nn}],$$

$$C = [C_{11} \dots C_{1m} \dots C_{n1} \dots C_{nm}], u = [u_1 : u_m]$$

де $y_{Mk} (k=1,2,\dots,n)$ – змінні, які визначають фазовий стан процесу моделі, $u_r (r=1,2,\dots,m)$ – управляючі дії, які прикладені на вході моделі.

Рівняння (7) еквівалентно системі скалярних диференціальних рівнянь:

$$\frac{dy_{Mi}}{dt} = \sum_{k=1}^n B_{ik} y_{Mk} + \sum_{r=1}^m C_{ir} u_r \quad (i=1,2,\dots,n) \quad (8)$$

На відміну від (6) система рівнянь (8) містить змінні елементи C_{ir} та B_{ik} матриць B і C відповідно. Представимо елементи B_{ik} матриці B у вигляді такої суми: $A_{ik} + B_{ik}$. Сума матриць A і B визначається співвідношеннями $A+B$, тоді $A_{ik} + B_{ik} = A+B$, де B – нова дійсна матриця, елементи $B_{ik} (i,k=1,2,\dots,n)$ якої є деякі функції часу. Значення цих функцій вказують на той факт, що параметри моделі мають певні відхилення від відповідних параметрів об'єкта. Ідентифікація процесу здійснюється за однакових керуючих взаємодій u_r та еквівалентних початкових умов об'єкта $y_{0i}(0) = C_i$ та моделі $y_{Mi}(0) = C_i$, де $C_i = f_i(C_1, C_2, \dots, C_n)$.

За вказаних умов поведінка моделі на інтервалі налаштування описується функціями $y_{Mi}(t) (i=1,2,\dots,n)$ для всіх невід'ємних елементів B_{ik}

$$B_{ik} = A_{ik} + B_{ik}, A_{ik} \gg B_{ik} \quad (9)$$

Для того, щоб помилка ідентифікації $\varepsilon(t)$ прямувала до нуля, необхідно, щоб диференціальне рівняння, яке описує поведінку моделі, було еквівалентним диференціальному рівнянню, яке характеризує процес реального об'єкта.

Після підстановки (9) в (8), маємо

$$\frac{dy_{Mi}}{dt} = \sum_{k=1}^n A_{ik} y_{Mk} + \sum_{k=1}^n B_{ik} y_{Mk} + \sum_{r=1}^m C_{ir} u_r \quad (10)$$

де сума

$$\sum_{k=1}^n B_{ik} y_{Mk}$$

розглядається як функція додаткового обумовлення моделі. Система (6) із початковими умовами $y_{0i}(0) = C_i (i=1,2,\dots,n)$ має загальний розв'язок:

$$y_{0i}(t) = y_{0i}(t) + y_{1i}(t), \quad (11)$$

де $y_{0i}(t)$ – загальний розв'язок системи однакових рівнянь, $y_{1i}(t)$ – часткові рішення системи (6), які залежать від правих частин вигляду

$$\sum_{r=1}^m D_{ir} u_r$$

Система (10) за початкових умов $y_{Mi}(0) = C_i (i=1,2,\dots,n)$ має розв'язок

$$y_{Mi}(t) = y_{Mi}(t) + y_{1i}(t) + y_{2i}(t), \quad (12)$$

де $y_{Mi}(t)$ – загальний розв'язок системи однакових рівнянь, $y_{1i}(t)$ – часткові розв'язки системи (10), які залежать від правих частин вигляду

$$\sum_{r=1}^m C_{ir} u_r$$

$y_{2i}(t)$ – часткові рішення системи (10), які залежать від правих частин вигляду

$$\sum_{k=1}^n B_{ik} y_{Mk}$$

Із теорії диференціальних рівнянь відомо, що процеси, які визначаються зі співвідношення $y_{0i}(t)$ та $y_{Mi}(t)$, характеризують вільні коливання, у свою чергу складники $y_{1i}(t), y_{1i}(t), y_{2i}(t)$ – вимушені коливання. З урахуванням фізичного існування моделі припускаємо, що за однакових управляючих дій u_r і еквівалентних початкових умов об'єкта та моделі складники загальних розв'язків $y_{0i}(t)$ і $y_{Mi}(t)$ будуть тотожно рівними один одному. Своєю чергою складники часткових рішень $y_{1i}(t), y_{1i}(t)$ пов'язані між собою співвідношенням

$$y_{1i}(t) = \frac{\sum_{r=1}^m D_{ir}}{\sum_{r=1}^m C_{ir}} y_{1i}(t) \quad (13)$$

У процесі апроксимації співвідношення (13) повинно бути постійним. Це означає, що в процесі ідентифікації коефіцієнт посилення моделі повинен підтримуватися рівним коефіцієнту посилення об'єкта.

Останнє обмеження дає змогу записати нове співвідношення

$$\frac{\sum_{r=1}^m C_{ir}}{\sum_{k=1}^n (A_{ik} + B_{ik}^*)} = \frac{\sum_{r=1}^m D_{ir}}{\sum_{k=1}^n A_{ik}} \quad (14)$$

або

$$\frac{\sum_{r=1}^m D_{ir}}{\sum_{r=1}^m C_{ir}} = \frac{\sum_{k=1}^n A_{ik}}{\sum_{k=1}^n (A_{ik} + B_{ik}^*)}$$

Підставляючи вираз (14) в співвідношення (13), отримуємо

$$y_{1i}(t) = \frac{\sum_{k=1}^n A_{ik}}{\sum_{k=1}^n (A_{ik} + B_{ik}^*)} y_{1i}(t) \quad (15)$$

З використанням виразів (11), (12) та (15) знаходимо помилку ідентифікатора процесу.

$$\varepsilon_i(t) = y_{Mi}(t) - y_{Oi}(t) = y_{2i}(t) + y_{Mi}(t) - y_{Oi}(t) + \frac{\sum_{k=1}^n B_{ik}}{\sum_{k=1}^n (A_{ik} + B_{ik})} y_{1i}(t),$$

беручи до уваги, що $B_{ik} \ll A_{ik}$, $y_{Mi}(t) - y_{Oi}(t) = 0$. Ця рівність дає змогу надати помилку ідентифікації у вигляді часткового розв'язку такого рівняння:

$$\varepsilon_i(t) = y_{2i}(t) \quad (16)$$

Оскільки помилка ідентифікації $\varepsilon_i(t)$ визначається частковим розв'язком рівняння вигляду

$$\frac{dy_{Mi}}{dy} = \sum_{i=1}^n A_{ik} y_{Mk} + \sum_{k=1}^n B_{ik} y_{Mk}, \quad (17)$$

для досягнення оптимальної апроксимації основних складників процесу необхідне виконання умови:

$$\sum_{i=1}^n A_{ik} y_{Mk} + \sum_{k=1}^n B_{ik} y_{Mk} = 0.$$

Нехай

$$r = \sum_{i=1}^n [S_i \varepsilon_i(t)]^2; S_i = \sum_{k=1}^n B_{ik} \quad (18)$$

