

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 21

**Одеса
2018**

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук, професор.

Заступник головного редактора:

Маргасова Вікторія Геннадіївна – доктор економічних наук, професор.

Відповідальний секретар:

Коркоц Олександр Миколайович – кандидат економічних наук.

Члени редколегії видання:

Барна Марта Юріївна – доктор економічних наук, доцент.

Верхоглядова Наталія Ігорівна – доктор економічних наук, професор.

Войт Сергій Миколайович – доктор економічних наук.

Гулей Анатолій Іванович – доктор економічних наук.

Князева Олена Альбертівна – доктор економічних наук, професор.

Коваленко Олена Валеріївна – доктор економічних наук, професор.

Кузьминчук Наталія Валеріївна – доктор економічних наук, професор.

Миронова Лариса Геннадіївна – доктор економічних наук.

Скидан Олег Васильович – доктор економічних наук, професор.

Шмиголь Надія Миколаївна – доктор економічних наук, професор.

Ліна Пілелієне – Ph.D., професор економіки.

Натія Гоголаурі – доктор економічних наук, професор.

Анджей Паулік – доктор економіки хабілітований, професор.

Катерина Нацвлішвілі – доктор економічних наук, професор.

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

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

**Рекомендовано до поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту
економіки та інновацій (протокол № 7 від 30.07.2018 року)**

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

PROSPECTS FOR IMPROVING THE TRANSMISSION MECHANISM OF MONETARY POLICY IN UKRAINE

ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТРАНСМІСІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

The article is devoted to topical issues of monetary regulation in Ukraine. The concept of transmission mechanism was defined. Were shown and explained all the key channels of monetary transmission used in Ukraine and in the world, and were suggested the ways to improve their efficiency, which in future may lead to the improvement of the economic situation in Ukraine. Was justified the necessity of improving the transmission mechanism for the monetary policy strategic objectives achieving. There were given the recommendations on how to improve the channels of transmission mechanism in Ukraine with the aim of increasing the effectiveness of monetary stabilization policy.

Key words: monetary control, transmission mechanism, transmission channels, money supply, interest rates, Central Bank, change of GDP.

Статтю присвячено актуальним питанням грошово-кредитного регулювання в Україні. Визначено поняття трансмісійного механізму. Показано та пояснено всі ключові канали грошової трансмісії, що застосовуються в Україні й світі, а також запропоновано шляхи підвищення їх ефективності, що в майбутньому може призвести до поліпшення економічної ситуації в країні. Обґрунтовано необхідність удосконалення трансмісійного механізму для досягнення стратегічних цілей грошово-кредитної політики. Наведено рекомендації щодо шля-

хів удосконалення каналів трансмісійного механізму в Україні для підвищення ефективності грошово-кредитної стабілізаційної політики.

Ключові слова: грошово-кредитне регулювання, трансмісійний механізм, канали трансмісії, грошова маса, відсоткові ставки, центральний банк, зміна ВВП.

Статья посвящена актуальным вопросам денежно-кредитного регулирования в Украине. Определено понятие трансмиссионного механизма. Показаны и объяснены все ключевые каналы денежной трансмиссии, применяемые в Украине и мире, а также предложены пути повышения их эффективности, что в будущем может привести к улучшению экономической ситуации в стране. Обоснована необходимость усовершенствования трансмиссионного механизма для достижения стратегических целей денежно-кредитной политики. Приведены рекомендации относительно путей усовершенствования каналов трансмиссионного механизма в Украине для повышения эффективности денежно-кредитной стабилизационной политики.

Ключевые слова: денежно-кредитное регулирование, трансмиссионный механизм, каналы трансмиссии, денежная масса, процентные ставки, центральный банк, изменение ВВП.

UDC 336.74

Kalinovskyi R.O.

PhD Student Department
of Economic Theory,
Macro and Microeconomics
Taras Shevchenko National University
of Kyiv

Statement of the problem. The current stage of economic development of Ukraine is determined by the impact of the crisis on all aspects of society, hence the need for development and implementation of active measures of regulatory impact in order to minimize the negative impact of the crisis on the national economy. In such circumstances, the research of problems related to optimization of the Central Bank's monetary policy tools of influence on the real sector of the economy are particularly relevant. Despite the fact that Central Bank has no direct influence on the achievement of the ultimate strategic goals of monetary regulation with the help of own instruments, there is a need of the achievement of defined tactical objectives, which is the direct influence of the Central Bank, i.e. involves the use of an appropriate transmission mechanism of monetary regulation. Therefore, a necessary condition for effective influence of monetary policy on the course of economic processes is the construction of effective mechanism of monetary transmission that provides

transmission of corresponding impulses of monetary regulation on the real sector.

Analysis of recent researches and publications. The issues of the use of appropriate Central Bank instrumentation are very relevant and widely reported in domestic and foreign scientific works. Recently, the problem of the effective monetary transmission mechanism has become widespread and is in the research interests of a significant number of scientists. Among the representatives of western and Ukrainian economic thought, which investigated the issue, it should be noted such scientists as John Keynes [1], V. Stelmakh [2], V. Bazilevich [3], V. Mishchenko [4; 5], S. Arzhevitin [6], T. Slipchenko [7], Ye. Andrushchak [8], A. Dzyublyk [9] and others.

This study examines, among other things, such unresolved part of the general problem as the search of ways to increase the efficiency of the transmission channels.

The purpose of the study is the examining of channels of the monetary policy transmission mechanism in Ukraine and searching for the ways to improve them

with the purpose of the efficiency increasing of the Central Bank influence on the real sector of economy.

The *main objectives* of the study are:

- disclosure of such economic phenomena as channels of the monetary policy transmission mechanism;
- highlight the key features of each transmission channel;
- analyze the transmission channels in Ukraine and in the world;
- finding ways to improve the transmission mechanism in Ukraine for the efficiency increasing of the Central Bank influence on the real sector of economy.

The *research object* is the provision of effective monetary stabilization policy as means of overcoming the negative processes and phenomena in economy.

The *research subject* is the analysis of the transmission channels in context of their impact on the implementation of monetary stabilization policy.

Results. Monetary regulation of economy is carried out by using the so-called transmission mechanism. For the first time this concept was introduced by John M. Keynes. Scientist called so the system of variables through which the money supply affects economic activity [1, p. 205]. Today, there are many points of view on the definition of this concept. In my opinion, most fully the economic essence of the monetary transmission definition displays V. Stelmakh, according to whom "the transmission mechanism is the relationship associated with the transmission of changes in the use of monetary policy instruments on macroeconomic variables through a complex chain of intermediate variables" [2, p. 205].

In the process of transmission mechanism implementation the effect of the Central Bank activity affects the real economy with a certain time lag. First, the effect of using monetary policy is reflected directly in the money supply that causes changes in the performance of the financial sector, such as interest rates, exchange rate, volumes of deposits and loans. These changes in turn affect the adoption of economic actors in decisions about production, consumption, savings, and investments. For example, "high interest rates have a negative impact on the propensity to investment, and taking into account the multiplier, on the economy as a whole" [3, p. 576]. Ultimately, this leads to a change in the gross domestic product.

Thus, schematically, the stages of the transmission mechanism action can be represented as follows:

The change in the money supply → Change in the financial sector (interest rates, exchange rates, volumes of loans and deposits and the like) → Changes in the real sector (investment, consumption, net exports, etc.) → Change of GDP

The impact of monetary policy instruments on the main economic indicators of the country is carried out through a chain of intermediate variables, or in other words, the channels of the transmission mechanism. The formation of various channels depends on the Central Bank transmission mechanism model. The

Central Bank takes into account national peculiarities of the economy, the main of which are the scale of the economy, its openness, level of development, tools and goals of monetary policy [4, p. 8-21].

Today the transmission mechanism model of Ukraine monetary policy is at the design stage. In the structure of monetary transmission mechanism in Ukraine today there are such channels as *monetary, channel of interest rates, channel of assets prices, credit channel and channel of economic agents' expectations*. Let us consider each of them separately.

1. *Monetary channel*, as considered in scientific literature, is the first channel of the transmission mechanism, which really began to be used in practice. Its action is characterized by direct effects of money supply on the monetary market and the price level in economy.

Monetary channel influences due to the fact that the optimum growth of the money base and the money supply to balance the structure of the money market plays a crucial role in the formation of inflation, prices and value of assets. The criterion of the monetary channel effectiveness is the observation of the money base growth, as well as the proportions of money supply growth.

Today in Ukraine, this channel is used quite actively because the operational target of monetary policy is the money base indicator. After the introduction of inflation targeting, the role of this channel will decrease, since the operational target of monetary policy should be the interest rate [5, p. 42].

2. *Interest channel* is the main channel of transmission mechanism. Its effect is that the change in the money supply affects the interest rates. The latter leads to a change in consumption, savings and investment. The ultimate impact indicators is the GDP, inflation or other strategic indicators [2, p. 208; 4, p. 15].

The scheme of functioning of the monetary transmission interest rate channel can be represented as follows:

The change in the money supply → Changes in interest rates → Changes in volume of consumption, savings, investments → Change of GDP

Within this channel, there are two separate channels: substitution and income. The effect of the *substitution channel* is that the change in interest rates affects the ability of subjects to meet their needs, in particular, puts before a choice: to fulfill own needs now, or save and implement them in the future. That is, lowering the interest rate increases current consumption, including the expense of the loans. The latter stimulates the growth of aggregate demand and production volumes. "The increase in interest rates leads to an increase in savings and decrease in consumption, which leads to a decrease in demand for loans. As a consequence will be a fall in aggregate demand and decline in production" [6, p. 10].

The effect of *channel of income* is based on the fact that the change in interest rates leads to a redistribution of income between creditors and borrowers. For example, higher interest rates contributes to the redistribution of income in favor of the lenders. Because

creditors are less inclined to spend savings than borrowers, the result will be a decrease in aggregate spending, which will restrain the growth of aggregate demand, particularly investment. Ultimately will be a decrease in production volumes [6, p. 10; 7, p. 252].

Enhancing of the effectiveness and efficiency of the interest rate channel functioning requires the following steps:

- development of a clear strategy for monetary policy;
- development of indicative interest rate and money market indicators;
- improvement of operating system of the banks liquidity regulation;
- development of the secondary securities market.

3. *Channel of assets prices* operates through changes in relative prices of financial and real assets. The Central Bank with tools of monetary regulation changes the volume of the money supply, which affects interest rates. The changes of the past affect the price of assets, such as securities, foreign currencies, real estate and the like. This is because, for example, in the case of lower interest rates the yield of money as an asset reducing. Economic actors starts to look for alternative objects of investment capital, the prices of which, due to increase in demand, grow [2, p. 208].

Some scientists allocate as a composite channel of assets prices channel in Ukraine monetary policy the *channel of the exchange rate*. The latter is a key element of monetary regulation in an open economy. "The action of the exchange rate channel is that in case of domestic interest rates reducing, which is a consequence of the increase in money supply, the demand for the national currency decreases, which leads to a decrease of the national currency, and consequently, to growth of net export and aggregate demand" [8, p. 108]:

The change in the money supply → Changes in interest rates → Change of the national currency exchange rate → Changes in net export and investment → Change of GDP

The effect of the influence of national currency exchange rate on the total expenditures can be decomposed into the effect of changes in relative prices and balance sheet effect.

The effect of changes in relative prices turns out in changes in the demand for domestic goods and services, which during the reduction in the national currency exchange rate become cheaper on the world market. This leads to an increase in aggregate demand through higher net export, which is an integral part of the gross domestic product of the country.

Balance sheet effect of change in national currency exchange rate is associated with the presence of liabilities in foreign currency in economic entities balance. If these liabilities are not fully covered by assets in a foreign currency, the rates growth may lead to changes of equity and the cost of servicing foreign currency obligations [4, p. 18].

The main directions of the exchange rate channel efficiency increase should be:

- increasing the liquidity of the foreign currencies market;
- clear permanent conditions of the Central Bank release on the currency market;
- reducing the level of the economy dollarization;
- improvement of currency risks hedging mechanisms.

4. The impact of the Central Bank's monetary policy on the availability of credit resources reflects the *credit channel*. It is based on the assumption that the Central Bank affects by instruments of monetary regulation on the change in supply of credit resources by changing the amount of the banking system free reserves [2, p. 210]:

Tools of monetary policy → Change in free reserves → Change of the credit volume → Changes in volume of consumption, savings, investment → Change of GDP

The main directions of improving the effectiveness of the credit channel should provide:

- improvement of credit and investment climate;
- the financial recovery of the banking system and its stability enhancing;
- development of mechanisms for the provision by Central Bank refinancing loans for investment projects financing (only for investment banks);
- improvement of credit conditions and strengthening of the creditors' rights protection mechanisms.

5. *Channel of expectations* characterizes the impact of changes in monetary policy on the economic agents expectations regarding future prices and macroeconomic situation and, accordingly, on their decision on consumption, savings and investment.

It is worth to notice that the instruments of monetary regulation are reflected directly in short-term rates on the money market. The reaction of long-term rates on the Central Bank operations depends on market expectations and confidence of market participants in targets of monetary policy. If monetary policy is consistent with the goals, and the macroeconomic situation is stable, the effect of the expectation channel will be negligible. When there is uncertainty in economic conditions due to low confidence in the governmental and monetary policy, generated pessimistic expectations that block incentives for economic growth.

The negative expectations of economic agents may be the cause of disruption in the transmission mechanism and reducing of the monetary regulation instruments impact that could cause significant deviation of actual values from the targets of monetary policy.

"The presence of economic agents' negative expectations could be shown by such indicators as growth in money velocity, the share of loans and deposits issued in foreign currency increasing, a significant share of cash in the money supply structure and other" [4, p. 19].

It should be noted that in addition to the channels, which are characteristic for the Ukraine's economy,

in the framework of the monetary transmission mechanism allocate such channels as *liquidity channel*, *channel of changes in equity*, *Tobin's q*, which relate to the *channel of asset prices*, etc.

Liquidity channel defines the relationship between the financial assets owned by households, and their (households') expenditures on the durable goods (cars, home appliances, real estate). In the basis of functioning of this channel is the desire of households to distribute the proceeds between the various assets in such way as to be able at any time to avoid financial difficulties. In this regard, households tries to store part of the cash revenues in the form of cash or highly liquid income-bearing financial assets. If in the household's assets structure investments in financial assets have a significant place compared to the debts of this subject, we can conclude that the probability of financial distress for this subject is low. Such households will be able to buy consumer durable goods.

Based on these assumptions, the effect of the liquidity channel can be characterized as follows: money supply growth leads to higher stock prices, resulting in a lower likelihood of financial difficulties, and households begin to increase their spending on durable goods. As a result, the aggregate demand and, consequently, production volumes will increase.

The influence of the *channel of changes in equity* on the real economy is as follows: increase in money supply leads to an increase in the value of firms' equity. The consequence of this, given that equity can be used as collateral, is the increasing of its cost. This has a direct impact on the creditworthiness of borrowers, because when it grows commercial banks begin to expand lending, which leads to production volumes increasing.

Thus, since the equity of the borrower indicates the stability of its activity and can be a guarantee of fulfillment of obligations under loan agreements, changes in bank clients equity influences the banks' decisions regarding the expansion or narrowing of their customers crediting. Consequently, this will affect the consumption and investment and will have an impact on production [6, p. 9-10].

Some scientists identify this channel as a *broad channel of lending* and call it balance channel. Then, respectively, the influence of Central Bank on money supply through a change in reserves is called the *narrow channel of lending*.

The basis of the *Tobin's q channel* action is the relationship between the stocks' price and the investment costs of the company. The Tobin's q is defined as the ratio of a firm market value and of replacement cost of its capital. The first one is the price at which the firm can be sold on the market, while replacement cost is the value of the firm in case if all its capital (machines, equipment, buildings and the like) were replaced with a new equipment at prices that have formed at the current moment on the market. If Tobin's q is high, this means that the cost of the firm's capital equipment is lesser compared to the market value of the company.

The effects of monetary impulses into the real sector through this channel are as follows: the increase in money supply raises the prices of securities that leads to an increase in the market value of firms compared to the replacement value of its capital. In this case, firms can issue new shares and sell them in the market at high prices. Additional financial resources will be directed to investment expansion, the purchase of new machinery and equipment. Thus, under conditions of constant prices for capital equipment growth in the Tobin's q will increase the level of investment spending. The consequence would be an increase in aggregate demand and production [6, p. 10-11].

"The strategic goals of economic development and successful application of the entire set of anti-crisis measures crucially depend on the effectiveness of market-oriented instruments of the Central Bank's monetary impact on the economy, a standard set of which is represented by the minimum reserve requirements, discount policy and open market operations. However, there is a problem of achieving maximum effect in a relatively short time" [9, p. 63].

Conclusions. In summary, we can conclude that the implementation of monetary policy occurs via the transmission mechanism. Under this concept understand the relationships associated with the transmission of changes in the use of monetary policy instruments on macroeconomic variables through a complex chain of intermediate variables. The latter are also known as channels. Each of them conveys the monetary impulse from the specific tools of the Central Bank to the real sector of economy. The effectiveness of these channels is determined by the result of influence on the final targets, in particular on gross output.

Analyzing the considered channels of the transmission mechanism of monetary regulation, we can conclude that for Ukraine due to the lack of a developed stock market is characterized a limited number of channels: monetary, channel of interest rates, channel of assets prices, credit channel and channel of economic agents' expectations. In addition to these, there are also liquidity channel, channel of changes in equity, Tobin's q and others.

Today in Ukraine the transmission mechanism of monetary policy is not effective enough, as evidenced by a weak relationship between monetary measures of Central Bank and the dynamics of financial market and real sector development. The cause is because until recently in monetary policy of Ukraine were used monetary aggregates and exchange rate targeting regimes. In conditions of post-crisis recovery, the implementation of the basic principles of the transmission mechanism of monetary policy occurred against the background of macroeconomic instability and monetary strain associated with the imperfection of the institutional framework, methods and tools of monetary policy implementing, as well as of the main approaches in operations of Central Bank.

A promising direction for further research in the area of improving the functioning of the transmission mechanism in Ukraine is the rationale for the development of secondary securities market, which will lead to not only revive the monetary and financial markets, but also to the more significant influence of the Central Bank on the real sector of economy.

REFERENCES:

1. Keynes J.M. (1999) *Obshchaia teoriia zaniatosti, protsenta y deneh* [The general theory of employment, interest and money]. Moscow: Gelios ARV, 352 p. (in Russian).
2. Stelmakh V.S. (2009) *Monetarna polityka Natsionalnoho banku Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy zmin* [Monetary policy of the National Bank of Ukraine: modern condition and prospects]. Kyiv: Tsentr naukovykh doslidzhen Natsionalnoho banku Ukrainy, 404 p. (in Ukrainian).
3. Bazylevych V.D., Bazylevych K.S. and Balastryk L.O. (2007) *Makroekonomika* [Macroeconomics]. Kyiv: Znannia, 703 p. (in Ukrainian).
4. Mishchenko I.V., Petryk A.I., Somyk A.V., Lysenko G.S. and others (2008) *Monetarnyi transmissiyni mekhanizm v Ukraini: Naukovo-analitychni materialy* [The monetary transmission mechanism in Ukraine: analytical materials]. Kyiv: Tsentr naukovykh doslidzhen Natsionalnoho banku Ukrainy, vol. 9, 144 p. (in Ukrainian).
5. Mishchenko V.I., Somyk A.V. and Lysenko G.S. (2010) *Osoblyvosti dii transmissiynoho mekhanizmu hroshovo-kredytnei polityky v umovakh kryzy* [Peculiarities of action of the transmission mechanism of monetary policy in conditions of crisis]. Kyiv: Tsentr naukovykh doslidzhen Natsionalnoho banku Ukrainy, 96 p. (in Ukrainian).
6. Arzhevitin S.M. (2009) *Kanaly monetarnoi transmissii* [Channels of monetary transmission]. Kyiv: Finansy, oblik i audyt, vol. 13, p. 7–14 (in Ukrainian).
7. Slipchenko T.O. (2011) *Napriamky optymizatsii monetarnoi transmissii za umov tranzitivnoi ekonomiky* [Directions of monetary transmission optimization under conditions of transitive economy]. Lviv: Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy, vol. 21.18., p. 250–255 (in Ukrainian).
8. Andrushchak Ye.M. and Khar V.S. (2011) *Transmissiyni mekhanizm hroshovo-kredytnei polityky v Ukraini* [The transmission mechanism of monetary policy in Ukraine]. Lviv: Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy, vol. 21.6., p. 106–113 (in Ukrainian).
9. Dzyublyk A.V. (2012) *Perspektyvy optymizatsii transmissiynykh mekhanizmiv hroshovo-kredytnei polityky v period kryzovykh yavlyshch na finansovykh rynkakh* [Prospects of optimization of the transmission mechanisms of monetary policy in the period of crisis in the financial markets]. Kyiv: Finansy, oblik i audyt, vol. 19, p. 55–64 (in Ukrainian).

Kalinovskyi R.O.

Postgraduate Student

Department of Economic Theory, Macro and Microeconomics,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

PROSPECTS FOR IMPROVING THE TRANSMISSION MECHANISM OF MONETARY POLICY IN UKRAINE

The implementation of monetary policy occurs via the transmission mechanism. Under this concept understand the relationships associated with the transmission of changes in the use of monetary policy instruments on macroeconomic variables through a complex chain of intermediate variables. The latter are also known as channels. Each of them conveys the monetary impulse from the specific tools of the Central Bank to the real sector of the economy. The effectiveness of these channels is determined by the result of the influence on the final targets, in particular, on gross output.

Analysing the considered channels of the transmission mechanism of monetary regulation, we can conclude that Ukraine due to the lack of a developed stock market is characterized by a limited number of channels: monetary, the channel of interest rates, the channel of assets prices, credit channel and channel of economic agents' expectations. In addition to these, there are also liquidity channel, the channel of changes in equity, Tobin's q , and others.

Today in Ukraine the transmission mechanism of monetary policy is not effective enough, as evidenced by a weak relationship between monetary measures of the Central Bank and the dynamics of the financial market and real sector development. The cause is because until recently in monetary policy of Ukraine, monetary aggregates and exchange rate targeting regimes were used. In conditions of post-crisis recovery, the implementation of the basic principles of the transmission mechanism of monetary policy occurred against the background of macroeconomic instability and monetary strain associated with the imperfection of the institutional framework, methods and tools of a monetary policy implementing, as well as of the main approaches in operations of the Central Bank.

In the research were given the recommendations on how to improve the channels of transmission mechanism in Ukraine with the aim of increasing the effectiveness of monetary stabilization policy. Also were shown and explained all the key channels of monetary transmission, and were suggested the ways to improve their efficiency, which in future may lead to the improvement of the economic situation in Ukraine.

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

МЕТОДИ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

METHODS FOR ESTIMATING THE INTELLECTUAL CAPITAL OF AN INTERNATIONAL COMPANY

Досліджено основні методи оцінювання інтелектуального капіталу міжнародної компанії, охарактеризовано переваги і недоліки їх застосування. Визначено специфічні особливості інтелектуального капіталу, що ускладнюють процес оцінювання вартості інтелектуального капіталу компанії. Узагальнено результати досліджень зарубіжних науковців у частині впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності міжнародної компанії. Визначено, що нині відсутній єдиний універсальний метод оцінювання інтелектуального капіталу, а тому в подальшому методи його оцінки необхідно вдосконалювати для отримання якісної і достовірної інформації про обсяги інтелектуального капіталу компанії.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, міжнародна компанія, ринкова вартість, конкурентні переваги, конкурентоспроможність.

Исследованы основные методы оценки интеллектуального капитала международной компании, охарактеризованы преимущества и недостатки их применения. Определены специфические особенности интеллектуального капитала, затрудняющие процесс оценки стоимости интеллектуального капитала компании. Обобщены результаты исследований зарубежных ученых в части воздействия интеллектуального капитала на резуль-

таты деятельности международной компании. Определено, что в настоящее время отсутствует единый универсальный метод оценки интеллектуального капитала, следовательно, в дальнейшем методы его оценки необходимо совершенствовать для получения качественной и достоверной информации об объемах интеллектуального капитала компании.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, международная компания, рыночная стоимость, конкурентные преимущества, конкурентоспособность.

The main methods of estimating the intellectual capital of an international company are investigated, advantages and disadvantages of their application are characterized. The specific features of intellectual capital, which complicate the process of estimating the value of the intellectual capital of the company, are determined. The results of researches of foreign scientists concerning the influence of intellectual capital on the results of the activity of an international company are summarized. It is determined that there is currently no single universal method for evaluating intellectual capital, and henceforth the methods of its evaluation need to be improved in order to obtain qualitative and reliable information about the volume of intellectual capital of the company.

Key words: intellectual capital, international company, market value, competitive advantages, competitiveness.

УДК 330.101

Воробей Ю.М.

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин
Київський національний торговельно-економічний університет

Постановка проблеми. Усвідомлення значимості інтелектуального капіталу для формування вартості компанії є вкрай необхідним із погляду можливості реалізації конкурентних переваг і отримання фінансового результату, який був би вищим за середньоринкові показники. В умовах економіки знань традиційні чинники формування конкурентних переваг, зокрема матеріальні ресурси, втрачають свою значимість. У період, коли знання та інформація виступають двигуном розвитку, успіху досягають компанії, яким вдається їх повною мірою використовувати для досягнення конкурентних переваг на внутрішньому та міжнародному ринках. Нині ринкова вартість провідних міжнародних компаній значно вища за балансову вартість, що зумовлено наявністю інтелектуального капіталу, який не відображений у традиційному балансі компанії. На думку низки науковців, інтелектуальний капітал може бути оцінений як різниця між балансовою

та ринковою вартістю компанії, а його зростання в останні роки актуалізує проблему пошуку уніфікованого методу вимірювання вартості інтелектуального капіталу, у тому числі для інформування акціонерів. Проблематика оцінювання інтелектуального капіталу є надзвичайно актуальною з огляду на:

- можливість більш точно оцінити вартість компанії, а також розгорнуто представити систему звітності;
- важливість його аналізу як вирішального чинника інвестування для потенційних інвесторів;
- зростання ефективності управління інтелектуальним капіталом, що забезпечує підвищення рейтингу компанії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методи оцінювання інтелектуального капіталу компанії та окремих його структурних компонент є предметом дослідження низки вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема Дж. Діеза, Л. Едвінсона, К. Свейбі,

Т. Стюарта, О. Кендюхова, І. Нагорної та ін. Водночас варто відзначити недостатню дослідженість методів, що дають змогу провести компаративний аналіз успішних практик трансформації інтелектуального капіталу в конкурентні переваги міжнародної компанії, а також оцінку впливу інтелектуального капіталу на результати її діяльності. Специфічні властивості об'єкта дослідження, що ускладнюють його оцінку на основі кількісних характеристик, а також відсутність навіть у розвинених країнах вимог щодо відображення інтелектуального капіталу в публічній звітності ускладнюють проведення емпіричних досліджень у цьому напрямі. Незважаючи на велику кількість ініціативних пропозицій як теоретиків, так і практиків, стандарти щодо оцінювання і відображення інтелектуального капіталу досі не сформовано.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення та аналіз методів оцінювання інтелектуального капіталу міжнародних компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. Потенціал інтелектуального капіталу створювати вартість зумовлений наявністю у нього таких властивостей, як ефект масштабу та мережеві ефекти [1, с. 22]. У значній кількості наукових робіт у частині оцінки інтелектуального капіталу все частіше акцентується увага на доданій вартості як одного з основних показників результативності використання інтелектуального капіталу. Зокрема, результати дослідження Департаменту промисловості і торгівлі Великої Британії вказують на те, що успішні компанії пов'язують можливість створення продуктів і послуг (із високою доданою вартістю) з інвестиціями в основний капітал [2, с. 43]. Низка науковців вважає, що капітал, який складається з фінансових і матеріальних активів, нині не можна розглядати як найбільш значимий ресурс для реалізації успішної діяльності міжнародних компаній на відміну від інтелектуального капіталу, що дає змогу сформувати додану вартість [3; 4]. У 2003 р. С. Файер та С. Вільямс [5] обґрунтували теорію корпоративної поведінки компаній, що ґрунтується на інтелектуальному капіталі підприємства і в рамках якої обґрунтовується ідея про пріоритетність урахування усіх видів ресурсів у діяльності компанії, однак інтелектуальний капітал залишається єдиним стратегічно значимим активом, що дає змогу формувати додану вартість. Високий рівень кореляції між обсягом інтелектуального капіталу і доданою вартістю на прикладі австрійських банків було виявлено А. Пулічем [6]. Водночас, на нашу думку, залишається дискусійним проблематика оцінювання процесу перетворення елементів інтелектуального капіталу у вартість з огляду на специфічні властивості цього виду нематеріальних активів. Основні проблемні аспекти такого перетворення проаналізовано колективом авторів під керівництвом Дж. Діеза [7]. Статистичний аналіз дав науковцям змогу виявити значний кореляційний зв'язок між елементами інтелектуального капі-

талу і доданою вартістю, однак на практиці доволі важко оцінити внесок інвестованого і інтелектуального капіталу в її формування. Однак ця проблематика набуває особливої актуальності з огляду на необхідність прийняття ефективних управлінських рішень. Таким чином, інтелектуальний капітал підвищує потенціал компанії щодо формування доданої вартості або ж виступає єдиним видом капіталу, що дає змогу її створювати. Для прийняття економічно обґрунтованих рішень необхідно не лише правильно оцінювати кількість та якість залучених інтелектуальних ресурсів, а й визначити рівень їхнього внеску у формування доданої вартості.

Отже, можемо визначити, що у переважній більшості наукових джерел інтелектуальний капітал розглядається як повноцінна компонента ресурсного портфелю компанії, а віддача від його використання повинна бути оцінена аналогічно до рентабельності фінансових і матеріальних активів міжнародної компанії.

Різноманіття методів оцінки інтелектуального капіталу, їх постійне оновлення і розширення не дають змоги вказати на єдину універсальну й стандартизовану методику оцінки інтелектуального капіталу міжнародних компаній, що зумовлено специфічним характером окремих елементів інтелектуального капіталу, які важко піддаються кількісному виміру.

Найбільш широко розповсюдженою залишається класифікація К. Свейбі, який виділяє чотири групи методів: методи ринкової капіталізації, методи віддачі на активи, методи прямої оцінки інтелектуального капіталу, методи підрахунку балів (експертні методи) (табл. 1).

Запропонована класифікація К. Свейбі певною мірою корелює з раніше запропонованою класифікацією Д. Люти [8], який виокремлює структурний (характеризується використанням різних одиниць виміру окремих елементів інтелектуального капіталу) і вартісний (передбачає агреговану оцінку нематеріальних активів, не оцінюючи окремо їхні елементи) підходи до оцінювання інтелектуального капіталу. На нашу думку, класифікація К. Свейбі не є всеохоплюючою й не передбачає розподіл методів оцінки власне самого інтелектуального капіталу від створюваної ним вартості. Незважаючи на це, запропонована класифікація є найбільш широко застосовуваною у науковій літературі й практиці.

Методи прибутковості активів (Return on Assets Methods – ROA) визначаються як співвідношення середнього доходу компанії до оподаткування за певний проміжок часу і середньої вартості її матеріальних активів. До способів оцінювання інтелектуального капіталу в рамках ROA-методів можна віднести низку показників, однак найбільш поширеними є EVA, VAIC та CIV. У рамках методів ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods – MCM) розраховується різниця між ринковою капіталізацією компанії і власним капіталом її акціонерів, а

Характеристика методів оцінки інтелектуального капіталу міжнародної компанії

Метод оцінки	Сутність методу	Переваги застосування	Недоліки застосування
Методи ринкової капіталізації (MCM)	ґрунтується на ринковій цінності компанії: а величина інтелектуальних активів визначається як різниця між ринковою вартістю і балансовою вартістю компанії (власним капіталом акціонерів)	• обґрунтована фінансова оцінка підкріплена реальними фактами купівлі-продажу акцій компанії	• не застосовуються у некомерційних компаніях; • залежність від змін ринкової кон'юнктури, що може призвести до змін ІК протягом дня
Методи прибутковості активів (ROA)	метод, що ґрунтується на оцінці рентабельності активів, за якого середня величина доходів компанії до вирахування податків ділиться на середню величину матеріальних активів	• простота розрахунку; • можливість порівняння результатів компаній у межах галузі; • можливість отримання інформації про неосяземі активи; • застосовуються при злитті компаній	• обмеженість у застосуванні (лише для публічних компаній); • можливість допущення похибки при оцінці середньоринкової прибутковості
Методи прямої оцінки інтелектуального капіталу (DIC)	поелементне грошове оцінювання за спеціальними методиками окремих елементів ІК із подальшим агрегуванням отриманих результатів у грошову узагальнюючу оцінку	• враховують специфіку формування та використання окремих елементів ІК; • розробленість методичного інструментарію оцінювання окремих компонент ІК	• трудомісткість процесу оцінки елементів інтелектуального капіталу
Методи експертної оцінки (SC)	оцінювання фінансових та нефінансових параметрів окремих елементів ІК із подальшим агрегуванням отриманих результатів методом рангів, що дає змогу сформувати інтегральне негрошове оцінювання стану формування та використання ІК	• можливість для кожного підприємства самостійно розробити перелік оцінюваних показників та вибрати механізм їх узагальнення; • ефективний інструмент управління процесами формування і використання ІК у межах компанії	• відсутність грошової оцінки; • суб'єктивізм під час формування узагальнюючого висновку в частині ефективності управління ІК; • неможливість проведення компаративного аналізу отриманих результатів для окремої компанії з конкурентами та середньогалузевими тенденціями

Джерело: побудовано автором

отримана величина розглядається як вартість її інтелектуального капіталу чи нематеріальних активів. До методів прямої оцінки інтелектуального капіталу (Direct Intellectual Capital Methods – DIC) належать методи, що ґрунтуються на ідентифікації й оцінці окремих активів чи елементів інтелектуального капіталу у грошовому вираженні. На їх основі в подальшому проводиться інтегральна оцінка інтелектуального капіталу компанії. Методи підрахунку балів (Scorecard Methods – SC) передбачають ідентифікацію різних елементів нематеріальних активів чи інтелектуального капіталу у формі балів. Застосування SC-методів не передбачає отримання інформації у грошовому вираженні, вони виступають переважно як методи діагностики інформаційної системи. Можна відзначити певну схожість між показниками DIC- та SC-методами, а також між MCM- та ROA-методами, адже у першому випадку оцінка починається з ідентифікації окремих елементів інтелектуального капіталу, завершуючись визначенням інтегрального показника, навпаки, у рамках MCM- та ROA-методів.

Початок XXI ст. ознаменувався появою низки досліджень, що спрямовані на виявлення загальних тенденцій і закономірностей впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності ком-

панії. Масштабність таких емпіричних розвідок пов'язана з їх охопленням практично всіх регіонів світу, незважаючи на негомогенність у частині використовуваної вибірки, часовому періоду досліджень, підходам до оцінювання, методам збору і обробки даних та ін.

Складність побудови універсальної емпіричної моделі впливу інтелектуального капіталу на результати діяльності міжнародної компанії пов'язана з його специфічними властивостями, зокрема [9, с. 190]:

- властивістю часткової невинятковості інтелектуальних ресурсів, яка полягає у тому, що компаніям технічно й юридично складно повною мірою контролювати використання власного інтелектуального капіталу з огляду на ймовірність отримання економічної вигоди від використання окремих елементів ІК у майбутньому не власниками компаній, а їхніми конкурентами;

- властивістю часткової неконкурентності, що полягає у можливості використання інтелектуального ресурсу одночасно в різних напрямках діяльності міжнародної компанії;

- відсутністю адитивності, оскільки зазвичай обсяг інтелектуальних ресурсів не зменшується під час їх використання, а додаткове інвестування

в інтелектуальний капітал не завжди призводить до зростання його обсягу;

– невід'ємністю від носія (у випадку людського капіталу);

– нематеріальною природою ресурсу, що ускладнює ідентифікацію компонентів інтелектуального капіталу і призводить до інформаційної асиметрії;

– компліментарністю активів, що означає, що цінність знань значною мірою залежить від контексту їх використання.

Здатність підприємства створювати й ефективно використовувати інтелектуальний капітал дедалі більшою мірою визначає його сталий розвиток і конкурентоспроможність на ринку [10, с. 11]. Розвиваючи інтелектуальний капітал, у підприємства з'являється можливість підвищення ефективності його діяльності, а також збільшення вартості [11, с. 280]. Проте інтелектуальний капітал розглядається як одна з найбільш дієвих конкурентних переваг у ринковій економіці. У зв'язку із цим наявні методи і підходи до оцінки інтелектуального капіталу в подальшому будуть тільки вдосконалюватися для отримання максимально адекватної оцінки дійсного інтелектуального капіталу фірми.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах інноваційної економіки застосування перелічених методів оцінки інтелектуального капіталу дає змогу збільшити прибутковість, забезпечити зростання вартості компанії і створення конкурентоспроможної продукції. Міжнародна компанія у силу специфіки своєї діяльності застосовує ті чи інші показники для розрахунку вартості інтелектуального капіталу. Разом із тим комплексна оцінка інтелектуального капіталу ускладнена тим, що вплив різних чинників важко оцінити у вартісних показниках. Отже, у подальшому методи оцінки інтелектуального капіталу необхідно вдосконалювати для отримання якісної і достовірної оцінки інтелектуального капіталу компанії. На нашу думку, наявна вітчизняна і міжнародна система обліку не готова до того, щоб оцінити й визнати компоненти інтелектуального капіталу як повноцінний об'єкт бухгалтерського обліку, однак повне його ігнорування вказує на регресивність в ефективному управлінні інтелектуальним капіталом міжнародної компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Lev B. R&D and capital markets. *Journal of Applied Corporate Finance*. 1999. Vol. 11. Issue 4. P. 21–35.
2. Zeghal D., Maaloul A. Analysing value added as an indicator of intellectual capital and its consequences on company performance. *Journal of intellectual capital*. 2010. Vol. 11. № 1. P. 39–60.
3. Riahi-Belkaoui A. Intellectual capital and firm performance of US multinational firms: a study of the resource-based and stakeholder views. *Journal of intellectual capital*. 2003. Vol. 4. № 2. P. 21–26.
4. Youndt M., Subramanian M., Snell S. Intellectual capital profiles: an examination of investments and

returns. *Journal of Management Studies*. 2004. Vol. 41. № 2. P. 335–361.

5. Firer S., Williams S. Intellectual capital and traditional measures of corporate performance. *Journal of Intellectual Capital*. 2003. Vol. 4. № 3. P. 348–360.

6. Pulic A. VAIC™ – an accounting tool for IC management. *International Journal of Technology Management*. 2000. Vol. 20. № 5(8). P. 702–714.

7. Diez J., Ochoa M., Prieto B., Santidrian A. Intellectual capital and value creation in Spanish firms. *Journal of Intellectual Capital*. 2010. Vol. 11. № 3. P. 348–367.

8. Luthy D.H. Intellectual Capital and Its Measurement. URL: <http://www.apira2013.org/past/apira1998/archives/pdfs/25.pdf>.

9. Tseng C.-Y., Goo Y.-J.J. Intellectual Capital and Corporate Value in an Emerging Economy: Empirical Study of Taiwanese Manufacturers. *R&D Management*. 2005. Vol. 35. № 2. P. 187–199.

10. Кендюхов О. Гносеологія інтелектуального капіталу. *Економіка України*. 2003. Вип. 4. С. 16–26.

11. Нагорна І.І. Сутність та оцінка інтелектуального капіталу на підприємстві. *Економічний простір*. 2011. Вип. 46. С. 278–285.

REFERENCES:

1. Lev B. (1999) R&D and capital markets. *Journal of Applied Corporate Finance*, Vol.11, Issue 4, P. 21-35.
2. Zeghal D., Maaloul A. (2010) Analysing value added as an indicator of intellectual capital and its consequences on company performance. *Journal of intellectual capital*, Vol. 11, No. 1. P. 39–60.
3. Riahi-Belkaoui A. (2003) Intellectual capital and firm performance of US multinational firms: a study of the resource-based and stakeholder views. *Journal of intellectual capital*, Vol. 4, No. 2. P. 21–26.
4. Youndt M., Subramanian M., Snell S. (2004) Intellectual capital profiles: an examination of investments and returns. *Journal of Management Studies*, Vol. 41, No. 2. P. 335–361.
5. Firer S., Williams S. (2003) Intellectual capital and traditional measures of corporate performance. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4, No. 3. P. 348–360.
6. Pulic A. (2000) VAIC™ – an accounting tool for IC management. *International Journal of Technology Management*, 2000, Vol.20, No 5(8), P. 702–714.
7. Diez J., Ochoa M., Prieto B., Santidrian A. (2010) Intellectual capital and value creation in Spanish firms. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 11, No. 3. P. 348–367.
8. Luthy D.H. Intellectual Capital and Its Measurement. URL: <http://www.apira2013.org/past/apira1998/archives/pdfs/25.pdf>.
9. Tseng C.-Y., Goo Y.-J.J. (2005) Intellectual Capital and Corporate Value in an Emerging Economy: Empirical Study of Taiwanese Manufacturers, *R&D Management*, Vol. 35, No 2. P. 187–199.
10. Kendiukhov O. (2003) Hnoseolohiia intelektualnoho kapitalu [Epistemology of intellectual capital], *Ekonomika Ukrainy*, No. 4. P. 16–26.
11. Nahorna I.I. (2011) Sutnist ta otsinka intelektualnoho kapitalu na pidpriemstvi [Essence and estimation of intellectual capital at the enterprise], *Ekonomichniy prostir*, No. 46. P. 278–285.

METHODS FOR ESTIMATING THE INTELLECTUAL CAPITAL OF AN INTERNATIONAL COMPANY

The proposed scientific article is devoted to the urgent question of estimating the intellectual capital of an international company. The consideration of the issue is based on the conclusion and analysis of the scientific works of the authors concerning the essence of intellectual capital, its structuring and the interconnection of its structural components.

An overview of scientific sources in this area indicates that, among scientists, there are discussions about a universal method for evaluating intellectual capital, as well as its impact on the results of the financial and economic activity. In a small number of existing works, the study of the impact of intellectual capital on the formation of added value is provided. However, the specific properties of the research object, which complicate its assessment on the basis of quantitative characteristics, as well as the absence even in developed countries, the requirements for the reflection of intellectual capital in public reporting complicate the conduction of empirical research in this direction.

The main methods for estimating the intellectual capital of an international company are investigated; their advantages and disadvantages of their application are characterized. Determined the specific features of intellectual capital, which complicate the process of estimating the value of the company's intellectual capital. The results of researches of foreign scientists on the influence of intellectual capital on the results of the activity of an international company are summarized. It is determined that there is currently no single universal method for evaluating intellectual capital, and henceforth its evaluation methods need to be improved to obtain qualitative and reliable information about the company's intellectual capital.

In an innovative economy, the application of the existing methods for assessing intellectual capital can increase profitability, provide the growth of company value, and ensure the production of competitive products. International company due to the specifics of its activities applies certain indicators to calculate the value of intellectual capital. At the same time, the complex assessment of intellectual capital is complicated because of the fact that the impact of various factors is difficult to assess in a value expression. In our opinion, currently existing domestic and international accounting system is not ready to evaluate and recognize the components of intellectual capital as a complete object of accounting, but its total ignoring points to the regression in the effective management of the intellectual capital of an international company.

ECONOMIC INTERDEPENDENCE: NATIONAL AND INTERNATIONAL ECONOMIC SECURITY

ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ: НАЦІОНАЛЬНА ТА МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА

UDK 339.9

Gaiduchok O.I.

Applicant of the International
Business Department
Institute of International Relations
Taras Shevchenko National University
of Kyiv

Stupnytskyi O.I.

PhD in Economics, Professor
of International Business Department
Institute of International Relations
Taras Shevchenko National University
of Kyiv

The article investigates the economic interdependence and its connection with operation of the global financial market in terms of its globalization. A set of instruments and mechanisms aimed at ensuring the economic security of the states from external threats applicable in the global economy is studied.

The importance of creating the protective instruments of financial policy of Ukraine is considered. The key threats to the national security of Ukraine are analysed. The focus is placed on importance of forming an international financial security system.

Key words: economic interdependence, economic security, national security, financial security, mechanisms.

Статтю присвячено дослідженню економічній взаємозалежності та її зв'язку з функціонуванням світового фінансового ринку в умовах його глобалізації. Досліджено комплекс діючих у світовому господарстві механізмів, спрямованих на забезпечення економічної безпеки держав від загроз зовнішнього характеру. Розглянуто важливість формування захисних інструментів фінансової політики Укра-

їни. Проаналізовано основні загрози національній безпеці України. Акцентовано увагу на важливості формування системи міжнародної фінансової безпеки.

Ключові слова: економічна взаємозалежність, економічна безпека, національна безпека, фінансова безпека, механізми.

Статья посвящена исследованию экономической взаимозависимости и ее связи с функционированием мирового рынка в условиях его глобализации. Исследован комплекс действующих в мировом хозяйстве инструментов и механизмов, направленных на обеспечение экономической безопасности государств от угроз внешнего характера. Рассмотрена важность формирования защитных инструментов финансовой политики Украины. Проанализированы основные угрозы национальной безопасности Украины. Акцентировано внимание на важности формирования системы международной финансовой безопасности.

Ключевые слова: экономическая взаимозависимость, экономическая безопасность, национальная безопасность, финансовая безопасность, механизмы.

Problem formulation. At the current stage, in terms of Russia's aggression against Ukraine, potential threats to national interests and national security of Ukraine have become a real fact. The key real threats to national security of Ukraine are found in the area of national security and economic sphere.

Analysis of key studies and publications. The problem of scientific substantiation of economic interdependence processes is reflected in numerical foreign literature.

The scientific papers examining the issues of national security include the works of Jean Monnet, C. Meyer, R. Cooper et al.

However, certain characteristics making up the methodological fundamentals of developing the mechanisms to counteract the financial risks are still poorly understood.

Scientific innovation is determined by performance of a comprehensive analysis of relationship between the state and foreign economic operators, as well as research of new approaches to development of financial mechanisms to ensure the sustainable development objectives.

Article objective. The key objective of this work is to develop practical recommendations to identify external financial threats at the state level, to form the instruments to protect the financial policy of Ukraine and to implement the mechanisms of ensuring the further national development objectives.

Core material presentation. At the current stage of Ukraine's development, the key real threats to the national security of Ukraine are:

In the area of national security:

- encroachment on state sovereignty, territorial integrity, economic, scientific-technical and defense potential of Ukraine, rights and freedoms of its citizens by the Russian Federation;
- prevalence of corruption and bribery in government agencies, blending of business and politics, organized crime;
- terrorism spread;
- establishment and operation of illegal paramilitary militias and attempts to use force in the interests of certain activities of military forces and law enforcement agencies;
- annexation of Crimea, separatism, attempts to create an autonomy of certain regions of Ukraine;

In the economic sphere:

- a significant reduction of the gross domestic product, reduced investment and innovation activity, as well as scientific, technical and technological capacity, reduction of research in strategic areas of innovation development;
- weakening of state regulation and control in economy;
- instability of legal regulation of relations in economy, including the state financial (fiscal) policy; lack of effective programs to prevent financial crises;
- increase of credit risks;

- critical state of fixed assets in leading industries, agriculture, and life-support systems; growing of the problem of proper maintenance of nuclear facilities in Ukraine;

- slow pace of reproduction processes and overcoming of structural deformation in economy;

- critical dependence of the national economy on external markets, low rate of domestic market expansion;

- irrational structure of export with mainly raw material trend and a low share of products with high added value;

- a large state debt burden, critical amounts of external and internal state debt;

- ineffectiveness of antitrust policy and mechanisms of state regulation, making it difficult to create a competitive environment in the economy;

- inefficient use of fuel and energy resources, a slow pace of diversification of energy sources and the lack of an active energy saving policy threatening the energy security of the state;

Under these conditions, it is important to study an international experience of neutralizing the negative processes for national economies occurring in terms of the world economy globalization, deepening of interdependence among national economies. The growth of the relevant risks to national economies involves the formation of protective instruments of financial and economic policy of the state.

In this regard, the urgency of this problem is due to a number of circumstances, both internal and external, which are common to many countries.

First, the complexity of domestic economic and socio-political problems in some countries, such as budget deficit, unemployment, rampant "shadow economy" and other negative phenomena of production recession, political instability and deterioration of the social tension. This results in destruction of economic foundations of national security.

Secondly, in terms of weakening of some countries, the desire of the other countries to the military and technological superiority over them, and the use of "economic instruments" of pressure to achieve their political interests is increased.

Thirdly, the issues of maintaining a certain balance between positive and negative aspects of the impact of foreign economic relations on the course and the pace of socio-economic reforms and ensuring the defense of the state become vitally important.

Thus, one of the major priorities of any country in the world now is to achieve such a level of economic security that would ensure internal stability, country's active participation in international division of labor, while guaranteeing its national security.

National security is a state of protection of society, state and individual from internal and external threats.

Along with economic security, national security includes foreign political and internal political security

of the state, its military security, information security, personal, social, spiritual, environmental and other types of security.

The economic security of the state (ES) shall mean the state of the national economy security against external and internal threats, where it is able to ensure the progressive development of society and its economic, social and political stability in the presence of adverse external and internal factors.

The study of the set objective involves addressing of the following tasks:

- determine the essence and structure of economic security;

- investigate the international financial (investment) flows in the context of globalization;

- investigate the vulnerability of exchange and credit markets in the context of financial globalization;

- analyze international financial security as an essential component of the foreign policy of Ukraine;

- analyze practical experience of FATF and other similar organizations;

- offer the methods of detecting the long-term, medium-term and operational foreign economic threats;

- analyze the mechanisms to counteract financial risks;

- study the nature of risks in international trade and their prevention mechanisms.

The current conditions for economic development of any country take into account all hazards, risks and benefits of globalization. Today, globalization offers great opportunities providing all conditions requisite for economic development.

In the context of globalization, there is another great way of financial sector development characterized by huge growth rates far exceeding the dynamic of the capital growth in real economy.

In such circumstances, problems at the level of national systems accumulated over the past years and ensuring an appropriate level of economic security (including its financial component) have become truly important for many countries, especially Ukraine.

Financial security illustrates the state of the financial and credit sector, which should feature the attributes such as balance, resistance to internal and external negative impacts and sector ability to ensure an effective functioning of the national economic system and economic growth.

The status of the state financial security as a whole is determined by financial security of individual regions, their close interdependence and sustainable development of all regions.

Financial security in the region is a financial independence (autonomy) primarily manifested in control over the region resources and determined by the fullest possible use of the competitive advantages of the region; this is stability of the regional economy, which ensures reliability of all elements of the economic system, protection of all forms of ownership, creation of

guarantees for effective entrepreneurial activity, curbing the influence of destabilizing factors; the ability to develop and progress, that is to implement and protect the regional economic interests, to upgrade the production, efficient investment and innovation policy and to develop the intellectual and labor potential of the region.

An integrated conceptual approach to study of financial security concept requires the component such as international financial security.

International financial security is a set international conditions for coexistence of arrangements and institutional structures, in which each member state of the international community is free to choose and implement its strategy for social, economic and financial development without experiencing external pressure and relying on non-interference, understanding, mutually acceptable and mutually beneficial cooperation with other countries. An important role in solving this problem is played by partnership agreements on the free movement of capital, goods and services, accounting for mutual economic interests, refusal from military pressure, and equal relations with economically less developed countries.

This means that international financial security is a state of the global economy upon which the mutually beneficial cooperation of states in addressing the national and international (global) economic problems, free choice and implementation of their strategy for socio-economic development and participation in international division of labor. Therefore, the main issue of international economic security today is to create the conditions for cooperation among states in addressing not only their national, but also global issues.

Conclusions and suggestions. In order to improve the financial security, more attention should

be paid to enforcement of Ukraine's financial security strategy, development and implementation of an effective financial control system, creation of conditions to increase real incomes, presentation of a clear procedure of granting loans to economic entities of all forms of ownership and their compensation.

Addressing of these issues will improve the financial security of Ukraine and lead to stabilization and growth of Ukraine's economics.

The further promising area of research on this issue provides for analysis and development of protective instruments of financial policy of Ukraine in terms of the global integration, effective mechanisms to ensure the national economic security, as well as analysis of the processes of international financial security formation.

REFERENCES:

1. Lukianenko D.H. Economic integration and global issues of our time: manual / D.H. Lukianenko. – Kyiv: KNEU, 2005.
2. Economic security of Ukraine: nature and support directions / V.T. Shlemko, I.F. Binko: Monograph. – K.: NISS, 1997.
3. Strategy of Ukraine: Theory and Practice / Ed. by A.S. Vlasuk. – K.: NISS, 2002.
4. Calvo G.A. Monetary Policy Challenges in Emerging Markets: Sudden Stop, Liability Dollarization, and Lender of Last Resort // NBER Working Papers. – 2006.
5. International Standards on Combating Money Laundering and the Financing of Terrorism & Proliferation – the FATF Recommendations (digital resource). – Access mode: <http://www.fatf-gafi.org>.
6. Schneider F., Buehn A., Montenegro C. Shadow Economies All over the World: New Estimates for 162 Countries from 1999 to 2007 (digital resource). – Access mode: <http://www.econ.jku.at/members/Schneider/>.

Gaiduchok O.I.

Applicant of International Business Department
Institute of International Relations
Taras Shevchenko National University of Kyiv

Stupnytskyi O.I.

Candidate of Economic Sciences, Professor of International Business Department
Institute of International Relations
Taras Shevchenko National University of Kyiv

ECONOMIC INTERDEPENDENCE: NATIONAL AND INTERNATIONAL ECONOMIC SECURITY

The modern world is characterized by the rapid growth of transnationalization processes in production and international exchange, in terms of scale and geographical movement of capital. Economic activity is becoming more interdependent, interconnected, and is taking over a predominantly global character.

Globalization is a process of transforming the world economy into a single market for goods, services, capital, labour, and knowledge. To date, the process "Globalization" is becoming a major trend in the development of the modern world economy, as it affects all countries regardless of their level of economic development. The foundation of globalization is the processes in the sphere of economy and finance, which are also the basis of global processes in other areas. Economic globalization is the main source, the main propeller of globalization processes. It is the result of the conduct of the modern international economy and development of scientific and technological progress.

Consequently, the content of economic globalization is reduced to those processes that occur in modern times in the world economy and lead to the rapid integration of the world into a single one economic space, as a result of the expansion of international trade, internationalization, production and financial markets, as well as the internationalization of commodity culture, the expansion of which is facilitated by a united network of global telecommunication system.

In order to strengthen ones standing among other countries, governments are to focus on financial security. Countries' financial states dictate the wellbeing of a country as a whole. Therefore, to improve the financial security, more attention should be paid to enforcement of a countries financial security strategy, development and implementation of an effective financial control system, the creation of conditions to increase real incomes, presentation of a clear procedure of granting loans to economic entities of all forms of ownership and their compensation. Addressing these issues will improve the financial security and lead to stabilization and economic growth.

ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЄВРОПІ

TRADE AND ECONOMIC COOPERATION OF UKRAINE AND POLAND UNDER DEVELOPMENT OF INTEGRATION PROCESSES IN EUROPE

УДК 339.92(477+438)

Мартінова Л.Б.

д.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та міжнародних відносин
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Київського національного торговельно-
економічного університету

Чорна Н.М.