функція відстані, яка дорівнює нулю на кінцевому інтервалі настройки системи. У цьому разі помилка $\varepsilon_i(t)$ дорівнює нулю у разі, коли варіаційні параметри моделі досягають необхідних значень. Вираз (19) описує залежність функції відстані від помилки ідентифікації. Оскільки оптимальна задача оптимізації настройки має на увазі максимальне зменшення функції відстані, маємо:

$$\frac{dS_i}{dt} = -k \frac{\partial r}{\partial S_i} \quad (19)$$

Диференціюючи вираз (18) за незалежними змінними S_i , отримуємо

$$\frac{dS_i}{dt} = 2\varepsilon_i^2(t) S_i \quad (20)$$

Підставляючи вираз (2) в рівняння (19), маємо

$$\frac{dS_i}{dt} = -2k\varepsilon_i^2(t) S_i \quad (21)$$

Отримана нами залежність дає змогу вибирати швидкість налаштування параметрів, виходячи з умови максимального зменшення функції відстані та умови неперервності траєкторії. Виходячи з систем (21) та (9), надамо алгоритм налаштування параметрів у вигляді

$$\begin{aligned} \frac{dS_i}{dt} &= -2k(S_i^* - S_i^{**})\varepsilon_i^2(t), \\ S_i^* &= \sum_{k=1}^n B_{ik}, S_i^{**} = \sum_{k=1}^n A_{ik} \end{aligned} \quad (22)$$

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, отримали вираз, який являє собою робочий алгоритм налаштування параметрів моделі. З наведеного алгоритму випливає, що швидкість налаштування параметрів моделі залежить як від початкових значень самих параметрів, так і від помилки ідентифікації $\varepsilon_i(t)$.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Поляк Б.Т. Введение в оптимизацию / Б.Т. Поляк. Москва: Наука, 1983. 384 с.
2. Зорич В.А. Математический анализ задач естествознания / В.А. Зорич. Москва: МЦНМО, 2017. 160 с.
3. Гасников А.В. Поиск стохастических равновесий в транспортных сетях с помощью универсального прямо-двойственного градиентного метода / А.В. Гасников, М.Б. Кубентаева // Компьютерные исследования и моделирование. 2018. № 10. С. 335–345.
4. Shalev-Shwartz S. Understanding Machine Learning: From theory to algorithms / S. Shalev-Shwartz, S. Ben-David. Cambridge University Press, 2014. 342 p.
5. Newton D. Stochastic gradient descent: Recent trends / D. Newton // Recent Advances in Optimization and Modeling of Contemporary Problems. 2018. № 3. P. 193–220.

REFERENCES:

1. Polyak B.T. (1983), Vvedeniye v optimizatsiyu [Introduction to optimization], Nauka, Moscow, Russia.
2. Zoritch V.A. (2017), Matematitseskiy analiz dlya estestvoznaniya [Mathematical analysis of problems in natural science], MCNMO, Moscow, Russia.
3. Gasnikov A.V. (2018), "Search for stochastic equilibria in transport networks using the universal direct-dual gradient method", *Computer research and modeling*, vol. 10, pp. 335-345.
4. Shalev-Shwartz S. (2014), Understanding Machine Learning: From theory to algorithms, Cambridge University Press, Cambridge, UK.
5. Newton D. (2018) "Stochastic gradient descent: Recent trends", *Recent Advances in Optimization and Modeling of Contemporary Problems*, Cambridge University, Cambridge, pp. 193–220.

РОЗДІЛ 10. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КІБЕРБЕЗПЕКИ БАНКУ¹

WAYS TO RAISE THE EFFICIENCY OF PROVIDING BANK'S CYBERSECURITY

Кібербезпека є головним пріоритетом для ризик-менеджменту банку. Незадовільний стан забезпечення кібербезпеки призводить до значних фінансових втрат, витоку важливої інформації, погіршення репутації банку та зниження його конкурентоспроможності. У зв'язку з цим актуальною є проблема підвищення ефективності забезпечення кібербезпеки банку. Метою статті є пошук шляхів підвищення ефективності забезпечення кібербезпеки банку. Виділено організаційний та технологічний аспекти вирішення цієї проблеми. Визначено слабкі сторони у забезпеченні кібербезпеки банку. Розглянуто взаємодію суб'єктів забезпечення кібербезпеки в банківській сфері, особливості впровадження внутрішнього аудиту кібербезпеки банку, незалежного зовнішнього оцінювання його роботи, питання вдосконалення політики інформаційної безпеки банку, міжнародні стандарти управління інформаційною безпекою, інноваційні технології у сфері кіберзахисту.

Ключові слова: кібербезпека банку, підвищення ефективності, внутрішній аудит, політика безпеки, інцидент, управління ризиками.

Кибербезопасность является главным приоритетом для риск-менеджмента банка.

Неудовлетворительное состояние кибербезопасности приводит к значительным финансовым потерям, утечке важной информации, ухудшению репутации банка и снижению его конкурентоспособности. В связи с этим актуальной является проблема повышения эффективности обеспечения кибербезопасности банка. Целью статьи является поиск путей повышения эффективности обеспечения кибербезопасности банка. Выделены организационный и технологический аспекты решения этой проблемы. Определены слабые стороны в обеспечении кибербезопасности банка. Рассмотрено взаимодействие субъектов обеспечения кибербезопасности в банковской сфере, особенности внедрения внутреннего аудита кибербезопасности банка, независимого внешнего оценивания его работы, вопросы совершенствования политики информационной безопасности банка, международные стандарты управления информационной безопасностью, инновационные технологии в сфере киберзащиты.

Ключевые слова: кибербезопасность банка, повышение эффективности, внутренний аудит, политика безопасности, инцидент, управление рисками.

УДК 330.46

<https://doi.org/10.32843/infrastuct45-44>

Гриценко К.Г.

к.т.н., доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики
Сумський державний університет

Gritsenko Konstantin

Sumy State University

Cyberattacks are on the top of the bank risks list, so cybersecurity is a top priority for the bank's risk management. The unsatisfactory state of cybersecurity leads to significant financial losses, leakage of valuable information, deterioration of the bank's reputation, and reduction of its competitiveness. In this regard, the problem of improving the efficiency of the bank's cybersecurity is relevant. The purpose of the article is to find ways to improve the efficiency of cybersecurity of the bank. The organizational and technological aspects of solving this problem are highlighted. New challenges in the field of cybersecurity are the increasing variety of cyber threats, the need for rapid processing of cyber attack data, the large number of messages generated by the cybersecurity system and requiring a prompt response, management of large data sets, analysis and modernization of cybersecurity system based on new information. Common weaknesses in ensuring the bank's cybersecurity have been identified. The architecture of the Security Operations Center is presented to improve the interaction of cybersecurity entities in the banking sector. This approach makes it possible to apply artificial intelligence, machine learning, and big data analytics to the analysis of data on implemented and potential cyber threats, and to detect and prevent cyber fraud. A list of tasks that cybersecurity entities should perform within their remit is presented. It is emphasized that the internal audit of cybersecurity is an important component of the cybersecurity of the bank. The features of the internal bank cybersecurity audit, relationship of the internal audit department with the bank's cybersecurity entities are considered. For improving the bank's cybersecurity efficiency, it is necessary to bring the bank's cybersecurity system in line with international standards. Implementing international information security standards ensures compliance with the requirements of the Basel Committee Basel II to reduce operational risks of banks. Improvement of the bank's information security policy and using innovative technologies in the field of cybersecurity are considered.