д.і.н., доцент,
завідувач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Київського національного торговельно-
економічного університету

Проаналізовано торговельно-економічну співпрацю України та Польщі в період по вступі РП до ЄС та досі, обґрунтовано якість та динаміку її розвитку. Наголошено на необхідності активізації співпраці заради успішного просування України шляхом європейської інтеграції. Доведено, що активізація торговельно-економічної співпраці України та Польщі спроможна наповнити новим змістом стратегічне партнерство між двома державами, а також підготувати українську економіку до функціонування згідно зі стандартами ЄС.

Ключові слова: Україна, Польща, торго-
вельно-економічне співробітництво.

Проанализировано торгово-экономическое сотрудничество Украины и Польши в период по вступлении РП в ЕС и до сих пор, обоснованы качество и динамика его развития. Отмечена необходимость активизации сотрудничества ради успешного продвижения Украины по пути европейской интеграции. Доказано, что активизация торгово-экономического сотрудничества

Украины и Польши способна наполнить новым содержанием стратегическое партнерство между двумя государствами, а также подготовить украинскую экономику к функционированию в соответствии со стандартами ЕС.

Ключевые слова: Украина, Польша, торго-
во-экономическое сотрудничество.

The trade and economic cooperation between Ukraine and Poland during the period of the accession of the Republic of Poland to the EU and till now is analysed, the quality and dynamics of its development are grounded. The necessity of activation of cooperation for the sake of successful promotion of Ukraine through European integration is emphasized. The intensification of trade and economic cooperation between Ukraine and Poland is intended to fill strategic partnership with the new content, as well as to prepare the Ukrainian economy for functioning in line with EU standards.

Key words: Ukraine, Poland, trade and eco-
nomic cooperation.

Постановка проблеми. В умовах декларування Україною прагнення інтеграції у Європейський Союз, а також з огляду на позитивні зрушення у цій сфері, пов'язані, зокрема, з підписанням Угоди про асоціацію з ЄС (2014 р.) та отриманням безвізового режиму (2017 р.), поглиблення співпраці з державами – членами Євросоюзу набуває для нашої держави неабиякого значення. З-поміж двадцяти восьми членів Європейської Спільноти вкрай важливою для України є Республіка Польща – безпосередній сусід та стратегічний партнер, зацікавлений у набутті нею «реальної Європи» і готовий усіляко цьому сприяти. Так, зі вступом до ЄС із власної ініціативи та за погодженням із Брюсселем РП утвердилася як представник інтересів України в ЄС і впродовж подальших років неодноразово засвідчувала результативність виконання визначеної місії.

Як засвідчив комплексний аналіз співпраці між Україною та РП, її якість та характер динаміки у ключових сферах міждержавної взаємодії є далеко не однаковими. Так, якщо успіхи політичної взаємодії є очевидними, то здобутки у сфері економічного співробітництва – питання дискусійне. Сформована в період перебування України та Польщі у складі соціалістичного табору, зі здобуттям обома державами політичної незалежності співпраця в економічній сфері набула підстав для активізації та поглиблення. Та попри деякі успіхи неповне використання потенціалу з часом ставало все більш очевидним. «Випробовуванням на міц-

ність» для українсько-польських білатеральних, у тому числі в економічній сфері, взаємин виявилось набуття Польщею членства в ЄС: відтоді й досі, співпрацюючи з РП, Україна має зважати на союзні вимоги. З огляду на високі стандарти Спільноти, такий стан справ, з одного боку, зумовлює певні труднощі для розвитку співпраці, проте з іншого – сприяє адаптації української економіки до «правил гри» в ЄС. Отже, вже в найближчій перспективі активізація економічного співробітництва з РП має стати одним із пріоритетних напрямів українсько-польського стратегічного партнерства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аспекти економічного співробітництва України та Польщі в умовах поглиблення інтеграційних процесів у Європі неодноразово привертати увагу фахових дослідників у численних наукових розвідках. У сформованому за тематикою доробку особливу увагу привертають праці В. Борщевського, О. Дашевської, В. Каліти, А. Мазаракі, С. Мельник, А. Окисюк, Л. Садули, С. Стоєцького, Я. Столярчук, М. Янкова та ін., предметного аналізу в яких зазнали окремі аспекти економічного складника співпраці держав-сусідів у період по вступі Польщі до ЄС. У доробку за тематикою разом із тим відсутні студії ґенези торговельно-економічної співпраці України та Польщі в період від 2004 р. і донині з урахуванням впливу на неї членства РП у Євросоюзі, а також міжнародної кон'юнктури, ситуації всередині кожної з держав та ін. Недостатньо обґрунтовано також є необхідність активізації

торговельної співпраці між двома державами у світлі реалізації Україною стратегії європейської інтеграції.

Постановка завдання. Мета статті – дослідження торговельно-економічного співробітництва України та Республіки Польща впродовж 2004–2016 рр., аналіз ключових аспектів співпраці у світлі інтеграційних процесів у Європі та участі в них держав-сусідів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Подібно будь-яким іншим білатеральним взаєминам, стосунки України та Польщі характерні нелінійним, зі злетами та падіннями, позначеним суперечливою динамікою розвитком. Та на відміну політичної компоненти, якість якої традиційно найбільше відповідала заявленому рівню стратегічного партнерства, торговельно-економічне співробітництво суттєво їй поступалося. Давалися взнаки структурна несумісність економік держав-сусідів, повільні темпи реформування української економіки, значна залежність останньої від російських енергоресурсів та «кредитних вливань» ззовні, а також низька конкурентоспроможність українських виробників на міжнародному ринку.

За таких умов вступ Польщі до ЄС (2004 р.) став справжнім випробуванням для міждержавного партнерства [1]. Відтоді співпраця між Україною та РП виявилася підпорядкованою політиці Спільноти, і обидві держави були змушені у своїх діях керуватися не лише національними інтересами, а й зважати на позицію ЄС. Щоправда, всупереч низці прогнозів, зроблених українськими експертами, ситуація виявилася не настільки патовою, як передбачалося. Так, уже в 2005 р. зовнішня торгівля товарами між двома державами становила 2 415 млн. дол., перевищивши аналогічний показник 2004 р. на 428 млн. дол. У 2005 р. Польща опинилася у трійці держав ЄС за вартістю експортованої з України товарної продукції, поступившись при цьому Італії та Німеччині (український експорт до них становив 1 892 та 1 285 млн. дол.

відповідно), та виявилася третьою серед держав ЄС за показниками імпорту товарів в Україну, вартість якого становила 1 405 млн. дол., і поступа-лася вартості імпорту лише з уже згаданих Італії (1 030 млн. дол.) та Німеччини (3 383 млн. дол.).

Сукупний оборот торгівлі товарами між Україною та Польщею невпинно зростає упродовж кількох наступних років, у 2008 р. сягнувши рекордних 6 520 млн. дол. (рис. 1). У цей час польська економіка перебувала на підйомі, а Україна ще не сповна відчула наслідки фінансово-економічної кризи, що охопила її восени й тривала впродовж усього наступного 2009 р. [2, с. 259]. Щоправда, негативне сальдо торговельного балансу в торгівлі нашої держави з РП у 2008 р. сягнуло позначки рекордних за всю історію співпраці 1 863 млн. дол.

Прикметно, що негативне сальдо у торгівлі товарами між Україною та Польщею вже встигло стати «візитівкою» співпраці між двома державами [4, с. 10]. Небезпечний у випадку України такий стан справ разом із тим є цілком бажаним для РП. Зростаюча присутність польських експортерів на ринку України з-поміж іншого була спричинена відносною стабільністю цін, наявністю значної сировинної бази, географічною близькістю ринку збуту, невисокою якістю продукції національних виробників, яка вигідно вирізняла на своєму фоні польські товари [5, с. 286; 6, с. 190].

Позитивна динаміка у торгівлі України та Польщі товарами, що мала місце в 2010–2013 рр. і була характерна хоча й незначним, але перевищенням рекордного до цього показника сукупного товарообороту на 95 млн дол., у зв'язку з початком в Україні банківської кризи в 2014 р. знову була втрачена. І хоча сьогодні РП продовжує залишатися одним із найважливіших торговельних партнерів України, статистика свідчить далеко не на користь співпраці між ними. Не сприятливою для України є, зокрема, тенденція стійкого зростання на ринку продукції польських виробників у період загострення кризових явищ в економіці: рекордні обсяги сукупного обороту торгівлі товарами в 2008 та 2013 рр. супроводжувалися надвеликим розміром від'ємного сальдо торговельного балансу – 1 863 та 1 520 млн. дол. відповідно. Зважаючи на зростання нерівномірності як у контексті питомої ваги й кількості основних груп експортованих та імпортованих товарів, так і в площині регіонального розподілу ринків постачання й збуту продукції, подібна тенденція надалі даватиме про себе знати [7, с. 14].

За підсумками 2016 р. сукупний оборот торгівлі товарами між Україною та Польщею становив 4 893 млн. дол. з уже традиційним



Рис. 1. Динаміка торгівлі товарами між Україною та Польщею у 2005–2016 рр., млн. дол.

Джерело: складено за [3]

переважанням імпорту (2 693 млн. дол.) над експортом (2 200 млн. дол.) та від'ємним сальдо в розмірі 493 млн. дол. Це дало змогу РП стати другою серед держав – членів ЄС за вартістю українського експорту товарів і першою – за вартістю імпорту товарів в Україну (рис. 2, 3) [3].

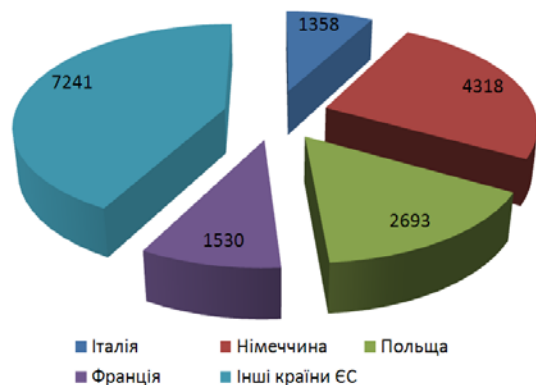


Рис. 2. Експорт товарів з України в держави ЄС в 2016 р.

Джерело: складено за [3]

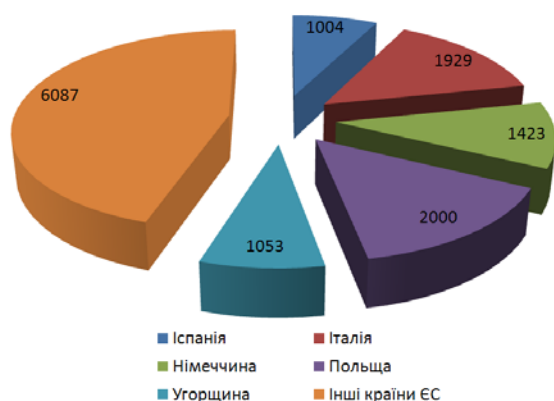


Рис. 3. Імпорт товарів в Україну з держав ЄС в 2016 р.

Джерело: складено за [3]

Що ж товарної структури, то за результатами 2016 р. основні статті товарного експорту України до РП були представлені чорними металами (19,3% від загального експорту), електричними машинами (12,5%), меблями (5,5%), шлаками і золою (8,7%), деревиною і виробами з деревини (8,5%), насінням і плодами олійних рослин (4,5%) (рис. 4). Таким чином, український експорт виявився досить рівномірним: шість товарних позицій сформували 59% сукупної його вартості.

Товарний імпорт із РП в Україну в 2016 р. був сформований передусім мінеральними паливами

(15,8%), пластмасами і полімерними матеріалами (9,2%), електричними машинами (8,7%), реакторами ядерними, котлами і машинами (8,7%), засобами наземного транспорту, крім залізничного (3,6%), папером та картоном (3,2%) (рис. 5). На відміну від України РП постачає до нашої держави здебільшого продукцію переробки, купуючи в українських експортерів переважно необроблену сировину та продукцію аграрного сектору. Подібний стан справ, безперечно, свідчить не на користь Україні, яка надалі продовжує відставати за показниками розвитку від своєї західної сусідки.

На противагу торгівлі товарами торгівля послугами між двома державами впродовж аналізованого періоду була відрізнялася дещо іншими тенденціями. Так, очевидною була в рази менша її вартість (рис. 6), а також існування з 2013 р. й досі позитивного для України сальдо. Протягом 2005–2016 рр. сукупна річна вартість торгівлі послугами коливалася у межах 139,1–384,1 млн. дол. Упродовж 2005–2012 рр. Україні було притаманне від'ємне сальдо торговельного балансу (максимальна позначка в 76,9 млн. дол. була досягнута в 2008 р.), проте вже з 2013 р. ситуація змінилася у кращий бік, і станом на 2015 р. фахівці констатували позитивне його значення у розмірі 93,2 млн. дол. Подібно торгівлі товарами, у торгівлі послугами РП є третьою серед партнерів України в ЄС, щоправда, тут її випереджають Швейцарія та Німеччина: за підсумками 2016 р. йдеться про 867 та 812 млн. дол. відповідно (вартість послуг у торгівлі з Польщею становила 358 млн. дол.).

Підводячи підсумки, маємо звернути увагу на ще один факт, спроможний відповісти на питання, наскільки важливе місце займає Польща у зовнішній торгівлі України та якою мірою обидві держави використовують наявний потенціал. Згідно з офіційною статистикою, впродовж аналізованого періоду український експорт до РП коливався у межах 2,3–5,8%, польський імпорт в Україну – в межах 2,2–7,1% (від сукупної вартості) [3]. І попри те, що впродовж кількох



Рис. 4. Товарна структура українського експорту до Польщі в 2016 р., млн. дол.

Джерело: складено за [3]



Рис. 5. Товарна структура польського імпорту в Україну в 2016 р., млн. дол.

Джерело: складено за [3]

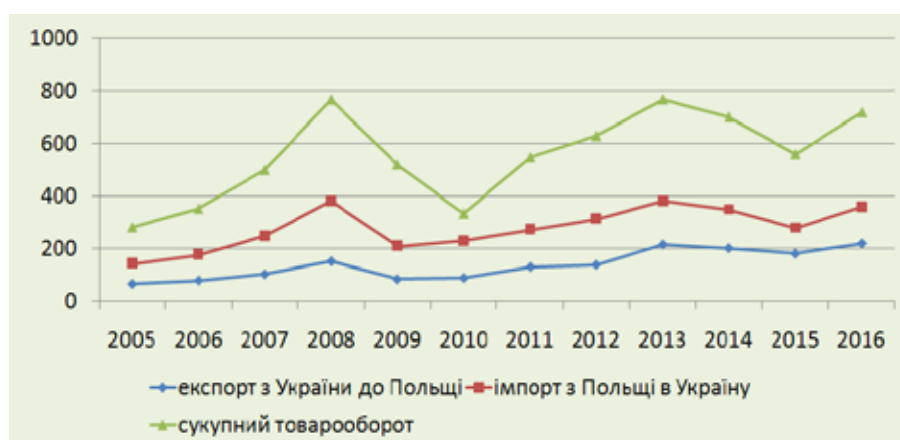


Рис. 6. Динаміка торгівлі послугами між Україною та Польщею у 2005–2016 рр., млн. дол.

Джерело: складено за [3]

останніх років присутність українських та польських виробників на ринках Польщі та України невинно зростала, стверджувати про відповідність співпраці заявленому рівню, безперечно, зарано.

Висновки з проведеного дослідження. Впродовж аналізованого періоду й досі торговельно-економічне співробітництво України та Республіки Польща характерне неповним використанням наявного по обидва боки кордону потенціалу. Негативне сальдо торговельного балансу, переважання в експорті необробленої сировини в поєднанні зі значно нижчою від потенційно можливої приступності українських виробників на польському ринку свідчить не на користь нашої державі. У світлі реалізації Україною стратегії європейської інтеграції вкрай необхідні зміна економічної політики, перегляд ключових її принципів та механізмів реалізації. Лише за такої умови вже в найближчій перспективі можна буде розраховувати й на поглиблення торговельно-економічного співробітництва з РП, а водночас – досягнення українською економікою стандартів ЄС.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Starzyk K. Gospodarcze sąsiedztwo Polski: w warunkach transformacji, integracji z Unią Europejską, globalizacji. W.: Semper, 2005. 341 s.
2. Мазаракі А.А., Мельник Т.М. Двостороннє співробітництво України та Польщі: стан та можливості активізації. Формування ринкових відносин в Україні. 2010. № 12. С. 257–266.
3. Державний комітет статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.
4. Янків М. Україна і Польща: стратегічне партнерство в системі економічний та секторальний аналіз): монографія. Львів: Світ, 2011. 398 с.
5. Каліта В. Україна в польській зовнішній торгівлі. Регіональна економіка. 2007. № 1. С. 282–289.
6. Українсько-польські економічні відносини у контексті стратегічного партнерства: монографія / Є.В. Савельєв, В.В. Мельник, С.І. Чеботар. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 334 с.
7. Борщевський В.В. Оптимізація українсько-польського економічного співробітництва в процесі наближення України до ЄС: автореф. дис. ... д-ра ек. наук: спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». К., 2009. 32 с.

REFERENCES:

1. Starzyk K. (2005) Gospodarcze sąsiedztwo Polski: w warunkach transformacji, integracji z Unią Europejską, globalizacji [Economic Neighborhood of Poland: Under the Transformation, Integration with the European Union, Globalization]. Warszawa: Semper [in Polish].
2. Mazaraki A.A., Melnyk T.M. (2010) Dvostoronnie spivrobitnytstvo Ukrainy ta Polshchi: stan ta mozhlyvosti aktivizatsii [Bilateral cooperation of Ukraine and Poland: state and possibilities of activation]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini – Formation of market relations in Ukraine, 12, 257–266 [in Ukrainian].
3. Derzhavnyy komitet statystyky Ukrayiny [Ofitsiy-nyy sayt]. Rezhym dostupu: www.ukrstat.gov.ua.
4. Yankiv M. (2011) Ukraina i Polshcha: stratehichne partnerstvo v systemi heopolitychnykh koordynat (polityko-ekonomichnyi ta sektoralnyi analiz) [Ukraine and Poland: strategic partnership in the system of geopoliti-cal coordinates (political, economic and sectoral analy-sis)]. Lviv: Svit [in Ukrainian].
5. Kalita V. (2007) Ukraina v polskii zovnishnii torhivli [Ukraine in Polish Foreign Trade]. Rehionalna ekono-mika – Regional economy, 1, 282–289 [in Ukrainian].
6. Saveliev Ye.V., Melnyk V.V., Chebotar S.I. (2003) Ukrainsko-polski ekonomichni vidnosyny u konteksti stratehichnoho partnerstva [Ukrainian-Polish Economic Relations in the Context of Strategic Partnership]. – Ternopil: Ekonomichna dumka [in Ukrainian].
7. Borshchevskyi V.V. (2009). Optymizatsiia ukrain-sko-polskoho ekonomichnoho spivrobitnytstva v prot-sesi nablyzhennia Ukrainy do YeS [Optimization of Ukrainian-Polish economic cooperation in the process of Ukraine's approximation to the EU] : «Svitove hosp-odarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny» – «World economy and international economic relation», Kyiv [in Ukrainian].

Martynova L.B.

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics
and International Relations, Vinnytsia Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics

Chorna N.M.

Doctor of Historical Sciences, Associate Professor,
Head of Department of Tourism and Hotel and Restaurant Affairs
Vinnytsia Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics

TRADE AND ECONOMIC COOPERATION OF UKRAINE AND POLAND UNDER DEVELOPMENT OF INTEGRATION PROCESSES IN EUROPE

With the implementation of the European integration strategy, cooperation with the EU Member States is gaining momentum for Ukraine. Of the 28 EU members, Poland is particularly important for our country and is committed to promoting its integration success.

Contrary to the strategic focus of the relations, an economic collaboration of the countries is hampered by a number of problems. The new “point of reference” in the relations between the parties was the entry of the RP into the European Union: since then, in cooperation with Poland, Ukraine has to take into account EU standards. On the one hand, it causes certain difficulties for the development of cooperation, at the same time, on the other – contributes to the adaptation of the Ukrainian economy to the EU, membership in which our state seeks.

Contribution to the study of the economic component of cooperation between Ukraine and Poland was made by B. Borshevskyi, A. Dashevskia, V. Kalyta, A. Mazaraki, S. Melnyk, A. Oktitsiuk, L. Sadula, Ya. Stoliar-chuk, M. Yankov and others.

The literature does not adequately present the genesis of trade and economic cooperation between Ukraine and Poland in the period from 2004 to the present, taking into account the influence of the membership of the Republic of Poland in the European Union, as well as the international situation, the situation in the middle of each state, etc.

The trade and economic cooperation between Ukraine and Poland during the period of the accession of the Republic of Poland to the EU and till now is analysed, the quality and dynamics of its development are grounded. The necessity of activation of cooperation for the sake of successful promotion of Ukraine through European integration is emphasized.

The intensification of trade and economic cooperation between Ukraine and Poland is intended to fill strategic partnership with the new content, as well as to prepare the Ukrainian economy for functioning in line with EU standards.

ЗНАЧЕННЯ ПОСЕРЕДНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

THE ROLE OF INTERMEDIATION IN THE GLOBALIZATION OF WORLD ECONOMICS

У статті автор запропонував дослідження значення посередництва в умовах глобалізації світової економіки. Виявлено позитивні та негативні прояви використання послуг посередницьких організацій під час виходу компаній на закордонні ринки. Ідентифіковано основні етапи розвитку торговельно-посередницьких фірм на сучасному етапі розвитку світової економіки. Автором досліджено особливості посередницької діяльності в різних країнах світу з акцентом на участі оптових та роздрібних торговців в експортній діяльності. Визначено, що домінуючими тенденціями, що чинять вплив на сучасні особливості посередницької діяльності у світі, є активне впровадження новітніх технологій, загрози дезінтермедіації, розширення функцій та сфер застосування посередницьких послуг.

Ключові слова: посередники, міжнародна торгівля, дезінтермедіація, посередницькі компанії.

В статье автор предложил исследование значения посредничества в условиях глобализации мировой экономики. Выявлены позитивные и негативные проявления использования услуг посреднических организаций при выходе компаний на зарубежные рынки. Идентифицированы основные этапы развития торгово-посреднических фирм на современном этапе развития мировой экономики. Автором исследованы особенности посреднической деятельности в разных

странах мира с акцентом на участии оптовых и розничных торговцев в экспортной деятельности. Определено, что доминирующими тенденциями, влияющими на современные особенности посреднической деятельности в мире, являются активное внедрение новейших технологий, угрозы дезинтермедиации, расширение функций и сфер использования посреднических услуг.

Ключевые слова: посредники, международная торговля, дезинтермедиация, посреднические компании.

In the article the author suggested the research of the importance of mediation in the conditions of globalization of the world economy. Positive and negative manifestations of the use of intermediary organizations' services were revealed particularly when companies enter foreign markets. The main stages of development of trade with the help of intermediary firms at the present stage of the world economy development are identified. The author investigates the features of intermediary activity in different countries of the world with an emphasis on participation of wholesale and retail traders in export activities. It is determined that the dominant tendencies influencing the modern features of the intermediary activity in the world trade are active implementation of the latest technologies, threats of disintermediation, expansion of functions and spheres of use of intermediary services.

Key words: intermediaries, international trade, disintermediation, intermediary companies.

УДК 339.5

Сімонов Р.В.

аспірант кафедри
міжнародного менеджменту
Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Постановка проблеми. Експортні посередники давно є важливими учасниками міжнародної торгівлі. Вони допомагають фірмам виходити на віддалені ринки. З огляду на складність міжнародного ринку, збільшення кількості потенційних ринків для обслуговування, підвищення споживчих очікувань та посилення конкуренції у більш відкритій глобальній системі доступ до ринків став для багатьох фірм, а особливо середніх та малих, подекуди проблематичним питанням. Але стабільним є той факт, що і для великих корпорацій, і для малих та середніх підприємств дуже часто необхідною стає допомога посередників, а особливо тоді, коли йдеться про вихід компанії на закордонний ринок. Сьогодні у світі приблизно кожна десята операція з міжнародної торгівлі відбувається із залученням посередника, що емпірично доводить необхідність більш ґрунтовного дослідження їх особливостей [6, с. 22].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням зовнішньоторговельних посередницьких операцій присвячено роботи таких науковців, як А. Акерман, А. Бернард, М. Грацці, Дж. Греєм, Дж. Деухерст, Дж. Джонс, М. Пенг, Д. Петропул, А. Перрі, Р. Портс, Дж. Рауч, Л.В. Хавил, А. Ханде-луол, П. Хербіг.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сучасних особливостей торговельного посередництва в умовах турбулентного розвитку світових економічних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні моделі міжнародної торгівлі нині віддають значну роль у розвитку процесів товарного обміну саме посередникам, наголошуючи на їх важливості у розвитку експортної діяльності компаній [3, с. 10]. Відповідно до цих моделей залучення посередників до організації зовнішньоторговельних операцій (перш за все, експортних) дає змогу компаніям зменшити витрати на організацію виходу на закордонний ринок та зосередитись на виробництві продукції на внутрішньому ринку.

Посередники виступають важливим елементом ринку. Торговельним посередникам надається вагоме значення в розвитку ринкових відносин у багатьох країнах. Зокрема, в Японії, США, Великобританії, Німеччині на операції за участі посередників припадає близько половини всього товарообігу. Ринки загалом у сучасній економіці мають три основні функції. Перші дві функції саме реалізуються посередниками і передбачають зве-

дення покупців та продавців, налагодження процесу обміну інформацією, товарами, послугами та платежами, які пов'язані з ринком. Третя функція полягає в забезпеченні інституційної інфраструктури, що означає законодавчу та нормативну базу [3, с. 25].

Теоретичні та емпіричні дослідження доводять факт того, що найчастіше до послуг посередників під час здійснення експортних операцій звертаються компанії, організовуючи продажі на такі ринки, вхід на які обмежений значними торговельними бар'єрами (значний рівень політичного ризику, недостатня обізнаність в особливостях ведення бізнесу в певних країнах, логістичні ускладнення) [4].

Слід відзначити, що науковці переважно акцентують увагу на двох основних позитивних моментах від використання непрямого методу міжнародної торгівлі із залученням посередників: по-перше, це економія на масштабах, а по-друге, більша обізнаність посередника зі споживчими вподобаннями та потребами на цільовому закордонному ринку. Прояв економії на масштабі насамперед виявляється в можливості посередника (особливо гуртового) розподілити фіксовані витрати з виведення товару на закордонний ринок з-поміж певної широкої номенклатури товарів. Також слід виокремити такі беззаперечні позитивні аспекти залучення посередників для реалізації зовнішньоторговельних операцій, як переваги спеціалізації, застосування інноваційних технологій та наявність необхідної матеріально-технічної бази, можливості та навички здійснювати ефективні омнікультурні комунікації, володіння цінною інформацією, налагоджені міжнародні зв'язки і позитивна ділова репутація посередників. В умовах глобалізації посередницькі компанії значно сприяють зниженню фіксованих витрат здійснення міжнародних операцій. Особливої важливості міжнародна посередницька діяльність набуває у зв'язку зі зростанням нестабільності кон'юнктури світових ринків та загальних світових загроз та викликів через свою здатність знижувати ризики і невизначеність у міжнародній діяльності.

Домінуючою думкою серед економістів також є та, що найчастіше за послугами до посередників звертаються фірми-виробники, які не мають значної ринкової сили, досвіду міжнародної діяльності взагалі або досвіду діяльності на окремому закордонному ринку.

З іншого боку, слід відзначити негативні наслідки залучення посередників до реалізації зовнішньоторговельної діяльності компанії. Можливі причини для занепокоєння щодо ролі посередників пов'язані з концентрацією ринкової влади, яку можуть створити їхні об'єднання. Справді, з кінця 1980-х – початку 1990-х років у

секторі дистрибуції розпочались активні процеси концентрації, які дещо відрізнялись за обсягами та темпами розвитку в різних країнах, а також у країнах ЄС. Відбулась трансформація галузі, яка до цього переважно була сформована невеликими фірмами, до галузі, що включає деякі дуже великі фірми як на національному, так і на міжнародному рівнях. Така концентрація мала позитивні наслідки для структури витрат галузі та дала змогу використовувати значну економію на масштабі, але це також привело до зміщення торгових можливостей та ринкової влади від виробників товарів безпосередньо до посередників [8].