Key words: bank cybersecurity, efficiency gains, internal audit, security policy, incident, risk management.

Постановка проблеми. У спільному дослідженні тенденцій розвитку світового банківського сектору, проведеному в 2019 році Інститутом міжнародних фінансів і міжнародною аудиторською компанією Ernst & Young, особи, що відповідають за ризик-менеджмент банків, вважають кібербезпеку головним пріоритетом [12]. У глобальному дослідженні банківських шахрайств, проведеному

у 2019 році форензик-компанією KPMG, саме кібератаки очолюють список банківських ризиків [15]. У 2019 році в результаті злому системи кіберзахисту американського банку Capital One кібершахраї отримали доступ до даних 100 млн клієнтів і 80 тис. банківських рахунків. Збитки через витік цих даних оцінюються в суму 150 млн доларів США [10].

Вітчизняні банки відчули потужну руйнівну дію кібератак у 2017 році в результаті атаки вірусно-шифрувальника NotPetya. І хоча після цієї кібератаки банки почали посилювати кіберзахист,

¹ Робота виконана в рамках держбюджетної науково-дослідної роботи № 0118U003574 «Кібербезпека в боротьбі з банківськими шахрайствами: захист споживачів фінансових послуг та зростання фінансово-економічної безпеки України»

менеджмент багатьох із них все ще не сприймає кібератаки як ризик, здатний завдати непоправної шкоди репутації та призвести до банкрутства банку [10]. А тим часом кількість кіберзлочинів в Україні за останні п'ять років зросла вдвічі [4].

Незадовільний стан забезпечення кібербезпеки банку веде до значних фінансових втрат, витоку важливої інформації, погіршення репутації банку та втрати довіри населення до банківської системи. Тому вкрай актуальною та практично значущою є проблема підвищення ефективності забезпечення кібербезпеки банку, від вирішення якої залежить конкурентоспроможність банку та його репутація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Окреслена проблема розглядається в наукових працях таких вітчизняних та іноземних учених, як Д. Безштанько [1], В. Бурячок, В. Толубко, В. Хорошко, С. Толюпа [2], В. Домарєв, Д. Домарєв [3], Л. Кібальник, І. Напора [5], О. Криклій, Л. Павленко [6], О. Курченко, А. Головатенко, Л. Карасевич [7], С. Майданюк [8], В. Страхарчук, А. Страхарчук [9], Л. Брок, Ю. Леві (*Brock L., Levy Y.*) [11], Р. Кірілов [14], С. Палфі, М. Мурешан [16], А. Усман, М. Шах [18] та інші.

Проте увага науковців зосереджується в основному на окремих складниках системи забезпечення кібербезпеки банку. Пошуку шляхів підвищення ефективності забезпечення кібербезпеки банку присвячено не досить уваги.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення теоретичних і практичних засад забезпечення кібербезпеки банку і пошук шляхів підвищення його ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Дослідження [12] показало, що менеджмент банку насамперед піклується про цілісність даних, втрату або розкриття даних (особливо персональних даних клієнтів банку), вразливість (кібератаки на аутсорсингові компанії, внутрішні загрози, а також кібернетичні ризики, пов'язані з використанням банком хмарних технологій), операційну стійкість банку (його спроможність відновити операційну діяльність після кібератаки та надати клієнтам доступ до банківських сервісів). Інструменти для здійснення кібератак невпинно розвиваються та стають доступнішими. У багатьох випадках кіберзлочини здійснюються за участі персоналу банку, а також із використанням методів соціальної інженерії. Спостерігається сплеск нових загроз у сфері соціальних мереж, мобільних пристроїв, а також хмарних технологій. Дослідження компанії EPG виявило такі слабкі сторони в забезпеченні кібербезпеки банків, як відсутність форензик-аналізу для визначення першопричин інцидентів інформаційної безпеки, відсутність необхідних даних для точного усвідомлення ситуації, відсутність ретроспективного аналізу та оперативної

адаптації системи кіберзахисту для запобігання подібним атакам у майбутньому [13]. Тому надзвичайної гостроти та актуальності набуває проблема підвищення ефективності забезпечення кібербезпеки банку.

Аналіз наукових публікацій у сфері кібербезпеки дає змогу виділити організаційний та технологічний аспекти забезпечення кібербезпеки банку. Згідно із Законами України «Про Національний банк України» та «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України», а також Стратегією кібербезпеки України, на НБУ покладено завдання із встановлення правил захисту інформації, визначення порядку, вимог і заходів із забезпечення кіберзахисту та інформаційної безпеки в банківській системі України та здійснення контролю за їх виконанням.

У складі НБУ функціонує Департамент безпеки, однією з основних функцій якого є розроблення та реалізація стратегії і політики інформаційної безпеки НБУ, упровадження новітніх технологій у частині забезпечення ефективного і цілеспрямованого захисту інформації в інформаційній інфраструктурі НБУ та банківської системи України. В НБУ створено Центр кіберзахисту з командою реагування на кіберінциденти в банківській системі (CSIRT-NBU), який співпрацює з Державним центром кіберзахисту Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України, підрозділом якого є урядова команда реагування на комп'ютерні надзвичайні події України (CERT-UA). НБУ співпрацює також із Національним координаційним центром кібербезпеки, який є робочим органом РНБО, та Департаментом кіберполіції Національної поліції України.

Згідно із Законом України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України», суб'єкти забезпечення кібербезпеки в межах своєї компетенції:

- здійснюють виявлення і реагування на кіберінциденти та кібератаки, усунення їх наслідків;
- здійснюють інформаційний обмін щодо реалізованих та потенційних кіберзагроз;
- розробляють і реалізують запобіжні, організаційні, освітні та інші заходи у сфері кібербезпеки;
- забезпечують проведення аудиту інформаційної безпеки, у тому числі на підпорядкованих об'єктах та об'єктах, що належать до сфери їх управління.

Водночас на рівні бізнесу за кібербезпеку комерційного банку відповідає його власник. Зокрема, Постанова НБУ «Про затвердження Положення про організацію заходів із забезпечення інформаційної безпеки в банківській системі України» № 95 від 28.09.2017 року передбачає впровадження банками процесу управління ризиками інформаційної безпеки в межах системи управління ризиками банку, систем виявлення

атак і моніторингу подій управління інцидентами. У зв'язку з цим основними шляхами підвищення ефективності забезпечення кібербезпеки банку в організаційному аспекті, на нашу думку, є:

1) покращення взаємодії суб'єктів забезпечення кібербезпеки в банківській сфері;

2) впровадження внутрішнього аудиту кібербезпеки банку;

3) забезпечення відповідності системи управління інформаційною безпекою банку міжнародним стандартам;

4) вдосконалення політики інформаційної безпеки банку.

У провідній компанії в галузі бізнес-аналітики SAS Institute вважають, що новими викликами у сфері кібербезпеки є зростаюче розмаїття кіберзагроз, необхідність швидкої обробки даних про кібератаки, велика кількість повідомлень, що генеруються системою кіберзахисту та вимагають оперативного реагування, управління великими масивами даних, аналіз і модернізація системи кіберзахисту на підставі нових відомостей [17]. Тому для підвищення ефективності протидії кібератакам важливо забезпечити обмін інформацією про інциденти інформаційної безпеки. Покращення взаємодії суб'єктів забезпечення кібербезпеки в банківській сфері ми вбачаємо у впровадженні Security Operations Center (центру моніторингу та реагування на інциденти інформаційної безпеки), архітектура якого складається з двох основних компонентів:

1) розподіленої системи збору подій інформаційної безпеки, розгорнутої в межах інформаційної інфраструктури банку, яка відповідає за збір і первинну обробку подій інформаційної безпеки з підключених джерел (серверів, що забезпечують обробку пластикових карт, міжмережевих екранів, мережевого обладнання, системи автентифікації, контролю цілісності, антивірусів тощо);

2) центрального ядра, що відповідає за автоматичне виявлення інцидентів інформаційної безпеки на підставі даних, отриманих від розподіленої системи збору подій інформаційної безпеки, а також зберігання подій інформаційної безпеки для їх ретроспективного аналізу.

Такий підхід дає можливість застосовувати для аналізу даних щодо реалізованих та потенційних кіберзагроз технології штучного інтелекту, машинного навчання та аналітики великих даних, виявляти та попереджувати кібершахрайства.

Кібербезпека потребує оцінки її ефективності, яка може бути отримана підрозділом внутрішнього аудиту банку. Внутрішній аудит кібербезпеки є важливим складником забезпечення кібербезпеки. Він дає змогу об'єктивно оцінити рівень кібербезпеки банку в умовах постійного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, а також дотримання вимог національного законодавства, нормативних

вимог регулятора та міжнародних стандартів інформаційної безпеки. Ми погоджуємося з авторами роботи [6] у тому, що в банку повинна бути передбачена можливість аудиту кібербезпеки аутсорсингових організацій, яким передана частина операційних процесів банку, бо таким чином банк потрапляє у залежність від стану кібербезпеки цих організацій.

Взаємозв'язок підрозділу внутрішнього аудиту банку із суб'єктами кібербезпеки банку наведено на рис. 1.

Для актуалізації плану роботи підрозділу внутрішнього аудиту його керівник повинен бути підзвітним безпосередньо члену наглядової ради, що очолює аудиторський комітет, щоб знати, управління якими ризиками є нині пріоритетним. Важливо також періодично проводити незалежне зовнішнє оцінювання якості методичного забезпечення та інструментарію внутрішнього аудиту кібербезпеки, кваліфікації персоналу підрозділу внутрішнього аудиту, результатів роботи та якості звітності внутрішнього аудиту. Одним із результатів незалежного зовнішнього оцінювання є дорожня карта з поліпшення якості роботи підрозділу внутрішнього аудиту в напрямі забезпечення кібербезпеки банку. Згідно з Постановою НБУ «Про затвердження Положення про організацію внутрішнього аудиту в банках України» № 311 від 10.05.2016 у 2020 році завершується п'ятирічний етап, протягом якого вітчизняні банки зобов'язані пройти зовнішнє оцінювання функції внутрішнього аудиту.

Для покращення стану кібербезпеки банку необхідно привести у відповідність до міжнародних стандартів систему управління інформаційною безпекою банку [3]. Запровадження у банку міжнародних стандартів інформаційної безпеки дає змогу оптимізувати витрати на забезпечення кібербезпеки, знизити ймовірність реалізації кіберризиків, здійснювати їх моніторинг та оцінку, розробити ефективну політику інформаційної безпеки та забезпечити її якісне виконання. Постанова НБУ «Про затвердження Положення про організацію заходів із забезпечення інформаційної безпеки в банківській системі України» № 95 від 28.09.2017 року передбачає впровадження банками системи управління інформаційною безпекою згідно з Національними стандартами ДСТУ ISO/IEC 27001:2015 «Інформаційні технології. Методи захисту. Система управління інформаційною безпекою. Вимоги» та ДСТУ ISO/IEC 27002:2015 «Інформаційні технології. Методи захисту. Система управління інформаційною безпекою. Звід практик щодо заходів інформаційної безпеки», розробленими на основі міжнародних стандартів серії ISO 27k, які забезпечують відповідність вимогам Базельського комітету Basel II щодо зменшення операційних ризиків банків.

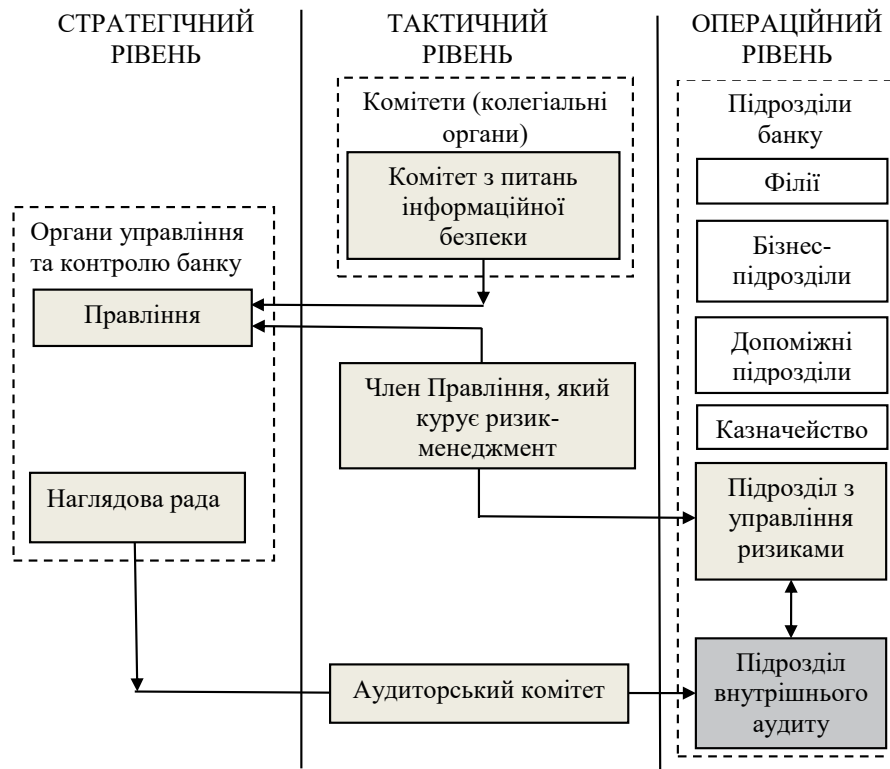


Рис. 1. Взаємозв'язок підрозділу внутрішнього аудиту банку із суб'єктами кібербезпеки банку