Розвиток міжнародної посередницької діяльності у своєму історичному розвитку пройшов декілька етапів. Відповідно до дослідження Елліса з початку XVII століття, коли морське домінування Європи створило перші сертифіковані торгові компанії, міжнародні посередники почали відігравати значну роль у міжнародному бізнесі.

Найвизначнішими переломними моментами сучасності тут слід визначити такі.

1) Середина 90-х років минулого сторіччя, коли до процесів інтернаціоналізації бізнесу почали активно включатись великі представники роздрібно-торгівлі.

2) Кінець 90-х років минулого сторіччя з прискореним розвитком прямого іноземного інвестування (відомі європейські та американські роздрібні мережі почали експансію на ринки країн, що розвиваються, здебільшого в Азійському регіоні та Латинській Америці).

3) Початок 2000-х років із переходом багатьох послуг посередників у віртуальний простір.

Відповідно до досліджень економістів у Сполучених Штатах Америки функціонує приблизно 20 типів посередницьких організацій, при цьому слід відзначити, що на незалежних посередників нині списують понад 50% загального обсягу продажів готової продукції. В Японії нараховується близько 120 000 різноманітних посередницьких організацій, на які припадає близько 60% продажів продукції виробничо-технічного призначення [1].

Важливість гуртових та роздрібних торговців для економіки різних країн значно варіюється. Так, розглядаючи ринок США, звертаємо увагу на той факт, що вага гуртових посередників під час здійснення зовнішньоторговельних операцій тут значно поступається діяльності компаній, які займаються як оптовою, так і роздрібною торгівлею. Так, на експорт через гуртові компанії припадає близько 8% від загального обсягу експорту США та 15% імпорту, тоді як на фірми змішаної активності – 67% експорту.

В певних країнах, зокрема в Італії, гуртові посередники мають вагомішу роль (10% у експорті, 35% у імпорті) (табл. 1).

Таблиця 1
Експортні торговельні операції
через гуртових посередників

Країна	Частка у загальній кількості фірм, зайнятих експортом, %	Частка у загальному експорті країни, %
Італія	27	10
Франція	32	20
США	34	8
Китай	13	22
Швеція	—	15

Джерело: побудовано автором на основі джерела [6, с. 25]

Порівняно з міжнародними торговельними фірмами-виробниками, оптові фірми, що торгують на міжнародному рівні, сфокусувались на меншій кількості країн з більшою кількістю продуктів та меншими затратами на одиницю продукції, а їх участь у міжнародних торговельних операціях сильно різниться в різних галузях. Виробничі галузі з більш конкурентною структурою, меншим розміром фірми, меншою інтенсивністю капіталовкладень, більшою фрагментацією виробництва та зниженням експортно-імпоротної інтенсивності частіше залучені до оптових експортних операцій [7].

У низці розвинених країн світу посередницькі компанії розглядаються як основні учасники процесу розвитку зовнішньоекономічного сектору економіки. При цьому слід зазначити, що з плином часу змінився характер державної підтримки посередницьких компаній. Так, якщо в другій половині ХХ сторіччя вона здебільшого була спрямована на консолідацію та створення великих універсальних торгових домів, мала переважно фінансовий характер, нині домінуючого значення набуває інформаційна державна підтримка посередницьких компаній, яка пропонується компаніям незалежно від їх розмірів.

Сьогодні перед фірмами, що займаються посередницькою діяльністю, постають нові виклики, зокрема поширення тенденцій дезінтермедіації в багатьох галузях та на географічних ринках. Така тенденція перш за все обумовлена домінуванням у суспільстві ідеї зменшення транзакційних витрат, що стали можливими перш за все завдяки науково-технічному прогресу. Найпомітнішою ця тенденція є на світовому ринку туристичних послуг, де кількість посередницьких організацій у фізичному вимірі значно скоротилася з постійно зростаючою кількістю онлайн-посередників у сфері гостинності та туризму. Сам термін «дезінтермедіація» запропонований Б. Гейтсом, який вважав, що розвиток інтернет-технологій усуне необхідність користування послугами компаній, що є проміжними ланками у процесі обміну товарами, послугами або інформацією [5]. Проте нині ми можемо спостерігати процес виникнення та успішного функціону-

вання нових форм посередництва, а саме віртуальні площадки електронної торгівлі.

Висновки з проведеного дослідження. Більшість наявних теоретичних та емпіричних досліджень щодо ролі посередників у міжнародній економіці свідчать про те, що посередники можуть дати змогу навіть відносно меншим та менш продуктивним фірмам подолати наявні бар'єри на зовнішніх ринках та експортувати, збільшуючи торговельні потоки між країнами. Фактично немає загальних емпірично доведених фактів того, що посередники негативно впливають на торгівлю. Одним з основних негативних проявів розвитку посередницької торгівлі є вірогідність збільшення ринкової влади в руках посередників, отже, певне викривлення конкуренції на окремих ринках. Також слід відзначити можливість втрати виробника прямого зв'язку зі споживачем під час використання лише послуг посередника під час роботи із закордонними ринками. Розвиток міжнародної торгівлі через посередників пройшов декілька етапів свого розвитку і здійснив низку значних перетворень як організаційного характеру, так і за набором послуг, що пропонуються виробникам. Міжнародна активність посередників має певні особливості в різних регіонах світу, обумовлені як чинниками макрохарактеру, так і домінантами розвитку певних галузей економіки. Проте незмінним залишається факт, що нині посередники залишаються вагомим елементом системи міжнародного торговельного обміну.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дима О.О. Аналіз тенденцій у розвитку посередницьких організацій. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2014. № 4. С. 72–82.
2. Abel-Koch J. Who Uses Intermediaries in International Trade? Evidence from Firm – level Survey Data. The World Economy. 2013. № 36. P. 1041–1064.
3. Akerman A. A theory on the role of wholesalers in international trade based on economies of scope. Canadian Journal of Economics / Revue canadienne d'économique. 51 (1). 156 p.
4. Bernard A., Grazi M., Tomasi C. Intermediaries in international trade: direct versus indirect modes of export. National bureau of economic research. 2011. URL: <http://www.nber.org/papers/w17711.pdf>.
5. Disintermediation // Wikipedia. 2014. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Disintermediation#cite_note-chircu1999-1.
6. Tajoli L., Tomasi C. Role of wholesalers and distribution groups in international trade. Brussels: European Parliament's Committee on International Trade, 2015. 29 p.
7. Utar H. Characteristics of International Trade Intermediaries and Their Location in the Supply Chain. Globalization: Strategies and Effects. Globalization / B.J. Christensen, C. Kowalczyk eds. 1st ed. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2016.
8. Wrigley N., Lowe M. The Globalization of Trade in Retail Services. OECD Report. 2010. URL: <http://www.oecd.org/tad/services-trade/46329746.pdf>.

REFERENCES:

1. Dyma O.O. (2014) Analiz tendencij u rozvytku poserednycjykh orghanizacij [Analysis of trends in the development of interference organizations]. *Zovnishnja torghivlja: ekonomika, finansy, pravo*. Vol 4. P. 72–82.
2. Abel-Koch J. (2013) Who Uses Intermediaries in International Trade? Evidence from Firm-level Survey Data. *The World Economy*, 36(8), 1041–1064. DOI: 10.1111/twec.12025.
3. Akerman A. (2018) A theory on the role of wholesalers in international trade based on economies of scope. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économie*, 51(1), 156–185. DOI: 10.1111/caje.12319.
4. Bernard A. (n.d.). Intermediaries in international trade: direct versus indirect modes of export. Retrieved from: <http://www.nber.org/papers/w17711.pdf>.
5. Disintermediation. (2017) In Wikipedia. Retrieved from: http://en.wikipedia.org/wiki/Disintermediation#cite_note-chircu1999-1.
6. Tajoli L. (2015) Role of wholesalers and distribution groups in international trade. Brussels: European Parliament's Committee on International Trade.
7. Utar H. (2016) Characteristics of International Trade Intermediaries and Their Location in the Supply Chain. In: Christensen BJ, Kowalczyk C, eds. *Globalization: Strategies and Effects*. Globalization. 1st ed. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
8. Wrigley N. (2010) The globalization of trade in retail services. Retrieved from OECD. Report website: <http://www.oecd.org/tad/services-trade/46329746.pdf>.

Simonov R.V.

Postgraduate Student at Department of International Management
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

THE ROLE OF INTERMEDIATION IN THE GLOBALIZATION OF WORLD ECONOMICS

Export intermediaries have long been important players in international trade activities. They help firms reach distant markets. Given the complexity of the international market, the increase in the number of potential markets for servicing, increasing consumer expectations, and increasing competition in a more open global system, access to markets has become a prime concern for many firms, especially medium and small ones. But it is the fact that for large corporations and for small and medium-sized enterprises it is often necessary to use the help of intermediaries, especially when it comes to the company's entry into the foreign market. Today in the world, about every tenth international trade transaction takes place with the involvement of an intermediary, which empirically proves the need for a more thorough study of their peculiarities. The purpose of this study is to identify the modern features of commercial intermediation in the conditions of turbulent development of world economic processes. Most existing theoretical and empirical studies of the role of intermediaries in the international economy suggest that intermediaries can allow even relatively smaller and less efficient firms to overcome existing barriers in foreign markets and to export, thus increasing trade flows between countries. In fact, there is no general empirical evidence that intermediaries have a negative impact on trade. One of the main negative manifestations of the development of intermediary trade is the probability of increasing market power in the hands of the intermediaries and thus a certain distortion of competition in some markets. The development of international trade through intermediaries has undergone several stages of its development and a number of significant transformations, both organizational and in the range of services offered to producers. The international activity of intermediaries has certain features in different regions of the world, due to factors of macro character and dominant development of certain branches of the economy.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМДЕРЖАВА ТА БІЗНЕС: ЦІЛЮВИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ВПЛИВ
ТА ХАРАКТЕР ВЗАЄМОДІЇSTATE AND BUSINESS: TARGET MANAGEMENT
AND CHARACTER OF INTERACTION

У статті досліджено теоретичні питання взаємодії держави і бізнесу. Систематизовано сфери впливу держави на бізнес, визначено основні форми їхнього партнерства та моделі взаємодії. Зазначено, що важливим аспектом взаємодії держави і бізнесу є їх цільові орієнтири, а їх поєднання є складним завданням практики господарювання, від вирішення якого залежить ефективність їхньої взаємодії. Автори статті впевнені, що проблема взаємодії влади та бізнесу в Україні є надзвичайно гострою та потребує налагодження взаємозв'язків між їхніми представниками на основі взаємної відповідальності для вирішення проблем соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: бізнес, держава, взаємодія держави і бізнесу, управлінський вплив, ефективність взаємодії держави і бізнесу.

В статье исследованы теоретические вопросы взаимодействия государства и бизнеса. Систематизировано влияние государства на бизнес, определены основные формы их партнерства и модели взаимодействия. Отмечено, что важным аспектом взаимодействия государства и бизнеса являются их целевые ориентиры, а их сочетание является сложной задачей практики хозяйствования, от решения которой зависит эффективность их взаимодействия. Авторы статьи уверены,

что проблема взаимодействия власти и бизнеса в Украине является чрезвычайно острой и требует налаживания взаимосвязей между их представителями на основе взаимной ответственности для решения проблем социально-экономического развития.

Ключевые слова: бизнес, государство, взаимодействие государства и бизнеса, управляющее воздействие, эффективность взаимодействия государства и бизнеса.

The article deals with theoretical questions of interaction between the state and business. The authors systematize the sphere of state influence on business, determine the main forms of their partnership and models of interaction. It is noted that the important aspect of interaction between the state and business is their target benchmarks, and their combination is a complex task of business management, the solution of which depends on the effectiveness of their interaction. The authors of the article are convinced that the problem of interaction of power and business in Ukraine is extremely acute and requires the establishment of interrelations between their representatives on the basis of mutual responsibility in order to solve the problems of social and economic development.

Key words: business, state, interaction of state and business, managerial influence, efficiency of interaction of state and business.

УДК 338.242

Біла І.С.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова

Насікан Н.І.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри
менеджменту і маркетингу
Київський національний
лінгвістичний університет

Постановка проблеми. Бізнес в умовах ринкової економіки є одним із фундаментальних джерел її живлення. Його розвиток залежить від багатьох умов, серед яких найважливішими є форми і методи взаємодії з державою. Система взаємодії влади та бізнесу здатна забезпечити реалізацію інтересів усього суспільства, сприяти всебічному розвитку бізнесу за умов розбудованого ефективно діючого середовища його функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем бізнесу, теоретичних і практичних аспектів його взаємодії з державою є актуальним завданням економічної науки та практики. Серед вітчизняних учених, які присвятили свої роботи названій проблематиці, варто відзначити О. Беляєва, В. Бодрова, З. Варналія, Л. Воротіну, А.Л. Дідківську, М. Долішнього, С. Дригу, Б. Кваснюка, М. Козоріза, А. Колота, В. Кредісова, І. Кузнєцову, В. Мандибуру, А. Митник, М. Узунова та ін. Вченими проаналізовано фундаментальні основи розвитку бізнесу, виявлено необхідність розвитку

бізнесу як однієї з компонент ринкової економіки, висвітлено деякі аспекти регулювання й управління бізнесу з боку держави, у тому числі механізми їхньої взаємодії на різних рівнях тощо. Однак, незважаючи на наукові публікації та їхню цінність, не повною мірою розкрито теоретико-методологічний апарат взаємодії держави і бізнесу, досить поверхово розглянуто питання її ефективності.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити теоретичні аспекти цільового управлінського впливу та характер взаємодії держави і бізнесу в сучасних ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на значну актуальність визначених питань, у науковій літературі не сформована цілісна концепція взаємодії влади і бізнесу. Хоча варто зазначити, що, незважаючи на розмаїття поглядів на проблему взаємодії держави і бізнесу та їх зовнішні відмінності, в економічній думці, по суті, існує дві протилежні позиції, які або визнають необхідність і важливість впливу держави на бізнес та належну

увагу приділяють його управлінським аспектам, або ж заперечують необхідність діяльності держави у цій сфері. Домінування однієї або іншої позиції пов'язане з конкретним станом суспільства, відповідно, рівнем розвитку продуктивних сил і виробничих відносин. У періоди народження або краху певних форм розвитку суспільства, а також у періоди економічних криз роль держави посилюється, а в період панування усталених форм розвитку системи на власній основі держава самоусувається з економічної арени.

Так, представники лібералізму та неолібералізму пов'язували можливість державного регулювання економіки та підприємництва виключно з коригуванням недоліків ринкового механізму та необхідністю підтримувати конкурентний лад. Прихильники кейнсіанства та неокейнсіанства пов'язували державне регулювання й управління з необхідністю протидії недолікам самої ринкової економіки. У наукових концепціях представників інституціоналізму та неоінституціоналізму держава визнається сталим інститутом в економіці, навіть незважаючи на різне спрямування їхніх поглядів на означені проблеми. Що ж стосується поглядів вітчизняних економістів, то практично ніхто з них необхідності втручання держави в економіку не заперечував, дискусії стосувалися лише питання конкретних форм і меж такого втручання [1].

Підсумовуючи розглянуті концепції, видається можливість систематизувати сфери впливу держави на бізнес (табл. 1).

Як бачимо, сфера діяльності держави є значною, перелік інструментів і важелів впливу її на економіку, на бізнес є багатоманітним, а спосіб їх застосування залежить від стану розвитку суспільства, історичних умов, що складаються в країні в певний час. Взаємини влади і бізнесу в розвинених демократичних країнах, на думку класика-монетариста М. Фрідмена, здійснюється у різних практичних формах, де держава виконує різні функції:

- ✓ держава як законодавець, форматор нормативно-правових правил здійснення бізнесу;
- ✓ держава як замовник, найбільший споживач створених товарів і послуг;
- ✓ держава як ключовий ринковий гравець, який забезпечує «розумні» економічні умови ведення бізнесу, використовуючи різноманітні механізми регулювання економічних явищ та процесів. Саме остання форма взаємодії відповідає вимогам соціально орієнтованого капіталізму та позбавлена «обману і шахрайства в інтересах загального блага» [2].

У сучасній літературі, як правило, взаємодія влади та бізнесу розглядається через призму форм їхнього партнерства. Так, учені виділяють три найбільш розповсюджені форми партнерства: економічне, правове та організаційне. Економічне партнерство передбачає здійснення спільної господарської діяльності державними органами та підприємницькими структурами, спрямованої на одержання неподаткового бюджетного доходу за рахунок використання ресурсів підприємницького сектору. Така взаємодія здійснюється через державні унітарні підприємства; державні корпорації; корпорації за державною участю; державно-приватне партнерство; ринкові взаємовідносини: закупівлі, тендери, інвестиційні контракти тощо [3].

Правове партнерство полягає у спільній організації процесу і механізмів регулювання бізнесу з боку держави через спільне розроблення законодавства, функціонування саморегульованих організацій тощо. Така форма взаємодії держави і бізнесу реалізується через державне регулювання підприємницької діяльності; державне регулювання конкуренції; державне регулювання взаємодії державних і підприємницьких структур. Своєю чергою, організаційне партнерство здійснюється через різні форми взаємної участі у структурних підрозділах влади і бізнесу, у тому числі взаємному впливі на прийняття рішень [3].

Таблиця 1

Внесок представників лібералізму і неолібералізму, кейнсіанства і неокейнсіанства та інституціоналізму в дослідження впливу держави на бізнес

Сфери впливу держави на бізнес	Представники економічних концепцій
➤ захист, координація господарюючих суб'єктів та створення стабільних умов для їхньої діяльності	А. Сміт, Л. Роббінс, В. Ойкен, Л. Ерхард, Дж. Гелбрейт, Дж. Б'юкенен, М. Бунге, І. Вернадський, Д. Піхно, П. Мігулін
➤ подолання наслідків зовнішніх ефектів	А. Пігу
➤ стимулювання та підтримка конкуренції, у тому числі створення конкурентного середовища	В. Ойкен, Л. Ерхард
➤ усунення монополії та наслідків недобросовісної конкуренції	В. Ойкен
➤ регулювання підприємницької активності за допомогою розмірів інвестицій залежно від фази економічного циклу	Дж.М. Кейнс, Е. Хансен
➤ підтримка, у т. ч. фінансова, окремих нерентабельних підприємств, особливо малих і середніх, новостворених підприємницьких структур	В. Ойкен, Л. Ерхард
➤ спрямування фінансової, податкової та грошово-кредитної політики на розвиток підприємництва	М. Фрідмен, А. Мюллер-Армач, Дж.М. Кейнс, Е. Хансен, Дж. Гелбрейт

Розвиток взаємодії між владою і бізнесом є відображенням змін економічних відносин у суспільстві. Цікавою є розробка трьохзонної моделі взаємодії влади і бізнесу, що включає відносно відокремлені напрями їхньої взаємодії у вигляді «білої», «чорної» та «сірої» зон. Так, «біла зона» ґрунтується на створенні єдиних правил гри для бізнесу та їх примусу державою до виконання правил у разі допущених порушень. Ця зона охоплює формальні практики, такі як регулювання законодавством податкових відносин, адміністративного та економічного регулювання бізнесу (реєстрації, ліцензування, контролю і примусу до виконання встановлених норм тощо), конкурси з розподілу державних замовлень.

«Чорна зона» заснована на індивідуальних корисливих інтересах окремих представників органів державної влади та таких засобів досягнення інтересів підприємця, як хабар, залучення у бізнес чиновника тощо. Фактично ця зона охоплює неформальні кримінальні практики, насамперед корупцію. Своєю чергою, «сіра зона» охоплює відносини між владою і бізнесом, які засновані на взаємній зацікавленості сторін із використанням таких інструментів досягнення інтересів підприємця, як добровільний або добровільно-примусовий внесок. Ця зона заснована на неформальних практиках поборів із підприємців, що безпосередньо не пов'язані з корупцією, та практиці його неформального торгу з владою щодо умов функціонування конкретного бізнесу [4]. Переважання тієї чи іншої «зони» у взаємодії влади і бізнесу залежить від рівня розвитку економіки країни, її соціального спрямування та сформованої системи спільного врахування інтересів усіх суб'єктів.

Технологія взаємодії держави і бізнесу визначається наявністю різних інституційних суб'єктів у частині побудови механізму управління такою взаємодією. Світовий досвід засвідчує про наявність найбільш поширених концептуальних моделей співробітництва: інституційної та посередницької [5, с. 66].

Інституційна модель передбачає активну участь різних асоціацій та об'єднань бізнесу у взаємодії з владними структурами. Бізнес-асоціація – це структурно і функціонально організована система, що є незалежною від державних та інших структур, діє у правовому полі, захищає інтереси і задовольняє потреби своїх членів, що входять в асоціацію на підставі добровільності та рівноправності [6]. У розвинених країнах бізнес-асоціації відіграють важливу роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку, є фактором підвищення ефективності функціонування економічного, політичного і соціального середовища. Крім того, вони є дієвою формою самоорганізації бізнесового співтовариства і виступають посередниками у налагодженні діалогу між бізнесом та владою. Можливості активної участі у прийнятті рішень у сфері бізнесу

відповідають як потребам самих членів асоціації й усього бізнесу, так і реалізують демократичні принципи громадянського суспільства та самої держави в економіці сучасного ринкового типу.

Серед переваг такої моделі варто назвати: зменшення рівня зрощення влади з бізнесом; забезпечення інституціоналізації і формалізації контактів представників державного і комерційного секторів. Недоліками такої технології взаємодії держави і бізнесу є: висока бюрократизація системи представництва інтересів через спілки та асоціації; неможливість повного представництва інтересів бізнесу через асоціації, які являють собою диверсифіковані структури, пов'язані з декількома галузями економіки; неможливість реалізації різноманіття форм і каналів зв'язку з держструктурами [5, с. 66].

Своєю чергою, посередницька модель характеризується появою конкурентної ланки незалежних посередників, що розвиваються у напрямі професіоналізації, спеціалізації, диференціації та розширення спектру послуг. Така форма взаємодії держави і бізнесу має незаперечні переваги: використання позитивів вільної конкуренції для вибору найбільш життєздатних форм співпраці; висока гнучкість та мобільність у процесі взаємодії; розвиток ринків посередництва й послуг для забезпечення представництва інтересів. Серед основних недоліків такої моделі називають: високу загрозу зіткнення інтересів в умовах значного числа суб'єктів взаємодії та потенційне звуження інформаційного простору для отримання конкурентних переваг [5, с. 66].

Стає зрозумілим, що в сучасній ринковій економіці партнерство влади і бізнесу є не тільки «вигідним заходом», який прагне скомпівувати інтереси влади й бізнесу, а є звичайною необхідністю, яка пов'язана із подовженням існування капіталістичної економічної системи та її соціалізацією. Останнє підкреслюють А.М. Колот та О.М. Поплавська, стверджуючи, що саме нові форми взаємодії держави і бізнесу, підвищення управлінської участі держави у вирішенні проблем підприємницького сектору стали причинами «другого дихання» державного капіталізму та стимулювали процеси виходу із кризи кінця 2000-х років [7].

У такому розумінні актуальним є визначення цілей взаємодії влади і бізнесу з боку обох сторін. Так, цільовими орієнтирами держави у взаємодії з бізнесом є:

- ✓ досягнення глобальних цілей шляхом консолідації зусиль та потенціалу економічних суб'єктів;
- ✓ розширення суспільних функцій підприємництва, використання потенціалу бізнес-сектору для зростання ефективності діяльності;
- ✓ інтегрування потенціалу приватного сектору в розроблення та реалізацію стратегій соціально-економічного розвитку [8, с. 51];

- ✓ залучення бізнесу до розбудови інфраструктури економіки;
- ✓ розширення партнерства у сфері реалізації інноваційних проектів тощо.

Своєю чергою, цільовими орієнтирами бізнесу у взаємодії з державою є такі:

- ✓ створення безпечного в економічній, політичній та соціальній площині середовища для розвитку бізнесу на правовій основі;
- ✓ збереження позитивної динаміки ринкових перетворень, захист інтересів національного бізнесу, зростання купівельної спроможності населення, а отже, прибутків підприємств;
- ✓ розширення можливостей для ведення бізнесу за рахунок використання потенціалу мезоекономіки та впливу на вибір пріоритетів розвитку [8, с. 51];
- ✓ наявність «незахоплених» корупцією державних структур, відсутність ситуації, за якої інтереси держави підміняються інтересами окремого її представника, що має на меті отримання «ренти» від свого службового положення;
- ✓ прозорість різних форм взаємодії держави з бізнесом, які б функціонували на паритетній основі;
- ✓ можливість отримання фінансової допомоги на реалізацію суспільно корисних завдань тощо.

Поєднання цільових орієнтирів держави і бізнесу є складним завданням практики господарювання, від вирішення якого залежить ефективність їхньої взаємодії. Загальновідомо, що поняття «ефективність» дослівно означає «результат», тобто наслідок зміни стану певного об'єкта, зумовленої дією деяких чинників. Означені зміни можуть мати як позитивний, так і негативний характер, тобто є підстави говорити про досягнення певної мети управлінської діяльності або про необхідність коригувальних заходів, спрямованих на оптимізацію здійснюваного процесу. Феномен «ефективність взаємодії влади і бізнесу» є часто вживаним, однак малодослідженим у науці. Проблема полягає у тому, що практично неможливо оцінити форми взаємозв'язку між державою і бізнесом, сутність яких полягає у зворотному впливі одного суб'єкта на інший.

На нашу думку, оцінка ефективності такої взаємодії може здійснюватися через призму таких двох процесів:

- ✓ рівень розвитку бізнесу – великого як основи структурної політики економічного розвитку та малого і середнього підприємництва як бази існування середнього класу;
- ✓ оптимізацію ролі держави в економіці, яка виявляється не тільки в її участі у реалізації стратегії національного розвитку, а й у здатності вирішувати (повністю або спільно із бізнесом) проблеми соціально-економічного розвитку.

Для України проблема взаємодії влади та бізнесу є надзвичайно гострою, а їхні представники

поки що так і не знайшли оптимуму у своїх взаємовідносинах. Останнє пов'язане з тим, що формування відносин між державою і бізнесом було зумовлене:

- неефективними процесами приватизації та роздержавлення, які призвели до зниження ефективності виробництва та механічного неконтрольованого розвитку бізнесу;
- відсутністю концепції управлінського впливу держави на бізнес, яка враховувала б інтереси суспільства, а не окремих олігархічних груп, що в підсумку призводило до формальності у їх взаємодії;
- розвитком бізнесу без адекватних ринкових інститутів в умовах значних адміністративних обмежень, що уповільнило встановлення ефективної взаємодії між цими суб'єктами, викривило їх взаємовідносини через відсутність стимулів до відродження національного виробництва, поширення тіньового сектору і значну корумпованість адміністративно-бюрократичного апарату;
- надмірним впливом політичного складника економічного реформування, що призводило до непослідовності та неефективності прийнятих рішень і негативно позначилося на формуванні великого бізнесу [9, с. 26–27];
- високим рівнем влади монополій на внутрішньому ринку України, що створює й досі перепони для розвитку вільної та добросовісної конкуренції [10].