Джерело: побудовано автором на основі [6]

Згідно зі стандартом ДСТУ ISO/IEC 27001:2015 реалізація заходів інформаційної безпеки повинна відбуватися за допомогою політики інформаційної безпеки, яка визначає організаційні засади, напрями і цілі цих заходів, а також принципи діяльності у галузі інформаційної безпеки та кіберзахисту. Незважаючи на загальні принципи забезпечення інформаційної безпеки та кіберзахисту у банківській сфері, кожен із банків розробляє власну політику інформаційної безпеки, яка базується на результатах аудиту інформаційної інфраструктури та засобів кіберзахисту банку. Метою впровадження політики інформаційної безпеки банку є забезпечення надійного функціонування інформаційних систем банку та зниження збитків, що можуть наступити внаслідок реалізації інцидентів інформаційної безпеки. Політику інформаційної безпеки необхідно періодично переглядати з метою приведення у відповідність потребам бізнесу та стратегії розвитку банку.

У технологічному аспекті основним шляхом підвищення ефективності забезпечення кібербезпеки банку ми вбачаємо впровадження інноваційних технологій у сфері кіберзахисту. Для протидії кіберзагрозам в усьому світі традиційно використовують системи виявлення вторгнень IDS (Intrusion Detection System), що інформують про можливі порушення, та системи запобігання вторгненням

IPS (Intrusion Prevention System), що відстежують трафік і здатні виявляти та блокувати потенційні небезпеки. Обмеженням у використанні цих систем є той факт, що вони засновані на виконанні певних правил реагування, які технічно неможливо неперервно поновлювати, і тому не здатні реагувати на нові кіберзагрози. Інноваційними у сфері кіберзахисту є системи управління інформацією про безпеку та поточні події SIEM (Security Information and Event Management), здатні обробляти дані в реальному часі та вчасно виявляти спроби вторгнення, хоча й вони мають певні недоліки, наведені, наприклад, у [13]. Популярною в банківській сфері стає біометрична ідентифікація, зокрема ідентифікація клієнта за відбитком пальця та розпізнавання його за голосом під час звертання до call-центру. Банки все частіше використовують аналітичні технології великих даних (BigData Analytics) для захисту від шахрайств із грошовими транзакціями та пластиковими картками. Інноваційною є технологія блокчейн, яка дає змогу зберігати інформацію у відкритому доступі для зацікавлених осіб, які не можуть змінювати раніше внесені дані. Її використовують такі провідні банки, як CreditSuisse, GoldmanSachs, JP Morgan, Barclays.

Висновки з проведеного дослідження. За результатами дослідження виявлено, що

кібербезпека є головним пріоритетом у банківській сфері в усьому світі. В останні роки в Україні стрімко зросла кількість кіберзлочинів, постійно з'являються нові кіберзагрози, підвищується рівень кібернетичних ризиків. У цих умовах банки мають ефективно протидіяти зовнішнім і внутрішнім кіберзагрозам. У роботі виділено організаційний та технологічний аспекти забезпечення кібербезпеки банку. Виявлено недоліки у сучасному стані кібербезпеки банків і запропоновано заходи, реалізація яких дасть змогу підвищити ефективність забезпечення кібербезпеки банку й ефективність банківського бізнесу. В організаційному аспекті необхідно покращувати взаємодію суб'єктів забезпечення кібербезпеки в банківській сфері, внутрішній аудит кібербезпеки, політику інформаційної безпеки та відповідність системи забезпечення кібербезпеки банку міжнародним стандартам. У технологічному аспекті основним шляхом підвищення ефективності забезпечення кібербезпеки банку визначено впровадження інноваційних технологій у сфері кіберзахисту. Подальші дослідження можуть розвиватися в напрямі реалізації зазначених заходів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Безштанько Д.В. Інформаційна безпека банку в системі управління операційним ризиком. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2012. № 12, том 1. URL: <http://fkf.org.ua/article/view/28875> (дата звернення 29.06.2020).
2. Бурячок В.Л., Толубко В.Б., Хорошко В.О., Толюпа С.В. Інформаційна та кібербезпека: соціотехнічний аспект: підручник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2015. 288 с.
3. Домарєв В.В., Домарєв Д.В. Управління інформаційною безпекою в банківських установах (теорія і практика впровадження стандартів серії ISO 27k). Донецьк: Велстар, 2012. 146 с.
4. За останні п'ять років кількість кіберзлочинів в Україні зросла вдвічі. URL: <https://opendatobot.ua/blog/374-hackers> (дата звернення 29.06.2020).
5. Кібальник Л.О., Напора І.Ю. Впровадження політики інформаційної безпеки банківських установ. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 12 (2). С. 119–122. URL: <http://bses.in.ua/uk/12-2016%5303> (дата звернення 29.06.2020).
6. Криклій О.А., Павленко Л.Д. Внутрішній аудит як превентивна складова в системі кібербезпеки банку. *Облік і фінанси*. 2019. № 2 (84). С. 124–133.
7. Курченко О.А., Головатенко А.В., Карасевич Л.Ю. Підвищення ефективності системи управління захистом персональних даних клієнтів банку. *Сучасний захист інформації*. 2014. № 1. С. 32–37.
8. Майданюк Н.В. Перспективні технології підтримки інформаційної безпеки в банківській сфері. *Вісник Черкаського університету*. 2017. № 1. С. 88–96.
9. Страхарчук В., Страхарчук А. Шляхи підвищення ефективності електронного банківського бізнесу. *Молодь і ринок*. 2011. № 11(82). С. 117–123.
10. Як банкам встояти в результаті кібератаки? URL: <https://finclub.net/ua/priama-mova/yak-bankam-vstoiaty-u-vypadku-kiberataky.html> (дата звернення 29.06.2020).
11. Brock L., Levy Y. The market value of information system (IS) security for e-banking. *Online Journal of Applied Knowledge Management*. 2013, vol. 1, pp. 1–17.
12. An endurance course: surviving and thriving through 10 major risks over the next decade: Tenth annual EY/IIF global bank risk management survey. URL: https://www.iif.com/Portals/0/Files/content/Regulatory/11062019_iif_ey_global_risk_survey_2019.pdf (дата звернення 29.06.2020).
13. EPG. Analytics-based approach to cyber security. URL: <http://docplayer.net/2410200-An-analytics-based-approach-to-cybersecurity.html> (дата звернення 29.06.2020).
14. Kirilov R. Effectiveness of the Information Security in the Banks. *Cybernetics and Information Technologies*. 2006, vol. 6, no. 2, pp. 70–85.
15. KPMG. Global banking fraud survey. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/05/global-banking-fraud-survey.pdf> (дата звернення 29.06.2020).
16. Palfi C., Muresan M. Survey on Weaknesses of Banks Internal Control Systems. *Journal of International Finance and Economics*. 2009, no. 9 (1), pp. 106–116.
17. SAS. Trends in combating cyber crime. Tips and technology for defending your network. URL: <https://www.risktech-forum.com/research/sas-trends-in-combating-cybercrime-tips-and-techniques-for-defending-your-n> (дата звернення 29.06.2020).
18. Usman A.K., Shah M.H. Critical success factors for preventing e-banking fraud. *The Journal of Internet Banking and Commerce*. 2013, no. 18 (2). URL: <http://www.icommercecentral.com/open-access/critical-success-factors-for-preventing-ebanking-fraud-1-14.php?aid=38196> (дата звернення 29.06.2020).