Висновки з проведеного дослідження. Усе вищезазначене зумовлює необхідність вироблення власної моделі взаємодії держави і бізнесу, враховуючи теоретичні здобутки у цій сфері та позитивний світовий досвід. Не викликає сумніву, що відносини між владою і бізнесом повинні формуватися на основі взаємної відповідальності, що забезпечить гармонізацію їхніх інтересів у напрямі підвищення соціальних стандартів, рівня та якості життя населення в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Біла І.С. Концептуальні підходи до взаємодії держави та підприємницького сектору. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 18. Економіка та право. 2005. № 2. С. 6–11.
2. Friedman M. Capitalism and freedom. Chicago: University of Chicago Press, 1962. 202 p.
3. Узунов Ф.В. Види взаємодії бізнесу з органами державної влади та управління. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2013. № 8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2013_8_6.
4. Музиченко А.С., Бержанірі А.Л. Моделі взаємодії влади та бізнесу в умовах ринкової економіки. Сталій розвиток економіки. 2013. № 4. С. 24–28. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2013_4_6.
5. Митник А.А. Теоретико-концептуальні моделі взаємодії держави та бізнесу. Актуальні проблеми державного управління. 2015. № 2. С. 62–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdy_2015_2_11.

6. Чижигов Г.Д. Бізнес-асоціації в умовах інтеграції України в світове господарство: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». Донецьк, 2006. 40 с.

7. Колот А.М., Поплавська О.М. Держава і бізнес: новітні тенденції взаємодії та забезпечення стійкого розвитку. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2016. № 2. С. 8–15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvtp_2016_2_3.

8. Митник А.А. Цільові орієнтири та принципи взаємодії держави та бізнесу на регіональному рівні. Теорія та практика державного управління. 2015. Вип. 4(51). С. 49–55.

9. Біла І., Насікан Н. Держава і підприємницький сектор в Україні: генезис і особливості формування взаємовідносин. Соціально-економічні проблеми і держава. 2012. Вип. 2(7). С. 16–27.

10. Філіпішина Л.М. Напрями розвитку стратегії взаємодії держави і бізнесу. Научный вестник Донбасской государственной машиностроительной академии. 2017. № 1. С. 199–205. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvdgma_2017_1_30.

REFERENCES:

1. Bila I.S. (2005) Konceptualni pidkhody do vzajemodiji derzhavy ta pidpryjemnyckogho sektoru [Conceptual approaches to the interaction of the state and the business sector] Naukovyj chasopys NPU imeni M. P. Draghomanova. Seriya 18. Ekonomika ta pravo: Zbirnyk naukovykh pracj, no. 2, p. 6–11.

2. Friedman M. (1962) Capitalism and freedom. Chicago: University of Chicago Press, 202 p. (in English).

3. Uzunov F.V. (2013) Vydy vzajemodiji biznesu z orghanamy derzhavnoji vlady ta upravlinnja [Types of business interaction with state authorities and management] Derzhavne upravlinnja: udoskonalennja ta rozvytok, (electronic journal), no. 8. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2013_8_6 (accessed 10 July 2018).

4. Muzychenko A.S., Berzhanir A.L. (2013) Modeli vzajemodiji vlady ta biznesu v umovakh rynkovoji ekono-

miky [Models of interaction between government and business in a market economy] Stalyj rozvytok ekonomiky, (electronic journal), no. 4, p. 24–28. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2013_4_6 (accessed 7 July 2018).

5. Mytnyk A.A. (2015) Teoretyko-konceptualjni modeli vzajemodiji derzhavy ta biznesu [Theoretical and conceptual models of state and business interaction] Aktualni problemy derzhavnogho upravlinnja, (electronic journal), no. 2, p. 62–69. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdy_2015_2_11 (accessed 20 July 2018).

6. Chyzhykov Gh.D. (2006) Biznes-asociacii v umovakh integracii Ukrainy v svitove ghospodarstvo [Business associations in the conditions of Ukraine's integration into the world economy] (PhD Abstract), Donetsk, 40 p.

7. Kolot A.M., Poplavska O.M. (2016) Derzhava i biznes: novitni tendenciji vzajemodiji ta zabezpechennja stijkogho rozvytku [State and business: the latest trends in interaction and sustainable development] Socialjno-trudovi vidnosyny: teorija ta praktyka, (electronic journal), no. 2, p. 8–15. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvtp_2016_2_3 (accessed 9 July 2018).

8. Mytnyk A.A. (2015) Ciljovi orijentyry ta pryncypy vzajemodiji derzhavy ta biznesu na rehionalnomu rivni [Target orientations and principles of interaction of state and business at the regional level] Teorija ta praktyka derzhavnogho upravlinnja, vol. 4(51), p. 49–55.

9. Bila I., Nasikan N. (2012) Derzhava i pidpryjemnyckyj sektor v Ukraini: ghenezys i osoblyvosti formuvannja vzajemovidnosyn [State and business sector in Ukraine: genesis and peculiarities of the formation of mutual relations] Socialjno-ekonomichni problemy i derzhava, vol. 2(7), p. 16–27.

10. Filipishyna L.M. (2017) Naprjamy rozvytku strateghiji vzajemodiji derzhavy i biznesu [Areas of development of the strategy of interaction between the state and business] Nauchnij vestnyk Donbasskoj ghosudarstvennoj mashynostroytel'noj akademyy, (electronic journal), no. 1, p. 199–205. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvdgma_2017_1_30 (accessed 19 July 2018).

Bila I.S.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economic Theory
National Pedagogical Dragomanov University

Nasikan N.I.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management and Marketing
Kyiv National Linguistic University

STATE AND BUSINESS: TARGET MANAGEMENT AND CHARACTER OF INTERACTION

The article deals with theoretical questions of interaction between the state and business. The authors systematize the sphere of state influence on business, determine the main forms of their partnership and models of interaction. It is noted that the important aspect of the interaction between the state and business is their target benchmarks, and their combination is a complex task of business management, the solution of which depends on the effectiveness of their interaction.

Among the main targets of the state in cooperation with business are: achievement of global goals by consolidating efforts and potential of economic actors; expansion of public functions of entrepreneurship, use of the potential of the business sector to increase the efficiency of activities; integrating the potential of the private sector into the development and implementation of socio-economic development strategies; involvement of business in the development of the infrastructure of the economy; expansion of partnership in the field of implementation of innovative projects, etc.

In turn, the target benchmarks of business in interaction with the state are: the creation of a legal, economic, political, and social environment for business development; preserving the positive dynamics of market transformations, protecting the interests of the national business, increasing the purchasing power of the population, and hence the profits of enterprises; the presence of "unencumbered" by corruption of state structures, the absence of a situation in which the interests of the state are replaced by the interests of its individual representative, with the aim of obtaining "rent" from their official position; transparency of various forms of interaction between the state and business that would function on a parity basis; the possibility of receiving financial assistance for the implementation of socially useful tasks, etc.

The authors of the article are convinced that the problem of interaction of power and business in Ukraine is extremely acute and requires the establishment of interrelations between their representatives on the basis of mutual responsibility in order to solve the problems of social and economic development.

СЕГМЕНТАЦІЯ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИНКУ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

SEGMENTATION OF INFRASTRUCTURE SUPPLY OF THE INVESTMENT MARKET IN UKRAINE

УДК 330.322

Васильєв О.В.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри
економічного консалтингу
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Кайдаш О.В.

аспірант
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

У статті здійснено аналіз структурного забезпечення ринку інвестицій в Україні. Проведено сегментацію інфраструктури ринку цінних паперів. Виокремлено основні структурні елементи функціональної, регулятивної, інформаційної та технічної інфраструктури досліджуваного ринку. Проаналізовано їх сутність та функції.

Ключові слова: інфраструктура, інвестиції, фондова біржа, торговці цінними паперами, органи державного впливу, інформаційні системи.

В статье осуществлен анализ структурного обеспечения рынка инвестиций в Украине. Проведена сегментация инфраструктуры рынка ценных бумаг. Выделены основные структурные элементы функциональной, регулятивной, информационной

и технической инфраструктуры исследуемого рынка. Проанализированы их сущность и функции.

Ключевые слова: инфраструктура, инвестиции, фондовая биржа, торговцы ценными бумагами, органы государственного воздействия, информационные системы.

The article analyses the structural provision of the investment market in Ukraine. Segmentation of the securities market infrastructure has been carried out. The basic structural elements of the functional, recreational, informational and technical infrastructure of the studied market are distinguished. Their essence and functions are analysed.

Key words: infrastructure, investments, stock exchange, securities traders, state influence bodies, information systems.

Постановка проблеми. Інвестиційний ринок у сучасній ринковій економіці є одним із найважливіших сегментів загального ринку. Це складний механізм, що поєднує велику кількість виробничих, комерційних, фінансових, інституціональних та інформаційних структур, що взаємодіють в інвестиційній сфері на основі розгалуженої системи норм інвестиційного бізнесу. Розбудова інвестиційного ринку в Україні є об'єктивною необхідністю. Але вона потребує створення належної правової бази і механізму державного регулювання випуску та обігу цінних паперів, формування системи фінансових інститутів, страхових компаній, компаній з управління активами, спеціалізованих торговців цінними паперами, депозитарних закладів, консалтингових фірм, належного банківського сервісу. Враховуючи роль інвестиційного ринку для розвитку економіки, особливого значення набуває створення сучасної за світовими стандартами інфраструктури цього ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ринку інвестицій займалися такі провідні науковці, як: І. Бондарчук, О.В. Васильєв, Н.М. Внукова, А. Гальчинський, А. Загородній, Л. Ігоніна, І. Карпунь, Л. Кльоба, В. Полтерович, А. Рамський, С. Халатур, І. Шкодін та ін. Проте, віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних та зарубіжних учених із даної проблематики, слід зауважити, що існує необхідність у її подальшому дослідженні.

Постановка завдання. Мета статті – проаналізувати особливості інфраструктурного забезпечення інвестиційного ринку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Еволюція ринку інвестицій, розмежування окре-

мих етапів угод із цінними паперами, необхідність оперативного проведення розрахунків за укладеними угодами, а також прогрес у розвитку Інтернет-технологій та інформаційно-телекомунікаційних мереж призвели до створення складних торговельних систем, у структурі яких функціонують різноманітні інфраструктурні елементи.

Сьогодні необхідними складниками інфраструктури досліджуваного ринку є: торговці цінними паперами, національний депозитарій, універсальні комерційні банки, національний банк України, розрахунковий центр з обслуговування договорів на фінансових ринках та реєстраційні мережі, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР), Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг), Антимонопольний комітет, а також системи правового, технічного та інформаційного забезпечення ринку.

Інфраструктура ринку інвестицій – це комплекс інститутів, служб, компаній, установ, організацій, що забезпечують нормальний режим безперебійного функціонування ринку цінних паперів, створюючи необхідні умови для обігу цінних паперів на біржовому та позабіржовому ринках, сприяючи укладанню угод щодо цінних паперів між учасниками ринку [2].

Основними особливостями інфраструктури інвестиційного ринку є її складність, багатогранність та неоднорідність. Інфраструктуру ринку інвестицій України можна поділити на чотири основних сегмента:

- 1) функціональна інфраструктура;
- 2) регулятивна інфраструктура;
- 3) інформаційна інфраструктура;
- 4) технічна інфраструктура.

Структурними елементами функціональної інфраструктури є інститути, які забезпечують функціонування ринку, створюють необхідні умови для обігу цінних паперів на біржовому чи позабіржовому ринках. У широкому розумінні функціональну інфраструктуру можна систематизувати за такими критеріями: організатори торгів, спеціалізовані установи, що обслуговують ринок, та учасники торгів (рис. 1).

У сучасному тлумаченні фондова біржа – це місце зустрічі продавців і покупців цінних паперів, місце, де їхня ціна визначається попитом і пропозицією на них, а процес купівлі-продажу регулюється правилами та положеннями, тобто йдеться про організований ринок цінних паперів. Фондова біржа є регулятором фінансового ринку, який певним чином організований і є постійно діючим, тобто ринком, на якому відбуваються купівля та продаж цінних паперів, а також інших фінансових інструментів [8].

За даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, в Україні діють 10 фондових бірж, розташованих у Києві та Дніпрі: Фондова біржа ПФТС, Київська міжнародна фондова біржа (КМФБ), Українська фондова біржа (УФБ), Українська міжбанківська валютна біржа (УМВБ), фондова біржа «ІННЕКС», Придніпровська фондова біржа (ПФБ), Українська міжнародна фондова

біржа (УМФБ), фондова біржа «Перспектива», Східноєвропейська фондова біржа (СЄФБ), Українська біржа (УБ).

Реальні торги цінними паперами до недавнього часу здійснювалися на трьох із них: Українській біржі; фондовій біржі «ПФТС»; фондовій біржі «Перспектива». У таких країнах, як Польща, Франція, Туреччина, Італія, Нідерланди, Британія, ринок у цілому консолідований, і торги відбуваються на одній біржі, яка до того ж може бути частиною міжнародного консорціуму з декількох національних бірж.

Національний депозитарій України створений відповідно до Закону «Про депозитарну систему» для забезпечення функціонування єдиної системи депозитарного обліку. Центральний депозитарій забезпечує формування та функціонування системи депозитарного обліку цінних паперів, може надавати послуги емітенту з організації та проведення загальних зборів акціонерів.

Розрахунковий центр з обслуговування договорів на фінансових ринках займається відкриттям поточних, кореспондентських рахунків, відкриттям рахунків для здійснення розрахунків, проводить грошові розрахунки за договорами щодо цінних паперів за принципом «поставка цінних паперів проти оплати», здійснює виплату доходів за цінними паперами. Порядок відкриття та функціонування поточних, кореспондентських рахунків



Рис. 1. Класифікація елементів функціональної інфраструктури інвестиційного ринку України

у розрахунковому центрі регламентується правилами публічного акціонерного товариства та регламентом обслуговування клієнтів.

Згідно із законодавством України, виокремлюється поняття «торговці цінними паперами», що можуть провадити дилерську діяльність, якщо мають сплачений коштами статутний капітал у розмірі не менш як 500 тис. грн. та брокерську діяльність не менш як 1 млн. грн. Під брокером розуміється фізична особа, зареєстрована на біржі відповідно до її статуту, яка торгує цінними паперами від імені та за рахунок клієнта, брокер є посередником. Дилер – це покупець або продавець (власник), який є вигодонабувачем. Дилер на біржах України діє як спекулянт, переважно здійснює перепродаж.

Станом на 30.05.2018, за даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, в Україні діє 252 ліцензованих торговця цінними паперами, що провадять дилерську, брокерську та депозитарну діяльність.

Компанія з управління активами (КУА) – це юридична особа, яка здійснює професійну діяльність з управління активами інститутів спільного інвестування (ІСІ) на підставі ліцензії і не може поєднувати цю діяльність з іншими видами професійної діяльності на ринку цінних паперів. КУА може одночасно здійснювати управління активами кількох ІСІ. Діяльність КУА жорстко регулюється й обмежується законодавством та контролюється Національною комісією із цінних паперів та фондового ринку.

За даними Української асоціації інвестиційного бізнесу, станом на 30.05.2018 в Україні діють 292 компанії з управління активами. Найбільше компаній зосереджено в м. Києві – 164, Київській області – 46, Дніпропетровській та Харківській областях – по 19 компаній.

Наявна тенденція до зменшення кількості торговців цінними паперами, тоді як кількість компаній з управління активами залишається стабільною, це пов'язано з такими чинниками:

1) у процесі реформування системи корпоративного управління в Україні значно зменшилася кількість відкритих корпоративних товариств і, як наслідок, зменшився обсяг цінних паперів в обороті;

2) відбувається розроблення системи гарантування вкладів інвесторів – учасників фондового ринку, що додаткові внески торговців на створення такого фонду та відсіювання неблагодійних установ;

3) загальні інвестиційні ризики на ринку цінних паперів України пов'язані з економічною, політичною і суспільною ситуацією в країні.

Послуги інвестиційного банкінгу в Україні надаються через комерційні банки, основними напрямками їхньої діяльності є: послуги організаціям із фінансового консультування; послуги андеррайтингу; послуги платіжного агента. Розподіл послуг

на окремі підрозділи – робота з фізичними особами (населенням) і робота з корпоративними клієнтами – є звичною практикою організації діяльності для українських банків.

Можна виокремити такі основні завдання функціональної інфраструктури:

1) консультаційна підтримка підприємців з юридичних питань, ведення

бухгалтерської звітності та пошук ефективних джерел фінансування;

2) страхування інвестиційних ризиків;

3) випуск, розміщення та викуп цінних паперів серед інвесторів;

4) зберігання сертифікатів цінних паперів у натуральній формі та в електронному вигляді на рахунках їхніх власників, їх трансфер з одного облікового запису до іншого;

5) облік і контроль права власності на цінні папери;

6) регулярна переоцінка активів, оформлення договорів придбання і продажу ЦП, підготовка звітності до державних контролюючих органів;

7) аналіз ринку цінних паперів.

Система регулювання ринку цінних паперів – це єдина система методів та прийомів, що дають змогу упорядкувати укладання угод, підпорядкувати їх певним вимогам та правилам. Регулювання фондового ринку – це механізм підтримки рівноваги взаємних інтересів усіх його учасників за правилами чесної, довірчої гри.

Елементами регулятивної інфраструктури ринку інвестицій є органи державної влади (рис. 2) та законодавчі норми, які зумовлюють умови провадження інвестиційної діяльності.

Головне завдання, що стоїть перед кожним інституційним суб'єктом регулювання, – створення дієвого й ефективного механізму, що встановлює чіткі правила та звичаї поведінки на ринку, забезпечує викриття і жорстке покарання будь-якого відхилення від нього.

В Україні існує велика кількість нормативно-правових актів, що регулюють відносини в інвестиційній сфері. При цьому основою нормативно-правового регулювання у зазначеній сфері є закони. Основними законами є: «Про інвестиційну діяльність», «Про цінні папери та фондовий ринок», «Про депозитарну систему», «Про інститут спільного інвестування», «Про акціонерні товариства», «Про державне регулювання ринку цінних паперів».

Особливістю вітчизняного інвестиційного законодавства є те, що окремі аспекти в інвестиційній сфері регулюються також нормами господарського, податкового, валютного, банківського, фінансового, митного, цивільного й земельного законодавства, правовими актами про приватизацію, підприємництво, інноваційну діяльність, цінні папери та фондовий ринок, концесії тощо.

Слід звернути увагу на те, що значну частину вітчизняного законодавства становлять міжна-

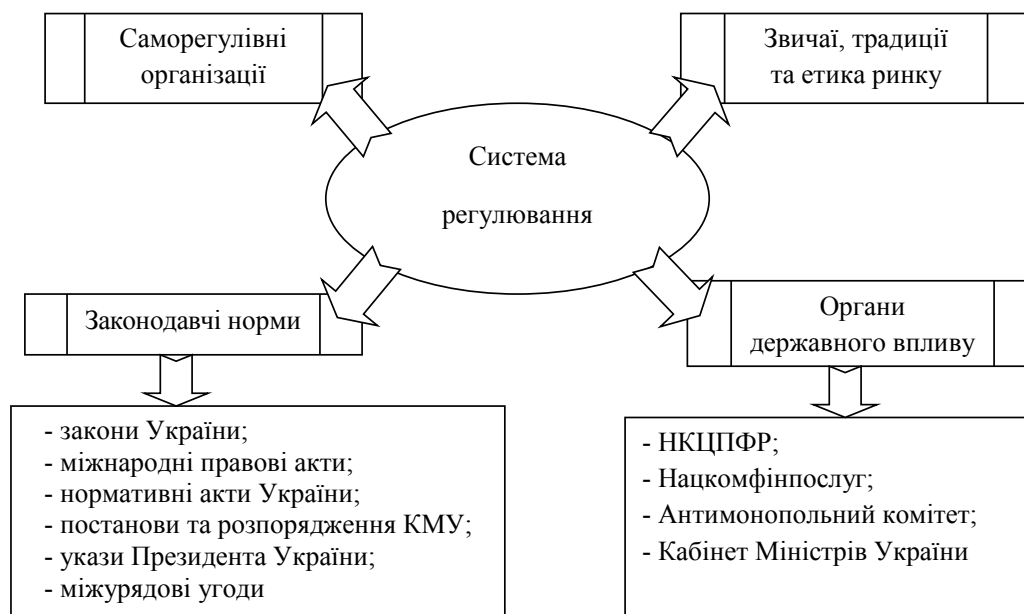


Рис. 2. Елементи регулятивної інфраструктури ринку цінних паперів

родні правові акти, учасником яких є Україна: багатосторонні міжнародні угоди, конвенції, які спрямовані як на захист іноземних інвестицій, так і на врегулювання інших питань. Окрім того, в інвестиційній сфері діє велика кількість міжурядових угод про сприяння та взаємний захист інвестицій, які укладаються урядом України з урядами відповідних країн та якими регулюються основні питання взаємин сторін такого договору в галузі інвестиційної діяльності.

Можна сказати, що у цілому створено правове підґрунтя для здійснення інвестиційної діяльності, проте вітчизняна законодавча база потребує доопрацювання. Наявна розгалужена система правових актів не характеризується цілісністю та узгодженістю.

Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР) є державним колегіальним органом, підпорядкованим Президенту України та підзвітним Верховній Раді України. НКЦПФР розробляє і затверджує нормативні акти та акти законодавства, обов'язкові для виконання центральними та місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, учасниками ринку цінних паперів, їх об'єднаннями та контролює їх виконання з питань, що належать до її компетенції.

Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг), відповідає за створення умов для належного та ефективного функціонування ринків небанківських фінансових послуг, зміцнення системної стабільності на цих ринках, забезпечення захисту прав споживачів небанківських фінансових послуг, а також інтеграції у світовий фінансовий простір без загроз національним інтересам та економічній безпеці України.

Відповідно до Конституції України, Кабінет Міністрів забезпечує суверенітет та економічну незалежність країни, внутрішню та зовнішню політику держави, виконання Конституції і законів України, актів Президента; розробляє і здійснює загальнонаціональні (загальнодержавні) програми економічного, науково-технічного розвитку держави. На нього покладено функції забезпечення реалізації зовнішньоекономічної діяльності України, проведення фінансової, цінової, інвестиційної та податкової політики.

Антимонопольний комітет – державний орган, що відповідає за забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та у сфері державних закупівель.

Для створення ефективної системи регулювання та контролю на ринку цінних паперів за ініціативою НКЦПФР утворено саморегулівні організації ринку цінних паперів, які об'єднують професійних учасників ринку цінних паперів за видами діяльності, а саме: реєстраторів, торговців, зберігачів та депозитаріїв, а також інвестиційних керуючих.

Основні завдання саморегулівних організацій:

- 1) встановлення правил, стандартів та вимог до здійснення діяльності з цінними паперами;
- 2) Встановлення норм та правил поведінки, вимог до професійної кваліфікації фахівців – членів саморегулівних організацій та здійснення контролю над їх дотриманням членами організацій;
- 3) сприяння здійсненню професійної діяльності членами саморегулівної організації;
- 4) розроблення та здійснення заходів щодо захисту прав членів саморегулівної організації.

Інформаційний складник ринкової інфраструктури представлений інформаційними мережами

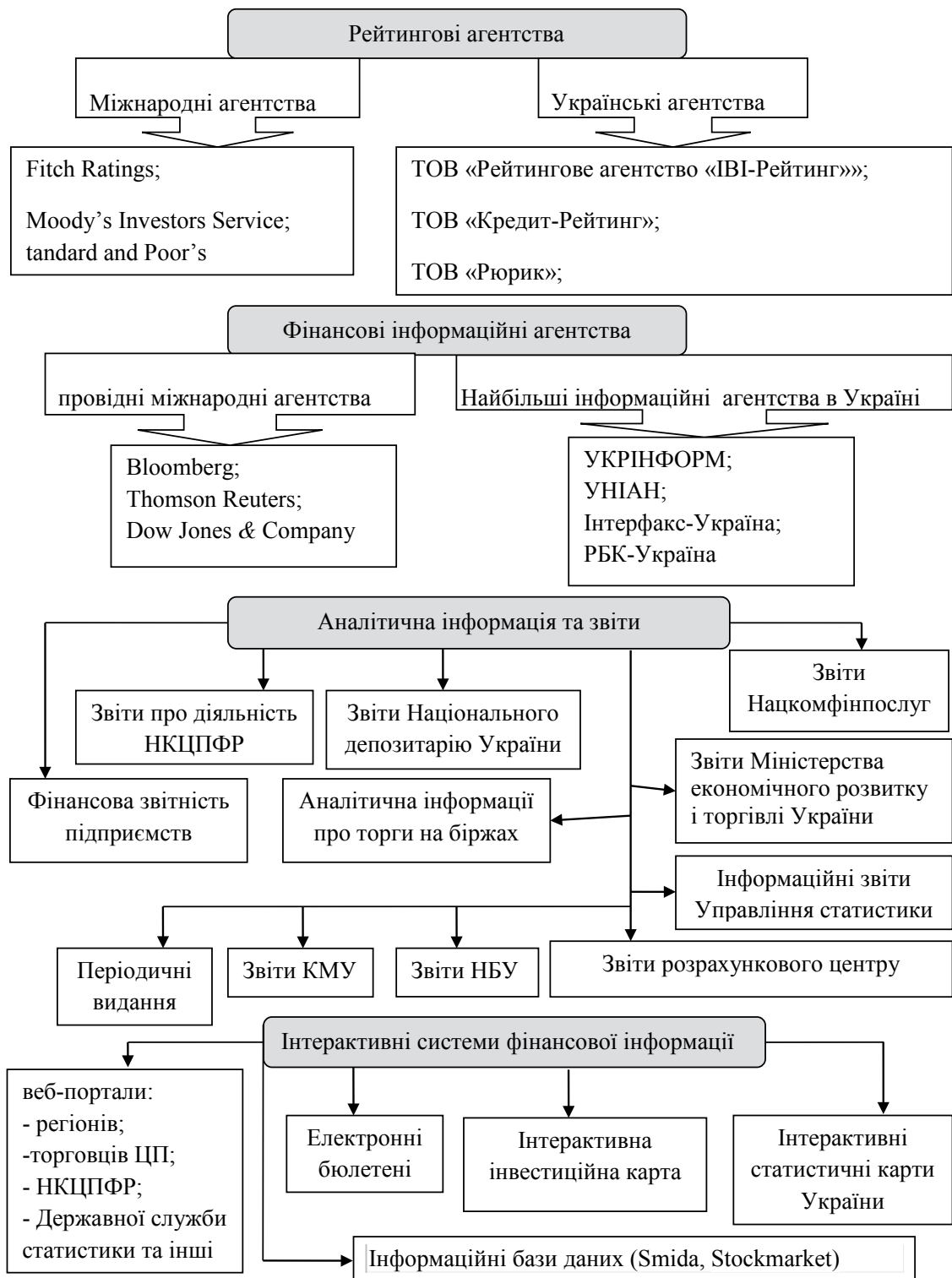


Рис. 3. Елементи інформаційної інфраструктури інвестиційного ринку

та потоками. Не меншого значення набувають інститути, які забезпечують існування інформаційних потоків, а саме засоби масової інформації, інформаційні й рекламні компанії, мережа Інтернет. Основні компоненти інфраструктури ринку інвестування наведено на рис. 3.

Саме елементи інформаційного складника забезпечують зворотний зв'язок інфраструктури із зовніш-

нім середовищем, що є передумовою її адаптації до вимог ринкової економіки на кожному етапі розвитку.

В Україні офіційно зареєстровано та функціонує вісім рейтингових агентств, три з них є міжнародними (табл. 1). Діяльність агентств регламентується законами України «Про державне регулювання ринку цінних паперів», «Про цінні папери та фондовий ринок».

Таблиця 1

**Рейтингові агентства, включені до Державного реєстру
вповноважених рейтингових агентств та визнані НКЦПФР**

Назва агентства	Рік заснування	Рішення про визнання агентства НКЦПФР		
Міжнародні рейтингові агентства				
Fitch Ratings (Велика Британія, США)	1913	№ 198 від 22 лютого 2006 р.	Надані послуги в Україні за 2017 рік	
Moody's Investors Service (США)	1909		тис. грн	питома вага, %
Standard and Poor's (Сполучені Штати Америки)	1860			
Українські рейтингові агентства				
ТОВ «Рейтингове агентство «ІВІ – Рейтинг»	2005	№ 385 від 7 квітня 2010 р.	3089,2	37,4
ТОВ «Рюрик»	2004		1109,5	13,4
ТОВ «Рейтингове агентство «Експерт-Рейтинг»	2007	№ 860 від 8 червня 2010 р.	855	10,3
ТОВ «Кредит-Рейтинг»	2001	№ 530 від 10 квітня 2012 р.	2242,5	27,1
ТОВ «Рейтингове агентство «Стандарт-Рейтинг»	2010	№ 529 від 10 квітня 2012 р.	971.3	11.7

Джерело: дані з офіційних сайтів НКЦПФР та Stockmarket

Нині створено та діє дві інформаційних бази даних про ринок цінних паперів Smida та Stockmarket.