REFERENCES:

1. Bezhtanko D.V. (2012) Informatsiina bezpeka banku v systemi upravlinnia operatsiinym ryzykom [Information security of the bank in the operational risk management system]. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky* [Financial and credit activities: problems of theory and practice] (electronic journal), vol. 1, no. 12, pp. 1–6. Available at: <http://fkf.org.ua/article/view/28875> (accessed 29 June 2020).
2. Buriachok V.L., Tolubko V.B., Khoroshko V.O., Toliupa S.V. (2015) *Informatsiina ta kiberbezpeka: sotsiotekhnichnyi aspekt: pidruchnyk* [Information and cybersecurity: socio-technical aspect: textbook]. Kyiv: Derzhavnyi universytet telekomunikatsii. (in Ukrainian)
3. Domariiev V.V., Domariiev D.V. (2012) *Upravlinnia informatsiinoiu bezpekoiu v bankivskykh ustanovakh (teoriia i praktyka vprovadzhennia standartiv serii ISO 27k)* [Information security management in banking institutions (theory and practice of implementing ISO 27k series standards)]. Donetsk: Velstar. (in Ukrainian)
4. Za ostanni piat rokiv kilkist kiberzlochyniv v Ukraini zroslo vdvichi [The number of cybercrimes in Ukraine has doubled in the last five years]. Available at: <https://opendatobot.ua/blog/374-hackers> (accessed 29 June 2020).

5. Kibalnyk L.O., Napora I.Yu. (2016) Vprovadzhennia polityky informatsiinoi bezpeky bankivskykh ustanov [Implementation of information security policy of banking institutions]. *Prychornomorski ekonomichni studii* [Black Sea Economic Studies] (electronic journal), vol. 12 (2), pp. 119–122. Available at: <http://bses.in.ua/uk/12-2016%5303> (accessed 29 June 2020).
6. Kryklii O.A., Pavlenko L.D. (2019) Vnutrishnii audyt yak preventyvna skladova v systemi kiberbezpeky banku [Internal audit as a preventive component in the bank's cybersecurity system]. *Accounting and finance*, no. 2 (84), pp. 124–133.
7. Kurchenko O.A., Holovatenko A.V., Karasevych L.Yu. (2014) Pidvyshchennia efektyvnosti systemy upravlinnia zakhystom personalnykh danykh klientiv banku [Improving the efficiency of protection management system of the bank's clients personal data]. *Modern information protection*, no. 1, pp. 32–37.
8. Maidaniuk N.V. (2017) Perspektyvni tekhnologii pidtrymky informatsiinoi bezpeky v bankivskii sferi [Promising technologies to support information security in the banking sector]. *Bulletin of Cherkasy University*, no. 1, pp. 88–96.
9. Strakharchuk V., Strakharchuk A. (2011) Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti elektronnoho bankivskoho biznesu [Ways to increase the efficiency of e-banking]. *Youth and the market*, no.11(82), pp.117–123.
10. Yak bankam vstoiaty v rezultati kiberataky? [How can banks withstand a cyber attack?]. Available at: <https://finclub.net/ua/priama-mova/yak-bankam-vstoiaty-u-vypadku-kiberataky.html> (accessed 29 June 2020).
11. Brock L., Levy Y. (2013) The market value of information system (IS) security for e-banking. *Online Journal of Applied Knowledge Management*, vol. 1, pp. 1–17.
12. An endurance course: surviving and thriving through 10 major risks over the next decade: Tenth annual EY/IIF global bank risk management survey. Available at: https://www.iif.com/Portals/0/Files/content/Regulatory/11062019_iif_ey_global_risk_survey_2019.pdf (accessed 29 June 2020).
13. EPG. Analytics-based approach to cyber security. Available at: <http://docplayer.net/2410200-An-analytics-based-approach-to-cybersecurity.html> (accessed 29 June 2020).
14. Kirilov R. (2006) Effectiveness of the Information Security in the Banks. *Cybernetics and Information Technologies*, vol. 6, no. 2, pp. 70–85.
15. KPMG. Global banking fraud survey. Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/05/global-banking-fraud-survey.pdf> (accessed 29 June 2020).
16. Palfi C., Muresan M. (2009) Survey on Weaknesses of Banks Internal Control Systems. *Journal of International Finance and Economics*, no. 9 (1), pp. 106–116.
17. SAS. Trends in combating cyber crime. Tips and technology for defending your network. Available at: <https://www.risktech-forum.com/research/sas-trends-in-combating-cybercrime-tips-and-techniques-for-defending-your-n> (accessed 29 June 2020).
18. Usman A.K., Shah M.H. (2013) Critical success factors for preventing e-banking fraud. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, no. 18(2). Available at: <http://www.icommercecentral.com/open-access/critical-success-factors-for-preventing-ebanking-fraud-1-14.php?aid=38196> (accessed 29 June 2020).

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Бичкова Н.В., Цевух Ю.О., Ромаскевич Г.О. ВПЛИВ ЯКОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ.....	3
Кавун-Мошковська О.О. РЕГІОНАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ МАРКЕТПЛЕЙСІВ У СВІТОВІЙ ЕЛЕКТРОННІЙ РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ.....	8
Колодійчук В.А., Крупка З.М. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ У ЛОГІСТИЦІ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР.....	15
Король М.М. ЕВОЛЮЦІЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ.....	21
Савченко Т.В., Константинова Т.В. МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ЗЕРНОМ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	27

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Недбалюк О.П. РОЗВИТОК БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ.....	32
Чиркова Ю.Л., Яремчук Т.С. ПІДХОДИ ДО ОПОДАТКУВАННЯ У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	38
Школенко О.Б., Терещенко Е.Ю., Шуляр Н.М. ПОКРАЩЕННЯ БІЗНЕС-КЛІМАТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	45
Яснолоб І.О., Козаченко Ю.А., Березницький Є.В. НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ І ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ «СІЛЬСЬКІ ТЕРИТОРІЇ».....	52

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Балан В.Г. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН У КОНКУРЕНТНОМУ АНАЛІЗІ ПІДПРИЄМСТВ.....	58
Wen Mingming, Velychko V., Grytskov E. GEOECONOMICS OF THE COASTAL REGIONS: THE DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL PROGRAMS OF PREPARATION OF MASTERS	66
Ведєніна Ю.Ю., Мажаренко К.П., Різніченко Л.В. КОНТРОЛІНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПРИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВНУТРІШНІХ РЕЗЕРВІВ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	72
Вонберг Т.В., Головка А.А. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ДИДЖИТАЛ-ІННОВАЦІЙ.....	79
Гусєва О.Ю., Труш М.С. ВПЛИВ ЕТНОНАЦІОНАЛЬНИХ ЧИННИКІВ НА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	84
Дорогая И.И. СТАНОВЛЕННЯ ІННОВАЦІОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНІЙ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОНЦЕПЦІЇ УСТОЙЧИВОГО РОЗВИТКУ.....	90
Квіта Г.М., Шіковець К.О., Казнодій В.О. ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РІВНЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ.....	96
Kirpa M., Kompaniets V., Kulik A. EFFICIENCY OF SALE OF WINTER WHEAT GRAIN UNDER FORWARD CONTRACTS DEPENDING ON THE CONDITIONS OF THE MARKETING YEAR.....	102
Конопліна О.О., Мізик Ю.І. СТРАТЕГІЇ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ.....	109
Ларіна Я.С., Попов О.О. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЯЄЦЬ І ЯЄЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ.....	113

Лебедєв І.В. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ.....	121
Масюк Ю.О., Мандюк Н.Л., Білоус С.В. НОВІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ: КОМУНІКАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ.....	128
Нагорний Є.І., Березова С.М. АНАЛІЗ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ІНСТРУМЕНТАЛЬНОГО НАПОВНЕННЯ ПРОЦЕДУРИ МАРКЕТИНГОВОГО ТЕСТУВАННЯ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ РИНКОВИХ ПЕРСПЕКТИВ ТОВАРНИХ ІННОВАЦІЙ НА ЕТАПАХ ІННОВАЦІЙНОГО ЦИКЛУ ЇХ РОЗРОБЛЕННЯ.....	136
Пробоїв О.А., Горан Т.А. ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ У РЕГІОНАЛЬНОМУ КОНТЕКСТІ В РАМКАХ СПІВПРАЦІ З КРАЇНАМИ ЄС.....	142
Савченко О.Р. МОТИВАЦІЙНИЙ СКЛАДНИК СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗМІН	152
Соколюк Г.О., Стадник В.В. МОЖЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В НАРОЩУВАННІ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	158
Цалко Т.Р., Овсюк В.О. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ЕКОНОМІКИ.....	165
Чернобай Л.І., Ясінська Т.В. УДОСКОНАЛЕННЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ.....	170
Шаповал Г.М. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	176
Яснолоб І.О., Чайка Т.О., Черненко К.В. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ РЕНТИ НА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ЇХ РОЗВИТКУ З УРАХУВАННЯМ ЕКОЛОГО-СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СКЛАДОВИХ.....	181
РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Бойда С.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В КАРПАТСЬКОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ РАЙОНІ.....	188
Корж Н.В., Онишук Н.В. РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	193
Ярьоменко С.Г. ПАМ'ЯТКИ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ ЯК ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	198
РОЗДІЛ 5. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Палехова В.А. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПРАЦІ.....	206
Петухова О.М., Заяць Т.А., Нечитайло Т.Ю. СОЦІАЛЬНА ОРІЄНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ЯКОСТІ ЖИТТЯ.....	214
РОЗДІЛ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Волкова О.В., Сисоєнко І.А. ФІСКАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ НЕПРЯМИХ ПОДАТКІВ ТА ЇХНЯ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ	220
Гончар Г.П. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....	225
Малишко Є.О. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ.....	233

Марусяк Н.Л. ФІНАНСОВІ ВІДНОСИНИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ОРГАНІЗАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ДИНАМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	242
РОЗДІЛ 7. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Василішин С.І. РОЗВИТОК ІНСТИТУТУ ПРОФЕСІЙНОГО БУХГАЛТЕРСЬКОГО СУДЖЕННЯ В КОНТЕКСТІ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	247
Фоміна О.В. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК У КАЗНАЧЕЙСТВІ БАНКУ В УМОВАХ ЗМІН.....	253
РОЗДІЛ 8. СТАТИСТИКА	
Pohorielova T., Boublik V. STATISTICAL ANALYSIS OF THE FACTORS OF SUPPLY FORMATION ON THE UKRAINIAN MONEY MARKET	258
РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ	
Жерліцин Д.М., Іванькова А.А. МОДЕЛЮВАННЯ РИЗИКУ БРАКУ ПІД ЧАС ВИРОБНИЦТВА ЕЛЕКТРИЧНОГО УСТАТКУВАННЯ.....	263
Юрченко М.Є., Клименко Т.В. ПРО АЛГОРИТМ НАСТРОЙКИ АДАПТАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ.....	270
РОЗДІЛ 10. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА	
Гриценко К.Г. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КІБЕРБЕЗПЕКИ БАНКУ	274

CONTENTS

SECTION 1. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Bychkova Nataliia, Tsevukh Yuliia, Romaskevych Georgii

THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF CORPORATE GOVERNANCE
ON THE EFFICIENCY OF COMPANIES.....3

Kavun-Moshkovska Olha

REGIONAL CHARACTERISTICS OF MARKET PLACES DEVELOPMENT
IN WORLD ELECTRONIC RETAIL TRADE.....8

Kolodiychuk Volodymyr, Krypka Zoriana

EVALUATION OF MANAGEMENT EFFICIENCY IN OIL CROP LOGISTICS.....15

Korol Maryna

EVOLUTION OF THE USUAL REGULATION OF THE EUROPEAN SERVICE SYSTEM.....21

Savchenko Tetyana, Konstantynova Tetyana

INTERNATIONAL GRAIN TRADE: CURRENT SITUATION
AND DEVELOPMENT PROSPECTS FOR UKRAINE.....27

SECTION 2. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Nedbalyuk Oleksandr

DEVELOPMENT OF EXCHANGE TRADE IN UKRAINE
AS PREREQUISITE FOR ECONOMIC GROWTH.....32

Chyrkova Yuliia, Yaremchuk Tetiana

APPROACHES TO TAXATION IN THE EUROPEAN UNION:
POLISH EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR UKRAINE.....38

Shkolenko Oksana, Tereshchenko Eleonora, Shulyar Nataliia

IMPROVING THE BUSINESS CLIMATE FOR THE DEVELOPMENT
OF THE SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE IN UKRAINE.....45

Yasnobol Ilona, Kozachenko Yuliia, Berezhnyskyi Ievgenii

SCIENTIFIC AND PRACTICAL FUNDAMENTALS OF DEFINING THE ESSENCE AND CONTENT
OF THE CONCEPT OF "RURAL TERRITORIES".....52

SECTION 3. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Balan Valeriy

FUZZY SET THEORY TOOLKIT IN COMPETITIVE ANALYSIS OF ENTERPRISES.....58

Wen Mingming, Velychko Volodymyr, Grytskov Evgen

GEOECONOMICS OF THE COASTAL REGIONS: THE DEVELOPMENT
OF EDUCATIONAL PROGRAMS OF PREPARATION OF MASTERS66

Viedienina Yuliia, Mazharenko Katerina, Riznichenko Liudmyla

CONTROLLING AS AN EFFECTIVE TOOL FOR COST MANAGEMENT
IN OPTIMIZING THE INTERNAL RESERVES OF THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISE.....72