На сайтах міститься інформація що підлягає оприлюдненню згідно із чинним законодавством, у тому числі: загальнодоступна інформаційна база даних НКЦПФР; електронна система комплексного розкриття інформації (ЕСКРІН); база даних про правопорушення на ринку цінних паперів; інформація про власників значних пакетів (10 і більше відсотків) акцій; Державний реєстр випусків цінних паперів, що містить у собі інформацію щодо зареєстрованих НКЦПФР випусків акцій, облігацій підприємств, облігацій місцевих позик, цінних паперів інститутів спільного інвестування, іпотечних сертифікатів, іпотечних облігацій та сертифікатів фондів операцій із нерухомістю тощо.

Під час здійснення операцій на інвестиційному ринку виникає необхідність у швидкій і точній обробці інформації, що стає можливим завдяки комп'ютерним програмам. Можна виділити низку основних програм, що забезпечують роботу на інвестиційному ринку (рис. 4).

Комп'ютерні програми дають змогу не тільки спростити процес інвестування, а й у процесі розрахунку (а також після його закінчення) одержувати статистичну інформацію з обсягу продажів цінних паперів, витрат, фінансовим вкладенням, попиту, рейтингу і т. д.

Завдяки технічному прогресу значно спрощується процес торгівлі на ринку цінних паперів, проте актуальним питанням для інвесторів залишається, у що саме вкладати кошти.

Узагальнюючи досвід використання комп'ютерних технологій, необхідно відзначити значні переваги цього методу торгівлі, а саме:

- 1) економія витрат та часу на проведення біржових операцій не тільки для клієнтів, а й для брокерських контор;
- 2) можливість вибрати найкращу пропозицію для клієнтів, ураховуючи масштабність охоплення ринків;
- 3) анонімність торгівлі, яка дає змогу брокерам здійснювати задумані стратегії;
- 4) можливість одночасної роботи на кількох біржових майданчиках, використовуючи систему колективного користувача;

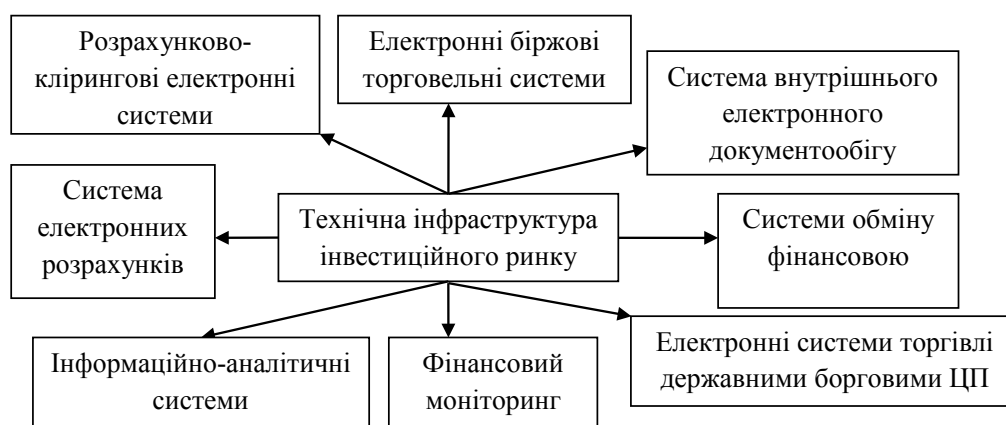


Рис. 4. Елементи технічної інфраструктури інвестиційного ринку

5) залучення нових клієнтів та отримання додаткових прибутків брокерськими конторами за рахунок цілодобового режиму роботи системи;

6) прискорення виконання розрахунків та обігу коштів.

Висновки з проведеного дослідження. Функціонування і дієздатність усіх елементів ринкової інфраструктури є важливими і необхідними умовами для розвитку економіки України. Розвиток інфраструктури ринку інвестицій вимагає відповідного законодавства, юридичних гарантій та матеріально-фінансового забезпечення.

Функціональний складник інфраструктури інвестиційного ринку – це фінансово-кредитні інститути та сервісні організації, які здійснюють спеціалізовану діяльність із:

3) залучення тимчасово вільних коштів на фінансування інвестиційних проектів;

4) створення правових, економічних та організаційних умов для сталого розвитку приватного підприємництва;

5) співробітництва з міжнародними, іноземними та українськими організаціями у питаннях розвитку підприємництва;

6) забезпечення проведення техніко-економічних експертиз програм та проектів підприємницької діяльності та вирішення питань;

7) консультаційної підтримки підприємців з юридичних питань, ведення бухгалтерської звітності, оподаткування та пошуку ефективних джерел фінансування;

8) страхування інвестиційних ризиків;

9) сприяння становленню ринкових відносин в Україні через створення, підтримку та розвиток малих та середніх приватних підприємств тощо.

Зокрема, регулюючий складник інфраструктури здійснює впорядкування інвестиційних відносин шляхом установлення правил, стандартів та критеріїв поведінки на ринку й включає у себе державні органи регулювання ринку інвестицій (Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, Кабінет Міністрів України, Антимонопольний комітет), які виконують на ринку законодавчі, ліцензійні та наглядові функції та процедури. Таким чином, її основою є законодавча база, яка регулює відносини суб'єктів підприємницької діяльності на інвестиційному ринку.

Існує необхідність у комплексному вдосконаленні законодавчих норм у частині забезпечення належного й ефективного контролю та нагляду на фондовому ринку, а також удосконалення захисту прав інвесторів та споживачів фінансових послуг на фондовому ринку.

Інформаційний складник інфраструктури інвестиційного ринку містить ділові видання, Інтернет-сайти рейтингових систем привабливості підприємств тощо. Завдяки елементам інформаційної

та технічної інфраструктури значно спрощується процес торгівлі на ринку цінних паперів, проте актуальним питанням для інвесторів залишається, у що саме вкладати кошти.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аналітичні дані щодо розвитку фондового ринку / Веб-портал Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: <http://www.ssmc.gov.ua/fund/analytics>.
2. Аналітичні дані щодо розвитку компаній з управління активами / Веб-портал Української асоціації інвестиційного бізнесу. URL: <http://www.uaib.com.ua>.
3. Васильєв О.В. Методологія і практика інфраструктурного забезпечення функціонування і розвитку регіонів України: монографія. Х.: ХНАМГ, 2007. 339 с.
4. Добриніна Л.В. Формування та розвиток інвестиційних банків в Україні. Стабілізація фінансово-економічної системи України: новітні моделі та перспективи розвитку: монографія; за заг. ред. О.М. Гончаренко, О.С. Світличної. Одеса: Атлант, 2017.
5. Фінансовий словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко; 4-е вид., випр. та доп. К.: Знання, КОО; Л.: Львів. банк. ін-т НБУ, 2002. 566 с.
6. Закон України «Про інвестиційну діяльність» № 1560-XII від 18.09.1991, зі змінами та доповненнями. Відомості Верховної Ради України. 1991. № 47. Ст. 646. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
7. Кльоба Л.Г. Сутність, структура та елементи інвестиційного ринку України. Агросвіт. 2016. № 12. С. 12–17.
8. Нагайчук Н.Г. Сучасний стан і тенденції біржової торгівлі на фондовому ринку України. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. 2014. Вип. 40. С. 200–210.
9. Рейтингові агентства / НКЦПФР. URL: <https://www.nssmc.gov.ua>.
10. Загальнодоступна інформаційна база даних НКЦПФР. URL: <https://stockmarket.gov.ua>.

REFERENCES:

1. Web portal of the National Commission on Securities and Stock Market (018) Analytical data shchodo rozvytku fondovoho rynku [Analytical data on stock market development]. Available at: <http://www.ssmc.gov.ua/fund/analytics>.
2. Web Portal of the Ukrainian Association of Investment Business (2018) Analytical data shchodo rozvytku kompanii z upravlinnia aktyvamy [Analytical data on the development of asset management companies]. Available at: <http://www.uaib.com.ua>.
3. Vasilyev O.V. (2007) Metodolohiia i praktyka infrastrukturalnoho zabezpechennia funktsionuvannia i rozvytku rehioniv Ukrainy. Monohrafiia [Methodology and practice of infrastructure support for the functioning and development of the regions of Ukraine: monograph]. Kharkiv: KNAMH, 339 p. (in Ukrainian).
4. Dobrynina L.V. (2017) Formuvannia ta rozvytok investytsiinykh bankiv v Ukraini [Formation and development of investment banks in Ukraine]. Stabilizatsiia finansovo-ekonomichnoi systemy Ukrainy: novitni modeli ta perspektyvy rozvytku: monohrafiia [Stabilization of

the financial and economic system of Ukraine: the latest models and prospects of development: monograph]. Odesa: Atlant (in Ukrainian).

5. Zahorodnii A.H., Vozniuk H.L., Smovzhenko T.S. (2002) Finansovyi slovnyk [Financial dictionary]. Lviv: Banking Institution of the NBU, p. 566 (in Ukrainian).

6. Zakon Ukrainy «Pro investytsiinu diialnist» № 1560-XII [Law of Ukraine "On Investment Activity" № 1560-XII]. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy [Information from the Verkhovna Rada of Ukraine]. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua>.

7. Kloba L.H. (2016) Sutnist, struktura ta elementy investytsiinoho rynku Ukrainy [Essence, structure and

elements of the investment market of Ukraine]. Agrosvit, p. 12–17 (in Ukrainian).

8. Nahaichuk N.H. (2014) Suchasnyi stan i tendentsii birzhovoi torhivli n fondovomu rynku Ukrainy [The current state and trends of stock trading in the stock market of Ukraine]. Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy [Problems and prospects of development of the banking system of Ukraine]. Sumy: Vip. 40, p. 200–210 (in Ukrainian).

9. NCSSFR (2018) Reitynhovi ahentstva [Rating agencies]. Available at: <https://www.nssmc.gov.ua>.

10. Public information database of the NCSSMF. Available at: <https://stockmarket.gov.ua>.

Vasilyev O.V.

Doctor of Economic Sciences, Professor

Head of Department of Economic Consulting

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Kaidash O.V.

Postgraduate Student,

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

SEGMENTATION OF INFRASTRUCTURE SUPPLY OF THE INVESTMENT MARKET IN UKRAINE

The article analyses the structural provision of the investment market in Ukraine.

The relevance of the chosen topic is based on the fact that the investment market in the modern market economy is one of the most important segments of the common market. It is a complex mechanism that combines a large number of production, commercial, financial, institutional, and information structures interacting in the investment field on the basis of an extensive system of investment business standards. The development of an investment market in Ukraine is an objective necessity. But it requires the creation of an appropriate legal framework and a mechanism for regulating the issuance and circulation of securities, the formation of a system of financial institutions, insurance companies, asset management companies, specialized securities dealers, depositories, consulting firms, and proper banking services. Taking into account the importance of the investment market for the development of the economy, the creation of a modern international infrastructure standard for this market is of particular importance.

To this end, a segmentation of the securities market infrastructure was conducted. The main structural elements of the functional, regulatory, informational and technical infrastructure of the studied market are distinguished. Their essence and functions are analysed. It has been found out that the infrastructure is a holistic system, which combines separate subsystems. The problem of a fully-fledged infrastructure is the need to improve the integrity and consistency of the law.

УКРАЇНА ЯК АГРАРНА СУПЕРДЕРЖАВА

UKRAINE AS AN AGRICULTURAL SUPERSTATE

У статті розглянуто можливості розвитку аграрно-промислового комплексу в умовах фінансової кризи в Україні, яка охопила практично всі галузі. Останнім часом у суспільстві сформувалася думка, що в нинішній соціально-економічній ситуації тільки аграрно-промисловий комплекс може за відносно невисоких витрат забезпечувати стабільне зростання ВВП. Фактично така стратегія – це відмова від прерогативи виробництва продукції з високою доданою вартістю на користь сировини.

Ключові слова: аграрно-промисловий комплекс (АПК), галузь промисловості, сировина, стратегія, структура виробництва, ВВП, експорт, імпорт, сальдо, економіко-математична модель (ЕММ), агропротренд.

В статье рассмотрены возможности развития аграрно-промышленного комплекса в условиях финансового кризиса в Украине, который охватил практически все отрасли. В последнее время в обществе сформировалась мысль, что в существующей социально-экономической ситуации только аграрно-промышленный комплекс может при относительно

невысоких затратах обеспечивать рост ВВП. Фактически такая стратегия – это отказ от прерогативы производства продукции с высокой добавленной стоимостью в пользу сырья.

Ключевые слова: аграрно-промышленный комплекс (АПК), отрасль промышленности, сырье, стратегия, структура производства, ВВП, экспорт, импорт, сальдо, экономико-математическая модель (ЭММ), агропротренд.

In the article, the possibilities of development of the agrarian – industrial complex in the conditions of the financial crisis of Ukraine which covered practically all areas of the state activity are considered. Recently, the society has formed the idea that in the current socio-economic situation, only agro-industrial complex, may at a relatively low cost to ensure a stable GDP growth. In fact, such a strategy is the rejection of the prerogative of producing high value-added products in favour of raw materials.

Key words: agroindustrial complex (AIC), industry, raw material, strategy, production structure, GDP, export, import, balance, economic and mathematical model (EMM), agricultural market.

УДК 631(477)

Гордієнко В.О.

к.е.н., доцент кафедри фінансів
суб'єктів господарювання
та страхування
Університет митної справи та фінансів
Шевченко Н.І.

к.держ.упр., доцент кафедри фінансів
суб'єктів господарювання
та страхування
Університет митної справи та фінансів

Постановка проблеми. У суспільстві України існує думка, що за рахунок розвитку АПК можливо подолати спад економіки. Таку ж економічну політику рекомендують Україні й західні політики. Так, посол США в Україні Джефрі Пайетт висловився про потенціал України: «Україна – один із найбільших виробників сільгосппродукції в світі, але вона повинна стати сільськогосподарською супердержавою. В Україні зосереджено близько чверті всіх чорноземів світу, а в минулому році експорт агропродукції досяг \$14,5 млрд.» [1]. Фактично така економічна політика – це відмова від прерогативи виробництва машинобудування на користь сировини. Сировинні ринки не мають перспективи, аграрний комплекс не може бути локомотивом економіки держави, а зростання обсягів експорту сільгосппродукції не слід ставити за пріоритетну мету діяльності уряду. Ця стратегія не нова, вона з'явилася на початку 90-х років. Її реалізація призвела до падіння ВВП із 1990 по 2017 р. більше ніж удвічі [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження впливу структури економіки на її ефективність знаходять відображення у наукових працях В. Симоненко [2], М. Азарова [3], Л. Федулової [4], М. Меламеда [5] та ін. Але слід зазначити, що у цих дослідженнях аналіз структурних змін розглядається за короткий період, що явно недостатньо для аналізу їхнього впливу на економіку, а також без порівняння зі структурними змінами у провідних країнах світу. У працях майже не застосовуються економіко-математичні методи, за

допомогою яких можна отримати кількісний зв'язок чинників, що впливають на галузеве виробництво продукції.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення теоретичних положень та методичних підходів до державної структурно-інноваційної політики щодо створення сучасного, інтегрованого у світове виробництво, здатного до саморозвитку промислового комплексу України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна має гарні можливості для розвитку сільського господарства. Площа країни – 603,7 тис. км² (за цим показником Україна – найбільша держава Європи), а більшість земель – це славетні українські чорноземи. Такі умови дають змогу повністю забезпечити населення основними видами продовольства (рис. 1) [6].

Забезпеченість населення основними видами продовольства зумовила позитивне торговельне сальдо сільськогосподарської та продовольчої продукції (рис. 2).

У 2016 р. Україна продала аграрної продукції на \$15,3 млрд. Головні покупці продукції українського АПК – Європа, Індія та Єгипет. Але щоб прогнозувати стан українського АПК у майбутньому, необхідно розглянути всі елементи та взаємозв'язки, що впливають на його подальший розвиток. Слід констатувати, що з 1990 р. індекси виробництва продукції рослинництва і тваринництва змінювалися у протилежних напрямках (рис. 3) [6].

Аналізуючи зміну індексів виробництва продукції рослинництва і тваринництва, можна зро-

бити висновок, що розвиток сільськогосподарства відбувався у напрямі виробництва проміжної продукції з меншою доданою вартістю і з орієнтацією АПК на її експорт. Причому на індекс рослинництва найбільше вплинуло зростання обсягів виробництва соняшника (5,3 рази), що в подальшому призведе до виснаження землі під посівні культури. Падіння індексів виробництва продукції тваринництва з 1990 р. підтверджується й різким падінням кількості голів великої рогатої худоби (у 6,7 рази) і свиней (у 3 рази). Чекати росту виробництва продукції тваринництва у цій ситуації неможливо. Можна чекати й подальшого падіння.

Для встановлення причини зростання виробництва продукції рослинництва нами було запропоновано гіпотезу, що на показник, можливо, вплинули такі чинники, як кількість внесених добрив на 1 га та прямі інвестиції в сільське, лісове та рибне господарство. Перевірку гіпотези ми здійснили за допомогою побудови ЕММ. Для побудови залежності врожайності зернових та зернобобових культур від кількості внесених мінеральних добрив (у поживних речовинах) та прямих інвестицій у сільське,

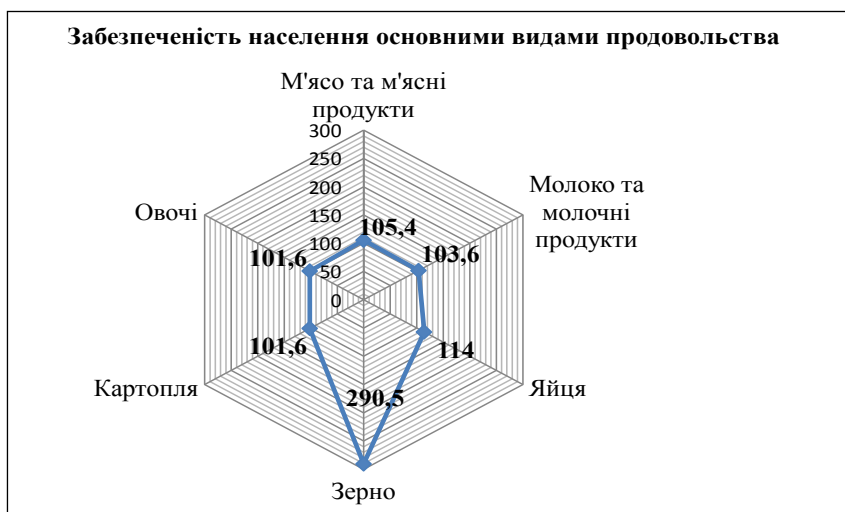


Рис. 1. Забезпеченість населення основними видами продовольства

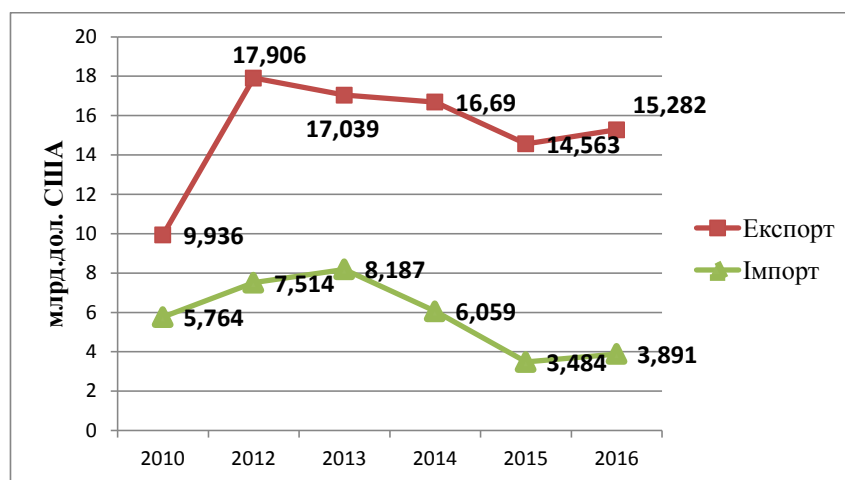


Рис. 2. Динаміка експорту та імпорту сільськогосподарської та продовольчої продукції, млрд. дол. США

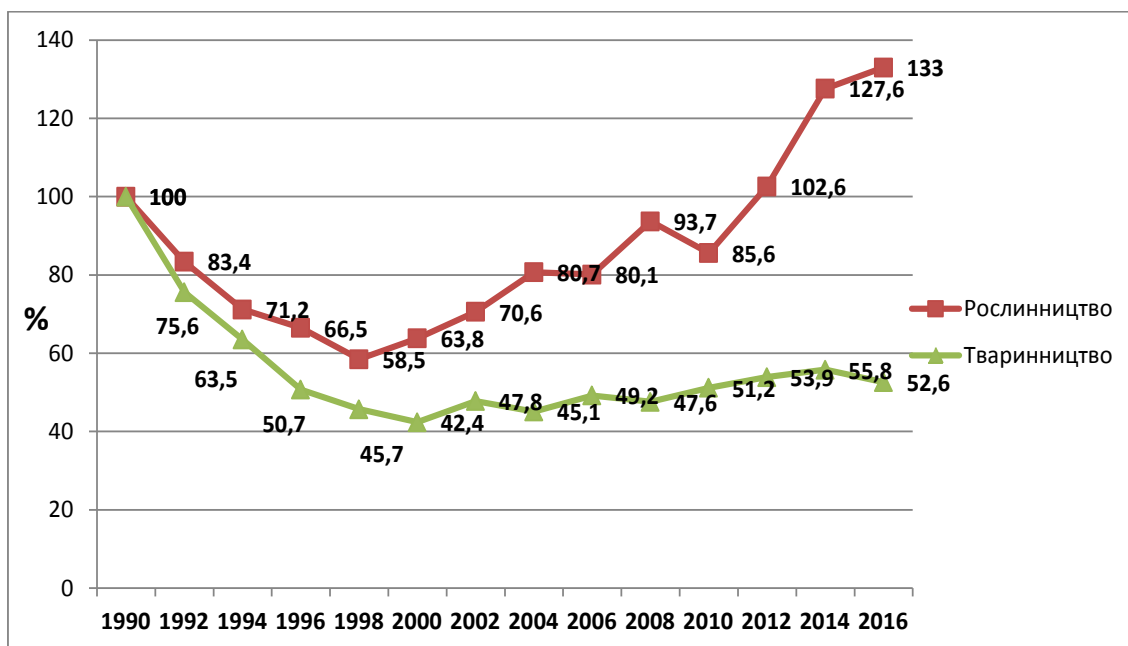


Рис. 3. Індекси виробництва продукції рослинництва і тваринництва, %

Таблиця 1

Статистичні дані взаємозалежних показників

Рік	2000	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Внесено мінеральних добрив на 1 га, кг	60	72	84	92	97	100	98	110
Урожайність культур зернових та зернобобових, центнерів з 1 га	19,4	26	26,9	31,2	39,9	43,7	41,1	46,1
Прямі інвестиції в сільське, лісове та рибне господарство, млн. дол. США	–	–	680	736	728,4	776,9	617	502,2

лісове та рибне господарство застосовано кореляційно-регресійний аналіз. Для побудови ЕММ зібрано попередні статистичні дані взаємозалежних показників. Їх джерелом були статистичні збірники Державної служби статистики України [6] (інформація для побудови моделей наведена в табл. 1).

Просторові ряди на відміну від динамічних дають можливість вивчати не розвиток процесу в динаміці, а кількісний вплив чинника X на показник Y. Табличний процесор Excel пропонує функцію, яка знаходить значення оцінок параметрів залежності за методом найменших квадратів. За допомогою табличного процесору Excel отримано модель залежності врожайності зернових та зернобобових культур від кількості внесених мінеральних добрив (у поживних речовинах) (рис. 4).

Аналізуючи отримані статистичні оцінки ЕММ (рис. 4), можна констатувати: врожайність зернових та зернобобових культур на 90,6% ($R^2=0,9061$) залежить від мінеральних добрив (у поживних речовинах), внесених на 1 га, модель адекватна, коефіцієнти регресії значимі. Таким чином, зростання виробництва продукції рослинництва здійснювалося за рахунок збільшення кількості мінеральних добрив (у поживних речовинах), внесених на 1 га. Але така стратегія на майбутнє досить проблематична в ситуації, що склалася у виробництві продукції хімічної промисловості України для сільського господарства (табл. 2) [6].

Таблиця 2

Виробництво продукції хімічної промисловості України для сільського господарства

Рік	2012	2013	2014	2015	2016
Сечовина, тис. т N	1800	1355	997	984	945
Нітрат амонію, тис. т N	870	772	534	361	485

За досліджений період виробництво сечовини зменшилося у 1,9 рази, а нітрату амонію – у 1,8 рази. І цей тренд у перспективі буде зберігатися, оскільки сировиною для виробництва добрив є природний газ. Ціна природного газу збільшується пропорційно ціні нафти (за останній час вона збільшилася майже у два рази), що призводить до збитковості виробництва добрив і закриття підприємств. Так, у 2018 р. закрилися ПО «Азот» і Одеський припортовий завод.

Модель залежності врожайності зернових та зернобобових культур від прямих інвестицій у сільське, лісове та рибне господарство представлено на рис. 5.

Аналізуючи отримані статистичні оцінки ЕММ (рис. 5), можна констатувати: прямі інвестиції в сільське, лісове та рибне господарство не впливали на врожайність зернових та зернобобових культур ($R^2=0,1325$), модель не адекватна, коефіцієнти регресії незначимі. Отримані результати можливо пояснити тільки незначним рівнем прямих інвестицій, які не могли вплинути на врожайність зернових та

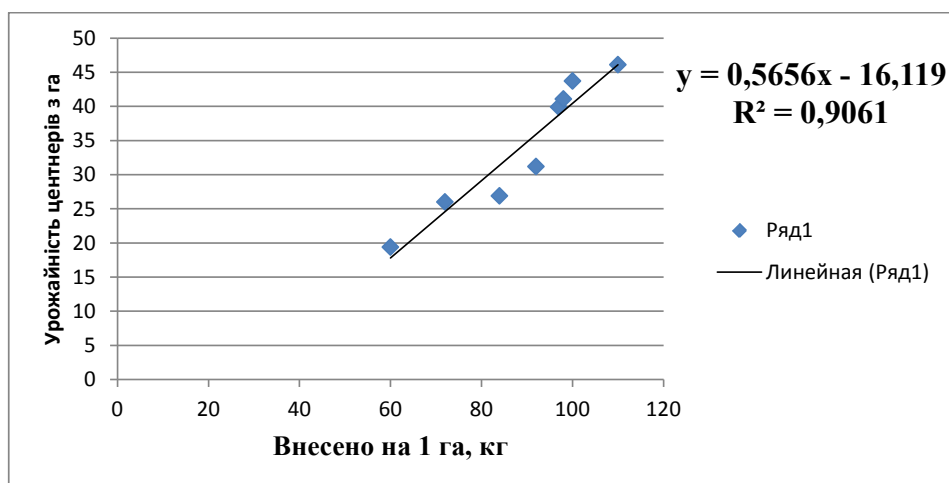


Рис. 4. Модель залежності врожайності зернових та зернобобових культур від кількості внесених мінеральних добрив (у поживних речовинах)

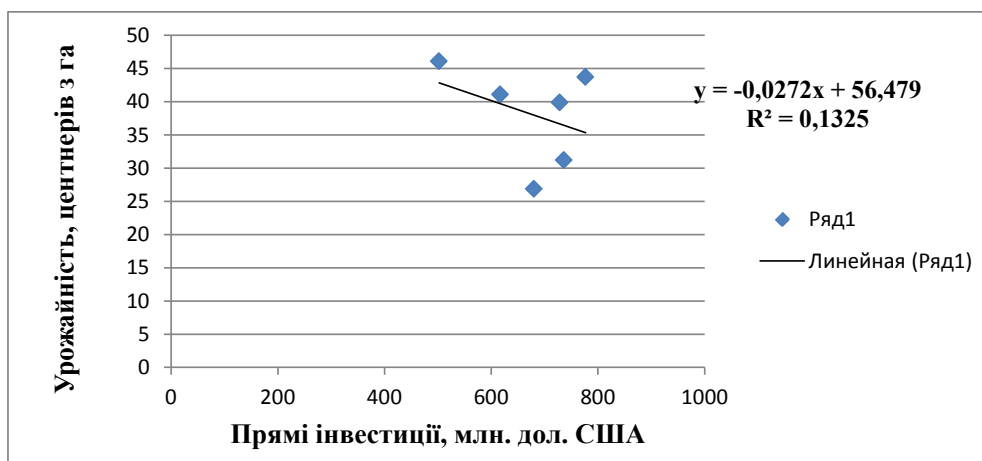


Рис. 5. Модель залежності врожайності зернових та зернобобових культур від прямих інвестицій у сільське, лісове та рибне господарство

зернобобових культур, тим більше що за досліджуваний період вони зменшилися у 1,35 рази.