Vonberg Tetyana, Holovko Anna

TRENDS OF PERSONNEL RECRUITMENT DEVELOPMENT
THROUGH THE PRISM OF DIGITAL INNOVATION.....79

Guseva Olga, Trush Maria

THE INFLUENCE OF ETHNO-NATIONAL FACTORS ON THE CORPORATE CULTURE
MANAGEMENT PROCESS OF A MODERN ENTERPRISE.....84

Dorogaia Irina

FORMATION OF INNOVATIVE MANAGEMENT OF COMPANIES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA
THROUGH THE PRISM OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....90

Kvita Halyna, Shikovets Catherine, Kaznody Vitaliy

ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING OF STAFF LOYALTY LEVEL.....96

Kirpa Mykola, Kompaniets Viktoriya, Kulik Alla

EFFICIENCY OF SALE OF WINTER WHEAT GRAIN UNDER FORWARD CONTRACTS
DEPENDING ON THE CONDITIONS OF THE MARKETING YEAR.....102

Konoplina Olena, Mizik Iuliia

A STRATEGY OF REPUTATION MANAGEMENT OF WATER SUPPLY SERVICES COMPANIES.....109

Larina Yaroslava, Popov Oleksandr

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE EGG
AND EGG PRODUCTS MARKET IN UKRAINE.....113

Lebedyev Ihor LEGAL REGULATION OF ACTIVITIES OF TOURIST ENTERPRISES IN THE EUROPEAN UNION.....	121
Masiuk Yuliia, Mandiuk Nazarii, Bilous Sofiia NEW FORMS OF RESTAURANT SERVICE ORGANIZATION IN THE WORLD AND IN UKRAINE: COMMUNICATION FEATURES.....	128
Nagornyi Yeugene, Berezova Svitlana ANALYSIS OF THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE INSTRUMENTAL SUPPORT OF THE MARKETING TESTING PROCEDURE FOR ASSESSING THE MARKET PROSPECTS OF PRODUCT INNOVATIONS WITHIN THE STAGES OF INNOVATIVE CYCLE.....	136
Proboyiv Olga, Goran Tetyana FOREIGN TRADE ACTIVITIES OF THE NATIONAL BUSINESSES IN THE REGIONAL CONTEXT WITHIN COOPERATION WITH THE EU MEMBER STATES.....	142
Savchenko Olga COMMERCIAL ENTERPRISES STRATEGIC DEVELOPMENT MOTIVATIONAL COMPONENT IN CONDITIONS OF CHANGES.....	152
Skoliuk Galyna, Stadnyk Valentyna POSSIBILITIES OF INNOVATIVE INFRASTRUCTURE IN BUILDING THE POTENTIAL OF SMALL ENTERPRISES DEVELOPMENT.....	158
Tsalko Tetiana, Ovsiuk Volodymyr FORMATION OF ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS.....	165
Chernobay Liana, Yasinska Tetiana IMPROVEMENT OF BUSINESS ACTIVITY ADMINISTRATION ON HOTEL AND TOURIST ENTERPRISES.....	170
Shapoval Galyna PRODUCTION QUALITY MANAGEMENT IN SYSTEM OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISE.....	176
Yasnobol Ilona, Chayka Tetyana, Chernenko Kseniia FORMATION AND DISTRIBUTION OF INTELLECTUAL RENT TO THE AGRICULTURAL ENTERPRISES ON THE INNOVATIVE STRATEGIES FOR DEVELOPMENT BASED ECOLOGICAL AND SOCIO-ECONOMIC COMPONENTS.....	181
SECTION 4. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Boyda Svitlana CURRENT STATE AND PROSPECTS OF RESOURCE CONSERVATION DEVELOPMENT IN THE CARPATHIAN ECONOMIC REGION.....	188
Korzh Nataliia, Onyshchuk Natalia DEVELOPMENT OF RURAL GREEN TOURISM IN VINNITSA REGION.....	193
Iaromenko Sergii CULTURAL HERITAGE SITES OF ODESSA REGION AS A POTENTIAL FOR TOURISM DEVELOPMENT.....	198
SECTION 5. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Palekhova Viktoriya CURRENT STATE AND PROBLEMS OF THE DOMESTIC LABOR MARKET.....	206
Petuhova Olha, Zaiats Tetiana, Nechytailo Tetiana SOCIAL ORIENTATION OF INNOVATIVE PROCESSES IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF QUALITY OF LIFE.....	214
SECTION 6. MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Volkova Olena, Sysoenko Irina FISCAL EFFICIENCY OF INDIRECT TAXES AND THEIR ROLE IN BUDGET REVENUE FORMATION.....	220
Honchar Halina FEATURES OF LOCATION OF LOCAL BUDGET REVENUES.....	225
Malyshko Yevgenya ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT OF THE PENSION SECURITY SYSTEM IN UKRAINE.....	233

Marusyak Nataliia FINANCIAL RELATIONS OF ENTERPRISES AND THEIR ORGANIZATION IN THE MODERN DYNAMIC ENVIRONMENT.....	242
---	------------

SECTION 7. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Vasylishyn Stanislav DEVELOPMENT OF THE INSTITUTE OF PROFESSIONAL ACCOUNTING JUDGMENT IN THE CONTEXT OF STRENGTHENING THE ECONOMIC SECURITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	247
Fomina Olena MANAGEMENT ACCOUNTING IN THE BANK'S TREASURY IN THE CONDITIONS OF CHANGES.....	253

SECTION 8. STATISTICS

Pohorielova Tetiana, Boublik Violeta STATISTICAL ANALYSIS OF THE FACTORS OF SUPPLY FORMATION ON THE UKRAINIAN MONEY MARKET	258
---	------------

SECTION 9. MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Zherlitsyn Dmytro, Ivankova Anastasiia MODELLING RISK OF DEFECTS IN THE ELECTRICAL EQUIPMENT PRODUCTION.....	263
Iurchenko Maryna, Klymenko Tetiana ON ALGORITHM OF ADAPTATION MODEL TUNING.....	270

SECTION 10. REVIEW

Gritsenko Konstantin WAYS TO RAISE THE EFFICIENCY OF PROVIDING BANK'S CYBERSECURITY.....	274
--	------------

Наукове видання

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 45

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Засновник видання:

ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»

Адреса редакції: вул. Інглезі 6/1, оф. 135,
м. Одеса, Україна, 65101

Телефон: +38 (048) 709-38-69

Веб-сайт журналу: www.market-infr.od.ua

E-mail редакції: journal@market-infr.od.ua