До інших чинників, що будуть негативно впливати на врожайність рослинної продукції, слід віднести падіння виробництва тракторів із 1990 по 2010 р. у 70 разів. Після падіння виробництва до 2012 р. збільшилося тільки у 3,5 рази, у подальшому практично не змінювалося і становить 4–5 тис. на рік (рис. 6).

На думку експертів, потреба АПК у тракторах удесятеро більше [7]. Частково ця потреба задовольняється за рахунок дорогої імпортової техніки. Таким чином, продаємо сировину – купуємо високотехнологічну продукцію з високою доданою вартістю.

Слід також констатувати падіння за останні п'ять років виробництва плугів – у 5,5 рази та енергетичних потужностей у сільськогосподарських підприємствах – у 1,3 рази.

Зробимо припущення: Україна попри все стає аграрною супердержавою. Чи забезпечить АПК соціально-економічний розвиток держави? Двадцятка розвинутих країн світу – це країни, ВВП яких перевищує 1 трлн. дол. США, що приблизно у 10 разів більше, ніж нині в Україні. Природно, необхідно зрозуміти, як ці країни досягли такого рівня. Для цього слід дослідити й порівняти макроструктури економік провідних країн і України. Макроструктури країн світу досліджуються за сегментами: промисловість, сільське господарство, послуги. Порівняльний аналіз макроструктури економіки України і США представлено на рис. 7 [8].

У макроструктурі провідних країн частка АПК становить близько 1%. Таким чином, їхній високий соці-

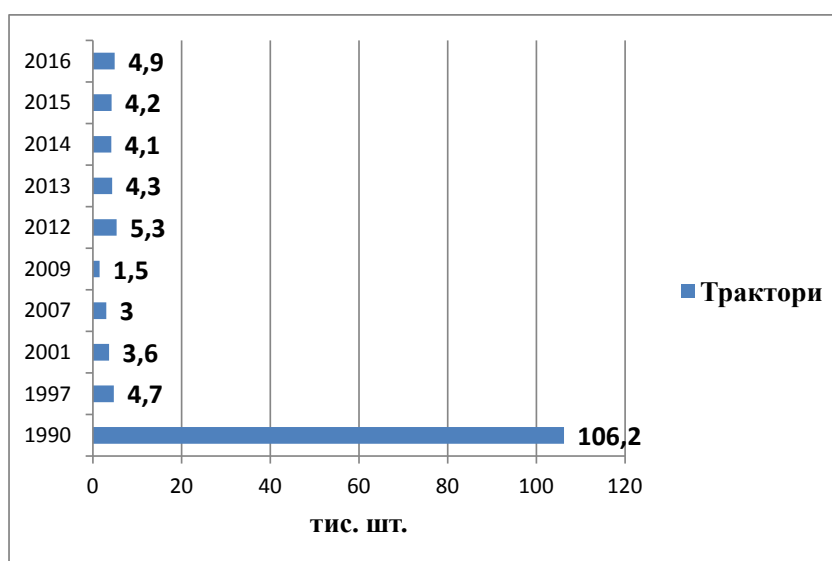


Рис. 6. Виробництво тракторів

ально-економічний рівень досягнуто не за рахунок розвитку АПК. Тенденції економіки провідних країн світу нині такі, що галузі матеріального виробництва, тобто галузі, де виготовляються матеріально-речові вироби, становили лише третину ВВП. А галузі, що забезпечують усі різноманітні види послуг, включаючи торгові, фінансово-банківські, транспортні, комунікаційні, комунальні та ін., підвищили свою частку до 70%. Феномен сфери послуг – це явище суспільства, яке вступило в постіндустріальну еру свого розвитку, коли роль людського складника багаторазово зростає й усе більшого значення набуває обслуговування людини, від здоров'я, освіти і креативності якої залежить науковий потенціал країни, що став вирішальним аргументом у суперечках держав за лідерство в сучасному світі. Проведені нами дослідження показали, що зростання частки послуг у макроструктурі економіки суттєво впливає на зростання ВВП (близько 60% зростання функції пояснюються впливом структури) [9].

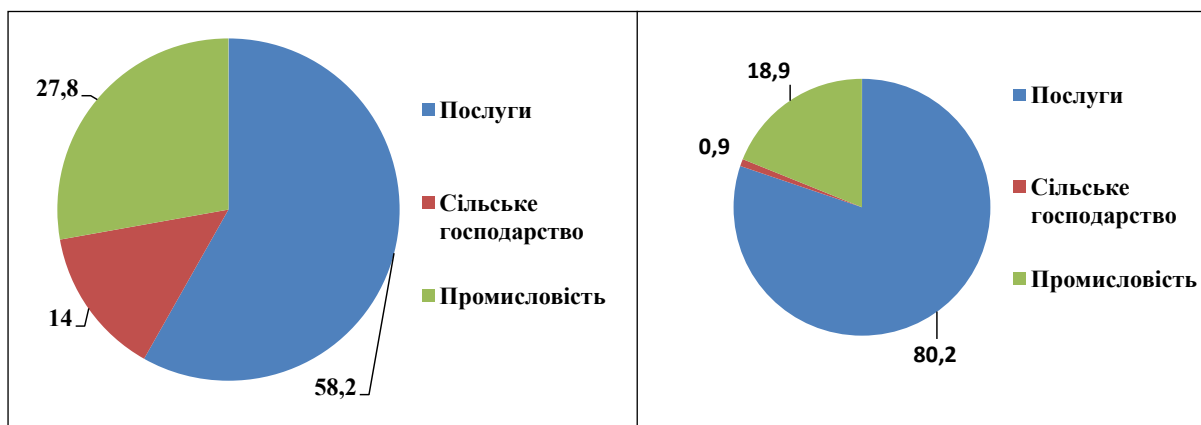


Рис. 7. Порівняльний аналіз макроструктури економіки України і США

Висновки з проведеного дослідження. Підводячи підсумки системного дослідження АПК, можна констатувати, що позитивний агротренд в Україні не збережеться. У кращому разі, якщо будуть гарні погодні умови (зокрема, кількість опадів), виробництво стабілізується на досягнутому рівні. Частка сільського господарства у ВВП традиційно нижче для країн із більш розвинутою економікою. Серед економік, які увійшли в даний порівняльний аналіз, найбільша частка сільського господарства характерна для Індії (17%) та Китаю (8,9%). Для розвинених економік, таких як США і Німеччина, характерна частка сільського господарства у ВВП на рівні 1–3%, тому розвиток АПК не може бути локомотивом економіки держави, а зростання обсягів експорту сільгосппродукції не слід ставити за пріоритетну мету діяльності Мінагрополітики України. Для підвищення ефективності АПК передусім потрібно відродити тваринництво, виробництво продукції хімічної промисловості та машинобудування для сільського господарства, розвивати переробку і внутрішнє споживання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пайет: Украина должна стать сельскохозяйственным супергосударством. URL: www.segodnya.ua/economics/business/payett-ukraina-dolzha-stat-selskohozyaystvennym-supergosudarstvom-694357.html.
2. Симоненко В.К. Пятилетка крутого пике. Экономические эссе. К.: Довіра, 2016. 327 с.
3. Азаров Н. О бедной экономике замолвите слово. Економіст. 2008. № 7. С. 18–21.
4. Федулова Л. Тенденції розвитку високотехнологічного сектору економіки України. Економіст. 2009. № 1. С. 32–36.
5. Меламед М. Відтворювальна структура ВВП та її вплив на економічний розвиток України. Вісник НБУ. 2005. № 12. С. 8–17.
6. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.
7. Грицишин М., Перепелиця Н. Ринок тракторів в Україні. Спецвипуск. Пропозиція. Сучасна техніка для сучасного аграрія. 2017. С. 4–6.

8. ВВП по секторам экономики. URL: http://www.yestravel.ru/world/economy/gdp_composition_by_sector/.

9. Гордієнко В.О. Проблеми структурної перебудови економіки України: монографія. Дніпропетровськ: Дніпропетр. держ. фін. акад., 2012. 200 с.

REFERENCES:

1. Payet: Ukrayna dolzhna stat' sel'skokhozyaystvennym superhosudarstvom. URL: www.segodnya.ua/economics/business/payett-ukraina-dolzha-stat-selskohozyaystvennym-supergosudarstvom-694357.html. (in Russian).
2. Symonenko V.K. Pyatiletka krutoho pyke. Ekonomicheskiye esse [Simonenko in to a five-year steep peak. Economic essays]. – K.: Dovira, 2016. – 327 s. (in Russian).
3. Azarov N. O bednoy ekonomike zamolyte slovo. On a poor economy, say a word / N. Azarov // Ekonomist. 2008. – No. 7. – P. 18–21.
4. Fedulova L. Tendentsiyi rozvytku vysokotekhnologichnoho sektoru ekonomiky Ukrayiny. – Trends in the development of the high-tech sector of the Ukrainian economy / L. Fedulova // Ekonomist. – 2009. – No. 1. – P. 32–36.
5. Melamed M. Vidtvoryuvalna struktura VVP ta yiyi vplyv na ekonomichnyy rozvytok Ukrayiny. – The reproductive structure of GDP and its impact on the economic development of Ukraine / M. Melamed // Visnyk NBU. – 2005. – No. 12. – P. 8–17.
6. The State Statistics Service of Ukraine. URL: www.ukrstat.gov.ua.
7. Rynok traktoriv v Ukrayini – The tractor market in Ukraine / M. Hrytsyshyn, N. Perepelytsya // Spetsvypusk zh. Propozytsiya. Suchasna tekhnika dlya suchasnoho ahrariya. 2017. – P. 4–6 (in Russian).
8. VVP po sektoram ekonomiky. URL: http://www.yestravel.ru/world/economy/gdp_composition_by_sector/ (in Russian).
9. Hordiyenko V.O. Problemy strukturnoyi perebudovy ekonomiky Ukrayiny [Structural restructuring of the Ukrainian economy]. – Dnipropetrovs'k: Dnipropetr. derzh. fin. akad., 2012. – 200 s. (in Ukrainian).

Gordienko V.O.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Finance of Business Entities and Insurance
University of Customs and Finance

Shevchenko N.I.

Candidate of Public Administration, Senior Lecturer at
Department of Finance Business Entities and Insurance
University of Customs and Finance

UKRAINE AS AN AGRICULTURAL SUPERSTATE

In the Ukrainian society, there is the opinion that the development of the agroindustrial complex may overcome the economic downturn. Ukraine and western politicians recommend the same economic policy. So the US ambassador to Ukraine Geoffrey Pyatt spoke about the potential of Ukraine: "Ukraine is one of the largest producers of agricultural products in the world, but it must become an agricultural superpower. In Ukraine, about a quarter of all black earth in the world is concentrated, and last year the export of agricultural products reached \$14.5 billion."

In fact, such an economic policy is the abandonment of the prerogative of machine-building production in favour of raw materials. Raw markets have no prospects, the agrarian complex cannot be the locomotive of the state's economy, and the growth of exports of agricultural products should not be set as a priority goal of the government. This strategy is not new; it appeared in the early 90s. Its implementation led to a drop in GDP from 1990 to 2017 more than 2 times.

In the macrostructure of the leading countries, the share of the agroindustrial complex is about 1%. Thus, their high socioeconomic level is not attained due to the development of the agroindustrial complex. Trends of the economy of the leading countries of the world are such that the branches of material production, that is, the area where the material goods are made, amounted to only one-third of GDP. And the branches that provide all kinds of services, including trade, finance, banking, transport, communications, communal services, and others, increased their share to 70%.

The phenomenon of the sphere of services is the phenomenon of a society that entered the post-industrial era of its development, when the role of the human factor is multiplying and the increasing importance of human services, the health, education, and creativity of which depends on the scientific potential of the country, which became a decisive argument in disputes States for Leadership in the Modern World. The studies conducted by us have shown that the growth of the share of services in the macrostructure of the economy significantly influences GDP growth (about 60% of the growth of the function due to the influence of the structure).

Summarizing the systematic research of the agroindustrial complex, it can be stated that a positive agro-market in Ukraine will not be preserved. In the best case, if there are good weather conditions (in particular, the amount of precipitation), production is stabilized at the achieved level.

The share of agriculture in GDP is traditionally lower for countries with more developed economies. Among the economies included in this comparative analysis, the largest share of agriculture is characteristic of India (17%), China (8.9%). For developed economies such as the USA and Germany, the share of agriculture in GDP is typical of 1-3%, so the development of the agroindustrial complex cannot be the locomotive of the state's economy, and the growth of exports of agricultural products should not be set as a priority goal of the Ministry of Agrarian Policy of Ukraine.

Instead, in order to increase the efficiency of the agroindustrial complex, it will first be necessary to revive livestock production, production of chemical products and machinery for agriculture, develop recycling and domestic consumption.

МЕРЕЖА ПРОДОВОЛЬЧИХ МАГАЗИНІВ УКРАЇНИ: СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

A NETWORK OF GROCERY STORES IN UKRAINE: STATE AND DEVELOPMENT TRENDS

У статті надано структурно-територіальну оцінку мережі продовольчих магазинів України. Проаналізовано динаміку основних показників розвитку продовольчих магазинів України за 2010–2017 рр. Розглянуто структуру продовольчих магазинів України за товарною спеціалізацією в межах регіонів.

Ключові слова: роздрібна торговельна мережа, продовольчий магазин, торговельна площа, товарна спеціалізація, універсальний асортимент, спеціалізований магазин.

В статье дана структурно-территориальная оценка сети продовольственных магазинов Украины. Проанализирована динамика основных показателей развития продовольственных магазинов Украины в 2010–2017 гг. Рассмотрена

структура продовольственных магазинов Украины по товарной специализации в пределах региона.

Ключевые слова: розничная торговая сеть, продовольственный магазин, торговая площадь, товарная специализация, универсальный ассортимент, специализированный магазин.

The structural and territorial assessments of the network of grocery stores in Ukraine are given in article. The dynamics of the main indicators of the development of grocery stores of Ukraine in 2010–2017 are analysed. The structure of grocery stores of Ukraine on commodity specialization in the regions is considered.

Key words: retail trade network, grocery store, trade area, commodity specialization, universal assortment, specialized store.

УДК 339.378

Кавун-Мошковська О.О.

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

Постановка проблеми. Рівень задоволення попиту споживачів, якість торговельного обслуговування покупців залежать від стану розвитку роздрібної торговельної мережі, різноманітності її структури за видами торговельних об'єктів, рівномірності розташування на території країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження функціонування роздрібної торговельної мережі України знайшли своє відображення у працях О.П. Бегларашвілі [1], Н.О. Голошубової [2]. Але вони мають фрагментарний характер, оскільки акцент зроблено на розгляді розвитку роздрібної торгівлі в межах окремих територій (м. Київ, Рівненська область).

Постановка завдання. Як було зазначено раніше, «магазини як основний вид торговельних об'єктів переважають у структурі роздрібної торговельної мережі України» [3]. Разом із тим вивчення формування мережі продовольчих магазинів потребує застосування системного підходу до розгляду особливостей її розвитку протягом 2010–2017 рр., що й зумовило вибір мети дослідження – надання структурно-територіальної характеристики мережі продовольчих магазинів України та ретроспективної оцінки її розвитку протягом 2010–2017 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. Починаючи з 2012 р. мережа магазинів в Україні почала скорочуватися. Найбільше падіння кількості об'єктів спостерігалось у 2014 р. та 2017 р. Зменшення мережі продовольчих магазинів почалося у 2011 р. і тривало до 2017 р. включно. При цьому найбільш критичними також були 2014 р. та 2017 р.

Підтвердженням зменшення масштабів мережі продовольчих магазинів є скорочення їхньої питомої ваги в загальній кількості магазинів України –

з 50,4% у 2010 р. до 41,5% у 2017 р. (табл. 1). За весь період кількість продовольчих магазинів зменшилася на 44%, тоді як загальна кількість магазинів скоротилася на 24%.

Темп зміни торговельної площі продовольчих магазинів мав нестабільний характер і не співпадав із динамікою розвитку об'єктів: на тлі скорочення кількості продовольчих магазинів у 2011–2012 рр. та 2015–2016 рр. спостерігалось розширення простору для організації продажу товарів та обслуговування покупців. Проте у загальному розмірі торговельної площі магазинів України питома вага продовольчих магазинів, незважаючи на незначне коливання, зменшилася з 50,5% у 2010 р. до 45% у 2017 р.

Таким чином, у структурі роздрібної торговельної мережі України за кількістю об'єктів (з 2011 р.) та розміром торговельної площі починаючи з 2013 р. переважали непродовольчі магазини.

У територіальному розрізі негативна динаміка зміни кількості продовольчих магазинів була у центральному регіоні, в усіх інших спостерігалось коливання значення показника, але переважало його скорочення. За весь досліджуваний період найбільше падіння кількості продовольчих магазинів було на Сході та Півдні – на 53,2% та 34,2% (табл. 2).

Протягом 2010–2017 рр. динаміка зміни торговельної площі мала нестабільний характер. Збільшення показника в 2017 р. порівняно з 2010 р. було лише на Півночі – на 2,5%.

Таку ситуацію можна пояснити наявністю у м. Києві більш розвиненої роздрібної торговельної мережі, до складу якої входять провідні корпоративні торговельні об'єднання, що розвивають сучасні типи магазинів – супермаркети з торговельною площею від 400 до 2 500 кв. м

Таблиця 1

Динаміка основних показників розвитку продовольчих магазинів України за 2010–2017 рр.

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Темп росту магазинів, %	-	100,8	97,6	96,4	90,2	99,6	99,9	85,0
Темп росту продовольчих магазинів, %	-	97,8	94,0	93,4	86,4	99,8	98,7	76,6
Питома вага продовольчих магазинів в загальній кількості магазинів, %	50,4	48,9	47,1	45,7	46,4	46,6	46,0	41,5
Темп росту торговельної площі магазинів, %	-	106,9	103,1	101,3	86,7	99,6	99,7	91,3
Темп росту торговельної площі продовольчих магазинів, %	-	105,9	103,6	99,6	75,0	101,1	100,5	89,2
Питома вага торговельної площі продовольчих магазинів в загальній торговельній площі магазинів, %	50,5	50,0	50,3	49,4	4,0	45,8	46,1	45,0

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Таблиця 2

Динаміка зміни кількості продовольчих магазинів та їхньої торговельної площі в регіонах України за 2010–2017 рр.

Рік	Регіон										Усього	
	Центральний		Західний		Східний		Північний		Південний		Кіль- кість, од.	Темп росту, %
	Кіль- кість, од.	Темп росту, %	Кіль- кість, од.	Темп росту, %	Кіль- кість, од.	Темп росту, %	Кіль- кість, од.	Темп росту, %	Кіль- кість, од.	Темп росту, %		
Кількість продовольчих магазинів, одиниць												
2010	5002	-	6703	-	3954	-	5018	-	3515	-	24192	-
2011	4780	95,6	6600	98,5	3906	98,8	4976	99,2	3405	96,9	23667	97,8
2012	4344	90,9	6272	95,0	3770	96,5	4864	97,7	3006	88,3	22256	94,0
2013	3986	91,7	5733	91,4	3572	94,7	4596	94,5	2901	96,5	20788	93,4
2014	3725	93,4	5779	100,8	2466	69,0	4310	93,8	1687	58,1	17967	86,4
2015	3702	99,4	5857	101,3	2258	91,5	4354	101,0	1765	104,6	17936	99,8
2016	3627	98,0	5684	97,0	2368	104,9	4225	97,0	1800	102,0	17704	98,7
2017	2839	78,3	4118	72,4	1851	78,2	3493	82,7	1260	70,0	13561	76,6
Торговельна площа продовольчих магазинів, тис. кв. м												
2010	756,6	-	872,7	-	1011,7	-	973,4	-	646,5	-	4260,9	-
2011	786,2	103,9	870,6	99,8	1107,1	109,4	1018,6	104,6	729,6	112,8	4512,1	105,9
2012	792,2	100,8	854,7	98,2	1144,5	103,4	1140,2	112,0	744,9	102,1	4676,5	103,6
2013	797,9	100,7	797,4	93,3	1140,5	99,6	1180,9	103,6	739,3	99,2	4656	99,6
2014	674,1	84,5	742,2	93,0	608,1	53,3	1018,6	86,2	452,2	61,2	3495,2	75,0
2015	666,3	98,8	757,1	102,0	594,1	97,7	1044,6	102,5	472,5	104,5	3534,6	101,1
2016	655,4	98,4	758,4	100,2	579,8	97,6	1070,2	102,4	487,8	103,2	3551,6	100,5
2017	574,3	87,6	622,6	82,1	530,9	91,6	998,3	93,3	440,7	90,3	3166,8	89,2

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

та гіпермаркети, торговельна площа яких перевищує 2500 кв. м. У всіх інших регіонах торговельна площа продовольчих магазинів зменшилася, більше за інші у Східному регіоні – на 47,5%.

У структурі роздрібної торговельної мережі України переважали продовольчі магазини, розташовані у Західному та Північному регіонах, при цьому їхня питома вага коливалася протягом 2010–2017 рр., але на кінець періоду зросла до 30,4% та 25,7% відповідно (табл. 3).

За формами товарної спеціалізації магазини поділяють на універсальні, спеціалізовані, вузькоспеціалізовані, неспеціалізовані, комбіновані. Але Державна служба статистики України перед-

бачає розподіл магазинів на універсальні та спеціалізовані, що суттєво обмежує можливості об'єктивної оцінки забезпеченості споживачів усіма типами магазинів та глибини задоволення потреб покупців у товарах різних груп.

У структурі продовольчих магазинів переважали об'єкти з універсальним асортиментом товарів, їхня питома вага з 2010 р. практично не змінилася і на кінець 2017 р. становила 85,4% (табл. 4).

Серед універсальних магазинів частка сучасних типів магазинів (супермаркетів, гіпермаркетів) зросла з 7,8% у 2010 р. до 14,3% у 2017 р., але поки що залишається незначною порівняно з розвиненими країнами світу. Це можна пояснити тим, що

**Питома вага продовольчих магазинів у загальній кількості магазинів
у регіонах України в 2010–2017 рр., %**

Рік	Регіон				
	Центральний	Західний	Східний	Північний	Південний
2010	20,7	27,7	16,3	20,7	14,6
2011	20,2	27,9	16,5	21,0	14,4
2012	19,5	28,2	16,9	21,8	13,6
2013	19,2	27,6	17,2	22,1	13,9
2014	20,7	32,1	13,7	24,0	9,5
2015	20,6	32,6	12,6	24,3	9,9
2016	20,5	32,1	13,4	23,9	10,1
2017	20,9	30,4	13,6	25,7	9,4

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Таблиця 4

Структура продовольчих магазинів України за товарною спеціалізацією у 2010–2017 рр., %

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Питома вага продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів	86,9	87,1	85,8	85,7	84,9	84,7	84,0	85,4
із них із торговельною площею:								
- від 120 до 399 кв. м	13,8	14,5	15,4	16,1	17,0	17,2	17,9	21,7
- від 400 до 2 499 кв. м	6,7	7,0	8,2	9,2	9,5	9,8	10,3	13,0
- від 2 500 кв. м і більше	0,9	1,09	1,36	1,5	1,0	1,0	1,0	1,3
Питома вага спеціалізованих продовольчих магазинів	13,1	12,9	14,2	14,3	15,1	15,3	16,0	14,6
із них із торговельною площею:								
- від 120 кв. м	10,9	11,7	12,7	10,6	11,8	10,0	10,6	12,8

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

ринку мережевої роздрібної торгівлі України знаходиться на етапі зростання на відміну від більшості країн Західної Європи та США, де корпоративні торговельні мережі перебувають на етапі зрілості, а ринок має високий рівень концентрації.

У складі універсальних магазинів переважали об'єкти з торговельною площею до 120 кв. м, проте їхня питома вага зменшилася з 78,6% у 2010 р. до 64% у 2017 р.

Серед спеціалізованих продовольчих магазинів домінуючою є питома вага об'єктів із торговельною площею до 120 кв. м, за весь період вона скоротилася незначно – з 89,1% до 87,2%.

Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів продемонстрували негативну динаміку розвитку, їх кількість за період із 2010 по 2017 р. скоротилася на 9 449 одиниць, або на 45% (табл. 5). У складі роздрібної торговельної мережі України вони переважали у західній та північній частинах країни.

Найбільшого падіння протягом досліджуваного періоду кількість продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів досягла у Південному та Східному регіонах – на 64,7% та 55,7% відповідно. Такі зміни негативного характеру передусім можна пояснити військовим конфліктом та зменшенням територіальних меж країни починаючи з 2014 р.

У зміні торговельної площі продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів

не простежувалося прямого зв'язку зі зменшенням кількості об'єктів. Значення показника коливалося і лише у 2014 р. та 2017 р. мало негативну динаміку.

Серед регіонів лідерські позиції за кількістю продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів займали західна та північна частини країни. Їхня питома вага в 2017 р. зросла порівняно з 2010 р.: Західного регіону – з 29% до 30%, Північного – з 22,3% до 28%.

Найменша кількість продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів припадала на південну частину країни. Протягом досліджуваного періоду їхня питома вага скоротилася з 13,7% до 8,8%.

Динаміка кількості продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 120 до 399 кв. м мала нестійкий характер (табл. 6). Аналогічно (за винятком 2012 р.) змінювалася їхня торговельна площа.

При цьому кількість магазинів у 2017 р. порівняно з 2010 р. скоротилася на 403 одиниці, або на 14%, а їхня торговельна площа – на 7 960 кв. м, або на 1,4%.

Найбільша питома вага у кількісному розрізі до 2013 р. припадала на Схід та Північ країни, з 2014 р. Східний регіон утратив лідерські позиції, поступившись Західному. Таку зміну можна пояснити передусім військовим конфліктом та зменшенням територіальних меж країни починаючи з

Таблиця 5

Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів (на кінець року)

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	4261	4150	3727	3411	3149	3108	3040	2467
Західний	6111	5935	5614	5148	5000	5025	4862	3481
Східний	3086	3053	2864	2701	1760	1632	1630	1368
Північний	4688	4645	4467	4197	3927	3959	3847	3248
Південний	2885	2818	2435	2365	1429	1463	1484	1018
Разом	21031	20601	19107	17822	15265	15187	14863	11582
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	98,0	2,7	93,3	85,6	99,5	97,9	77,9
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	702,9	736,7	740,8	754,1	628,1	627,2	619,1	546,4
Західний	838,7	831,7	814,4	764,5	698,1	710,4	712,0	588,9
Східний	933,7	1032,9	1064,4	1070,4	561,5	552,7	528,5	494,6
Північний	939,1	983,3	1099,4	1148,1	977,6	1011,0	1037,4	973,0
Південний	600,7	684,7	702,8	706,1	432,5	449,7	463,2	420,4
Разом	4015,1	4269,5	4422	4443,2	3297,8	3551	3360,3	3023,4
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	106,3	103,6	100,5	74,2	107,7	100,3	90,0

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Таблиця 6

Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 120 до 399 кв. м (на кінець року)

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	506	523	528	486	491	501	500	458
Західний	606	599	585	588	615	634	653	574
Східний	729	700	656	635	419	387	375	382
Північний	685	782	827	830	884	879	897	870
Південний	390	395	345	335	200	211	238	229
Разом	2916	2999	2941	2874	2609	2612	2663	2513
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	102,8	98,0	97,7	90,8	10,1	102,0	94,4
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	102,8	107,6	109,5	104,3	108,9	110,9	113,6	107,5
Західний	122,4	121,3	117,2	119,7	129,2	134,9	141,4	120,1
Східний	153,1	152,0	150,8	152,3	99,7	91,2	89,7	92,9
Північний	137,3	168,3	181,2	182,7	195,2	201,9	213,9	211,1
Південний	76,7	77,0	68,2	66,3	41,2	44,2	53,3	52,7
Разом	592,3	626,2	626,9	625,3	574,2	583,1	611,9	584,3
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	105,7	100,1	99,7	91,8	101,5	105,0	95,5

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

2014 р. З усіх регіонів лише у Північному кількість магазинів на кінець періоду зросла на 27%, збільшення торговельної площі було відзначено на Півночі та у Центрі – на 53,7% та 4,5% відповідно.

Критичним періодом у розвитку продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 400 до 2 499 кв. м були 2014 р. та 2017 р. (табл. 7). За весь досліджуваний період кількість таких магазинів зросла на

83 одиниці, або на 5,8%, зі скороченням значення показника у Західному та Східному регіонах – на 3,6% та 26,2%.

До 2012 р. найбільшого розвитку продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 400 до 2 499 кв. м набули у Східному та Північному регіонах. Із 2013 р. лідерські позиції Східного регіону перейшли до центральної частини країни.

Таблиця 7

**Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів
із торговельною площею від 400 до 2 499 кв. м (на кінець року)**

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	285	318	315	325	341	358	360	352
Західний	252	249	263	262	262	267	264	243
Східний	397	424	454	469	303	291	302	293
Північний	289	254	295	322	356	364	387	394
Південний	199	211	238	264	189	205	220	223
Разом	1422	1456	1565	1642	1451	1485	1533	1505
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	102,4	107,5	104,9	88,4	102,3	103,2	98,2
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	261,0	312,8	302,8	307,8	299,6	306,2	303,6	275,7
Західний	203,8	197,8	206,6	217,7	212,2	215,2	222,5	196,7
Східний	338,0	378,6	400,2	407,1	239,9	238,9	247,1	234,8
Північний	285,4	277,8	328,3	360,1	342,4	329,0	345,6	353,9
Південний	195,8	242,2	237,4	266,1	173,5	184,1	191,5	180,9
Разом	1284	1409,2	1475,3	1558,8	1267,6	1273,4	1310,3	1242
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	109,7	104,7	105,7	81,3	100,4	102,9	94,8

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Таблиця 8

**Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів
із торговельною площею від 2 500 кв. м (на кінець року)**

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	25	21	34	41	16	14	14	13
Західний	42	46	45	41	27	28	27	28
Східний	45	58	67	70	31	38	32	29
Північний	58	58	73	81	51	59	60	57
Південний	32	42	42	44	27	28	27	25
Разом	202	225	261	277	152	167	160	152
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	111,4	116	106,1	54,9	110	95,8	95
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	121,1	107,8	148,9	180,7	74,7	67,6	67,4	62,3
Західний	192,5	204,6	204,9	172,1	113,4	117,9	117,4	112,9
Східний	321,8	387,4	407,1	415,8	165,2	171,7	141,7	129,4
Північний	279,8	309,1	385,0	420,1	277,5	320,1	327,2	292,7
Південний	192,1	238,3	292,2	274,0	161,4	165,8	164,3	156,9
Разом	1107,3	1247,2	1438,1	1462,7	792,2	843,1	818	754,2
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	112,6	115,3	101,7	54,2	106,4	97,0	92,2

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Як наслідок, питома вага таких магазинів на Півночі та у Центрі на кінець 2017 р. становила 26% та 23%.

Динаміка гіпермаркетів (продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 2 500 кв. м) не відрізнялася чітко визначеною тенденцією, зменшившись на 50 одиниць, або на 25% (табл. 8). Аналогічно

нестабільний характер зміни мала торговельна площа, скоротившись на кінець періоду на 32%.

Протягом усього досліджуваного періоду найбільша кількість гіпермаркетів була зосереджена у Північному та Східному регіонах. До 2013 р. спостерігалось зростання значення показника, з 2014 р. на сході країни ситуація погіршилася, і в 2017 р. порівняно з 2010 р. падіння становило 36%.

Таблиця 9

Спеціалізовані продовольчі магазини (на кінець року)

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	741	630	617	575	576	594	587	372
Західний	592	665	658	585	779	832	822	637
Східний	868	853	906	871	706	626	738	483
Північний	330	331	397	399	383	395	378	245
Південний	630	587	571	536	258	302	316	242
Разом	3161	3066	3149	2966	2702	2749	2841	1979
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	97,0	102,7	94,2	91,0	101,7	103,3	69,6
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	53,7	49,6	51,4	43,9	46,0	39,0	36,3	27,9
Західний	34,0	38,8	40,2	33,0	44,1	46,7	46,3	33,7
Східний	77,9	74,2	80,1	70,1	46,6	41,5	51,3	36,3
Північний	34,3	35,3	40,8	32,7	41,0	33,6	32,8	25,2
Південний	45,8	44,9	42,1	33,1	19,7	22,8	24,7	20,3
Разом	245,7	242,8	254,6	212,8	197,4	183,6	191,4	143,4
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	98,8	104,9	83,6	92,8	93,0	104,2	74,9

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Найменшого поширення гіпермаркети набули у Центральному регіоні, при цьому кількість магазинів починаючи з 2014 р. скорочувалася, і на кінець періоду падіння становило 48%.

Характер зміни торговельної площі гіпермаркетів у північній частині країни співпадав із динамікою кількості магазинів, разом із тим у 2017 р. показник збільшився на 4,6%.

Спеціалізовані продовольчі магазини України мали нестабільний характер розвитку протягом 2010–2017 рр., але на кінець періоду їхня кількість скоротилася на 37,4%, а торговельна площа – на 41,7% (табл. 9). Починаючи з 2011 р. найбільша питома вага магазинів припадала на Східний та Західний регіони. При цьому якщо на Заході кількість магазинів на кінець періоду зросла на 7,6%, то на Сході вона зменшилася на 45%.

Особливістю регіонального розвитку спеціалізованих продовольчих магазинів було те, що характер динаміки кількості об'єктів не завжди супроводжувався аналогічними змінами в розмірі торговельної площі. Така ситуація протягом досліджуваного періоду спостерігалася у центральній, західній та північній частинах України.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, динаміка розвитку продовольчих магазинів в Україні протягом 2010–2017 рр. у цілому мала негативний характер. Як кількість магазинів, так і торговельна площа зменшилися на кінець досліджуваного періоду. Скоротилася й їхня питома вага в загальній кількості магазинів та сукупній торговельній площі.

Більш розвинена мережа продовольчих магазинів у Західному та Північному регіонах. За формами товарної спеціалізації переважали мага-

зини з універсальним асортиментом товарів, що є позитивним моментом, оскільки вони забезпечують максимальне задоволення потреб покупців практично в усіх групах продовольчих товарів і окремих групах непродовольчих товарів, які мають високу частоту споживання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бегларашвілі О.П. Розвиток магазинів Рівненської області. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. № 5. С. 66–70.
2. Голошубова Н.О. Роздрібна торговельна мережа м. Києва: стан і завдання розвитку. Вісник КНТЕУ. 2015. № 3. С. 43–57.
3. Кавун-Мошковська О.О. Структурна характеристика та методичні аспекти оцінки розвитку роздрібно-торговельної мережі України. Економіка та суспільство. 2018. № 16. URL: <http://economyandsociety.in.ua>.
4. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2012. 124 с.
5. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2013. 123 с.
6. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2014. 122 с.
7. Мережа роздрібно-торгівлі підприємств на 1 січня 2015 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2015. 89 с.
8. Мережа роздрібно-торгівлі підприємств на 1 січня 2016 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2016. 89 с.

9. Мережа роздрібної торгівлі підприємств на 1 січня 2017 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2017. 67 с.

10. Торгова мережа підприємств роздрібної торгівлі на 1 січня 2018 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2018. 38 с.

REFERENCES:

1. Behlarashvili O.P. (2016) Rozvytok mahazyniv Rivnens'koyi oblasti [Development of shops of Rivne region]. *Naukovyy visnyk Kherson's'koho derzhavnoho universytetu*, no. 5, p. 66–70.

2. Holoshubova N.O. (2015) Rozdribna torhovel'na merezha m. Kyieva: stan i zavdannya rozvytku [Retail trade network of Kyiv: state and development tasks]. *Visnyk KNTEU*, no. 3, p. 43–57.

3. Kavun-Moshkovska O.O. (2018) Strukturna kharakterystyka ta metodychni aspekty otsinky rozvytku rozdribnoyi torhovel'noyi merezhi Ukrainy [Structural characteristics and methodological aspects of evaluation of development of the retail trade network of Ukraine]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, no. 16. (n.d.). <http://economyandsociety.in.ua>.

4. Merezha rozdribnoyi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpryyemstv na 1 sichnya 2012 roku: Statystychnyy byuleten' (2012). [The network of retail trade and restaurant business of enterprises on January 1, 2012]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 124 p.

5. Merezha rozdribnoyi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpryyemstv na 1 sichnya 2013 roku: Statystychnyy byuleten' (2013). [The network of retail trade and restaurant business of enterprises on January 1, 2013]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 123 p.

6. Merezha rozdribnoyi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpryyemstv na 1 sichnya 2014 roku: Statystychnyy byuleten' (2014). [The network of retail trade and restaurant business of enterprises on January 1, 2014]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 122 p.

7. Merezha rozdribnoyi torhivli pidpryyemstv na 1 sichnya 2015 roku: Statystychnyy byuleten' (2015). [The network of retail trade of enterprises on January 1, 2015]. – Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 89 p.

8. Merezha rozdribnoyi torhivli pidpryyemstv na 1 sichnya 2016 roku: Statystychnyy byuleten' (2016). [The network of retail trade of enterprises on January 1, 2016]. – Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 89 p.

9. Merezha rozdribnoyi torhivli pidpryyemstv na 1 sichnya 2017 roku: Statystychnyy byuleten' (2017). [The network of retail trade of enterprises on January 1, 2017]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 67 p.

10. Torhova merezha pidpryyemstv rozdribnoyi torhivli na 1 sichnya 2018 roku: Statystychnyy byuleten' (2018). [Trading network of enterprises of retail trade on January 1, 2018]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 38 p.

Kavun-Moshkovska O.A.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Trade
Entrepreneurship and Logistics
Kyiv National University of Trade and Economics

A NETWORK OF GROCERY STORES IN UKRAINE: STATE AND DEVELOPMENT TRENDS

The structural and territorial assessments of the network of grocery stores in Ukraine are given in the article. The dynamics of the main indicators of the development of grocery stores of Ukraine in 2010–2017 is analysed. The study showed that it had a negative nature. Decreasing network of grocery stores began in 2011 and lasted until 2017 inclusive. The number of stores and trading area decreased by the end of the period under study. Their share in the total number of stores and total trade area declined. Over the entire period, the number of grocery stores decreased by 44%. In the overall size of the trade area of Ukrainian stores, the share of grocery stores, despite a slight fluctuation, decreased from 50.5% in 2010 to 45% in 2017.

The structure of grocery stores of Ukraine on commodity specialization in the regions is considered. Grocery stores located in the western and northern regions were dominated in the structure of the retail trade network of Ukraine. Stores with a universal assortment of goods are dominant as the form of commodity specialization. This is a positive moment, as they provide the maximum satisfaction of the needs of buyers in almost all groups of food products and some groups of non-food products that have a high frequency of consumption. But grocery stores with a universal assortment of goods showed a negative dynamics of development, their number for the period from 2010 to 2017 decreased by 9449 units or by 45%. Among the regions, the leading positions in the number of grocery stores with a universal assortment of goods occupied the western and northern parts of the country. Specialized grocery stores in Ukraine had an unstable nature of development during 2010–2017, but by the end of the period, their number was reduced by 37.4% and the trade area by 41.7%.

Thus, the network of grocery stores in Ukraine decreased in 2010–2017. In general, it has a negative impact on satisfying the needs of buyers.

РОЗВИТОК РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНІ

DEVELOPMENT OF RESOURCE SAVINGS IN UKRAINE

УДК 338.242

Біла І.С.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова

Красман Н.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова

У статті розглянуто сутність, види та напрями ресурсозбереження. Подано систему показників ресурсозбереження та ресурсозберігаючі заходи. Систематизовано основні заходи ресурсозбереження та раціонального використання природних ресурсів у вітчизняній економіці.

Ключові слова: обмеженість ресурсів, ресурсозбереження, раціональне ресурсозбереження, ефективне ресурсозбереження, економія ресурсів, раціональне використання ресурсів, управління відходами, рециклінг, екологізація.

В статье рассмотрены сущность, виды и направления ресурсосбережения. Подано систему показателей ресурсосбережения и ресурсосберегающие меры. Систематизированы основные меры ресурсосбережения и рационального использования

природных ресурсов в отечественной экономике.

Ключевые слова: ограниченность ресурсов, ресурсосбережение, рациональное ресурсосбережение, эффективное ресурсосбережение, экономия ресурсов, рациональное использование ресурсов, управление отходами, рецикллинг, экологизация.

The article deals with the essence, types, and directions of resource conservation. The system of indicators of resource conservation and resource saving measures is presented. The main measures of resource conservation and rational use of natural resources in the national economy are systematized.

Key words: resource constraints, resource conservation, rational resource conservation, efficient resource conservation, resource saving, rational use of resources, waste management, recycling, ecologization.

Постановка проблеми. Нестабільність економічних процесів, залучення у процес виробництва неконтрольованої кількості ресурсів є одними з причин погіршення стану навколишнього природного середовища та умов життя людини, тому на часі створення передумов для переходу до нового рівня ресурсного споживання, який передбачає запровадження ефективних засобів із ресурсозбереження шляхом застосування як ринкових важелів, так і державного регулювання використання природних ресурсів. Саме тому дослідження теоретичних основ ресурсозбереження та прикладних аспектів його розвитку в Україні має особливу актуальність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основам сучасних наукових поглядів стосовно розуміння основ ресурсозбереження присвячено праці вітчизняних учених: І.С. Баландіної, І.П. Вовк, С.В. Войтка, О.А. Гавриша, В.Г. Герасимчука, С.П. Денисюка, М.І. Долішнього, М.З. Згуровського, Н.О. Кондратенко, Г.Г. Савіної, І.М. Сотник, Д.М. Стеценка та ін. Вченими досліджено теоретичні аспекти ресурсозбереження та механізми підвищення його ефективності, розглянуто прикладні аспекти екологізації природокористування та політики ресурсозбереження, підкреслено необхідність правильного поведіння з відходами тощо.

Однак, незважаючи на велику кількість наукових праць та значні досягнення у дослідженні теоретичних засад ресурсозбереження, систематизація заходів ресурсозбереження у вітчизняній економіці потребує подальших пошуків.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити теоретичні і практичні аспекти ресурсозбереження та систематизувати заходи ресурсозбереження у вітчизняній економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Обмеженість ресурсів зумовлює необхідність їх ефективного використання. Одним зі способів такої діяльності є ресурсозбереження. Під ресурсозбереженням варто розуміти діяльність, яка пов'язана з економією будь-яких видів ресурсів, тобто ресурсозбереження визначається конкретними формами прояву: матеріало-, земле-, трудо-, енергозбереженням та іншими ресурсами. Під економією ресурсів можна розуміти раціональне, комплексне використання та ощадливе споживання всіх видів ресурсів виходячи з наявного рівня розвитку техніки і технології за одночасного зниження впливу на навколишнє середовище.

Згідно з Державним стандартом України (ДСТУ 3051-95), ресурсозбереження – це діяльність (організаційна, економічна, технічна, наукова, практична, інформаційна), методи, процеси, комплекс організаційно-технічних засобів, що супроводжують усі стадії життєвого циклу обкатів і спрямованих на раціональне використання та економне витрачання ресурсів [1].

Залежно від видів ресурсів, що зберігаються, ресурсозбереження поділяється на: матеріалозбереження; водозбереження; енергозбереження; працезбереження та фондозбереження (збереження матеріально-технічної бази виробництва).

За змістом процесів, що відбуваються, ресурсозбереження можна розглядати у таких напрямах, як:

✓ раціональне ресурсозбереження – досягнення максимальної ефективності використання ресурсів в економіці за наявного рівня розвитку техніки і технології з одночасним зниженням впливу на навколишнє середовище;

✓ ефективне ресурсозбереження – це ефективне перетворення ресурсів на кінцеву продукцію;

✓ економія ресурсів – це пряме скорочення обсягу витрат ресурсів на одиницю виробленої продукції (пряма економія); раціоналізація розміщення та зберігання виробничих і товарних запасів (непряма економія).

Результатом ресурсозбереження є підвищення соціальної, екологічної та економічної ефективності виробництва. Показники ресурсозбереження подано в табл. 1.

У розвинених країнах світу ресурсозбереження є основним складником стратегічних планів розвитку на різних рівнях господарювання. Україна як невід'ємний складник світової економіки поступово також спрямовує власні зусилля на ресурсозберігаючі заходи. Основними з них є:

- ✓ комплексне й збалансоване споживання мінерально-сировинних і паливних ресурсів;
- ✓ широке використання у галузях переробної промисловості вторинної сировини, впровадження безвідходних технологій, інноваційних підходів до використання ресурсів та сировини, ресурсозберігаючої техніки і технології;
- ✓ стабілізація земельного фонду, відновлення родючості земель, рекультивація відпрацьованих кар'єрів тощо;
- ✓ активне лісовідновлення, підтримання кисневої та сировинної продуктивності лісів, ефективне регулювання лісокористування;
- ✓ збереження рекреаційних ресурсів під час розміщення нових промислових об'єктів.

Основними заходами ресурсозбереження та раціонального використання природних ресурсів в економіці України є такі:

1. *Запровадження політики раціонального використання виробничих ресурсів.* Ресурсозберігаюча політика може здійснюватися за кількома напрямками.

Перший напрям пов'язаний із підвищенням науково-технічного рівня і може включати такі заходи:

- створення наукоємної продукції;
- підвищення якості сировини і матеріалів;
- упровадження нової техніки і технології на основі досягнень науково-технічного прогресу;
- впровадження ресурсозберігаючої технології;
- підвищення якості, надійності і довговічності конструкції в рамках її життєвого циклу;
- впровадження нових видів матеріалів, у тому числі сучасних замінників;
- скорочення витрат і відходів виробництва;
- використання сировини і матеріалів економічних сортів, марок, розмірів;
- удосконалення якості оснащення і пристроїв;
- вибір вихідних матеріалів за розмірами, що наближуються до розмірів і форми готових деталей;
- використання раціональних витрат матеріалів на ділянках і вибір найбільш раціональних форм замовлення;
- підвищення рівня спеціалізації виробництва під час виготовлення деталей масового використання;
- підвищення потужності, продуктивності та експлуатаційної надійності;
- зменшення маси і габаритів на одиницю технічного параметра потужності, продуктивності;
- встановлення оптимальних запасів міцності деталей та вузлів за рахунок удосконалення методів інженерних розрахунків під час конструювання;
- підвищення технічних вимог до випробувань і здачі продукції.

Другий напрям, що можна визначити як удосконалення організації і керування, передбачає такі заходи:

- оптимізацію господарських зв'язків і закупівель;
- активізацію товаропереробної мережі, підвищення умов збереження і транспортування матеріальних ресурсів;

Таблиця 1

Система показників ресурсозбереження

Група показників	Показники
Соціальні	• тривалість життя; • рівень захворюваності населення; • забезпеченість житлом; • умови праці громадян; • доступність громадян до освіти, системи охорони здоров'я, участі в управлінні суспільством
Екологічні	• викиди шкідливих речовин; • обсяги споживання чистої води; • частка розораних земель; • розвиток сільських районів; • обсяги похованих шкідливих відходів; • обсяги площ озеленення в містах
Економічні	• обсяги споживання благ; • обсяги заощаджень та інвестицій у розрахунок на душу населення внаслідок ресурсозбереження; • капітальні вкладення в ресурсозберігаючу діяльність; • обсяги фінансування ресурсозберігаючих заходів; • зниження витрат на створення територіальної інфраструктури внаслідок ресурсозбереження; • зростання податкових надходжень до територіального бюджету під час реалізації ресурсозберігаючих заходів

- оптимізацію обсягу і структурного співвідношення виробничих і товарних запасів;
- скорочення витрат під час транспортування і зберігання продукції;
- планування та управління запасами на конкурентоспроможному рівні;
- поліпшення нормування, регламентації, використання матеріальних ресурсів;
- встановлення зовнішньоекономічних зв'язків – міжнародна виробничо-комерційна кооперація, реалізація ноу-хау і вихід на зовнішні ринки;
- впровадження прогресивних засобів, тари, пакування і транспортування;
- вдосконалення комп'ютеризації управління матеріальними ресурсами;
- оперативне маневрування матеріальними ресурсами й упровадження в обіг понаднормативних запасів;
- вдосконалення аналізу використання матеріальних ресурсів.

Третій напрям може включати соціальні заходи, зокрема:

- підвищення кваліфікації персоналу;
- відбір технічного, фінансового, керівного і комерційного персоналу на конкурсній основі з використанням професійного тестування й урахуванням конкретних вимог підприємства;
- поліпшення умов праці;
- вдосконалення контролю і стимулювання раціонального використання матеріальних ресурсів; розвиток зв'язків із громадськістю.

Четвертий напрям передбачає використання вторинних матеріальних ресурсів і може включати такі заходи, як:

- комплексне застосування сировини і матеріалів;
- використання безвідходних та екологічно чистих технологічних процесів;
- регенерація відпрацьованих виробів;
- збір, заготівля і переробка відходів виробництва і споживання; вдосконалення організації та планування збирання й використання вторинної сировини.

П'ятий напрям можна охарактеризувати як раціональне використання паливно-енергетичних ресурсів. Він може включати такі заходи:

- впровадження енергозберігаючих техніки і технологій;
- використання менш енергоємної технології;
- застосування процесів із меншими питомими витратами палива і енергії;
- заміна застарілого енергоємного обладнання;
- використання відробленого і відведеного тепла [2, с. 271–273].

2. *Удосконалення управління відходами.* Поводження з твердими відходами та переробка їх на вторинну сировину є актуальною проблемою не тільки для України, а й для багатьох провідних країн світу.

Для України доцільним є використання міжнародного досвіду поводження з відходами. Так, загальноприйнятими шляхами поводження з твердими відходами, які використовують у країнах світу, є:

- полігонне поховання (для запобігання шкідливому впливу на довкілля);
- знищення твердих відходів шляхом їх спалювання;
- очищення твердих відходів від шкідливих компонентів та їх утилізація для добування ресурсоцінних компонентів.

Окрім зазначених методів, для захисту навколишнього середовища та ресурсозбереження більшість розвинених європейських країн досить ефективно впроваджує сучасні технології переробки та утилізації твердих відходів, а деякі з них навіть планують найближчим часом повністю припинити захоронення твердих відходів на полігонах [3].

Світовий досвід поводження з відходами пропонує безліч варіантів вирішення питання щодо їх раціонального використання, тож Україні слід лише вибрати найбільш прийнятний метод з огляду на внутрішні умови розвитку економіки країни. На нашу думку, особливо цікавою для України є можливість використання відходів як вторинної сировини для енергетичного комплексу країни, а також у межах промислової кооперації. Таке залучення відходів може призвести до позитивних зрушень як у соціально-економічній сфері (належне використання відходів скоротить витрати на їх утилізацію, а використання для потреб енергетики суттєво скоротить тарифи на електроенергію), так і, що також важливо з огляду на сучасну екологічну ситуацію, в екологічній. Окрім того, раціональне використання відходів обов'язково призводить до ресурсозбереження, адже скорочення ресурсів, як і зростання кількості відходів, відбувається постійно, тож необхідно лише встановити правильний зв'язок між цими процесами [4, с. 264].

Позитивний результат у вирішенні цього питання мають ті країни, які істотно змінили свою державну політику в цій сфері, концентруючи увагу на вторинному використанні відходів у процесі виробництва. Найчастіше у світовій практиці управління відходами використовують концепцію 3R (Reduce, reuse, recycle) – мінімізація виникнення відходів, їх вторинне використання та повернення до процесу виробництва (найчастіше як вторинної сировини). Для реалізації концепції 3R державна політика управління відходами в Україні повинна базуватися на таких принципах:

1) прийняття відповідальності: розподіл відповідальності за погіршення навколишнього середовища, здоров'я, безпечного сліду після продукту чи матеріалу в ланцюгу «виробництво – пропозиція – споживання»;

2) розвинений ринок: ефективний та дієвий ринок, що працює для відходів та відновлюваних

ресурсів із локальними технологіями та інноваціями, необхідними на міжнародному рівні;

3) підтримання стабільності: зменшення відходів та поліпшення їх використання для отримання більш широких екологічних, соціальних та економічних вигід;

4) скорочення небезпеки та ризику: зниження потенційно небезпечного вмісту відходів із послідовною, безпечною та підзвітною їх утилізацією;

5) пристосування рішень: підвищення здатності управління відходами, відновлення та вторинного використання у регіонах;

6) надання даних: доступ осіб, що приймають рішення, до значних, точних та актуальних даних щодо національних відходів та відновлюваних ресурсів, а також інформації для оцінки прогресу та освіти, формування поведінки та вибору громади.

В Україні для підвищення ефективності державної політики управління відходами, зокрема в напрямі поводження з відходами як ресурсами, необхідно виконати низку завдань. По-перше, започаткувати на державному рівні культуру поводження з відходами. Так, якщо кількість свідомого населення, яке сумлінно сортує сміття, зростатиме, то зростатиме й кількість відходів, яка буде готовою для подальшої переробки, що спростуватиме процедуру наступного етапу управління ними. По-друге, організувати діяльність спеціалізованих компаній на національному рівні, а також створити окрему систему підприємств, які б обслуговували населення, тобто система має стати дворівневою. По-третє, детально проаналізувати, чи є наведена концепція управління відходами оптимальною або існує необхідність її корегування. По-четверте, не лише затвердити концепцію, а й скласти та затвердити саму загальнодержавну програму поводження з відходами на 2013–2020 рр. По-п'яте, з огляду на позитивний та негативний досвід інших країн, зробити висновки щодо можливості застосування їхнього досвіду або певної його частини у сучасних реаліях нашої країни.

Сьогодні в Україні політика управління відходами є малоефективною, основною причиною цього є

нехтування можливістю використання відходів як ресурсів у процесі вторинного виробництва, незважаючи на зниження обсягів ресурсів, що не відтворюються, та щорічне зростання обсягів виникнення відходів. У багатьох країнах світу політику управління відходами було скориговано в напрямі їх використання як вторинних ресурсів, застосовуючи концепцію 3R (Reduce, reuse, recycle) [5].

Серед найважливіших методів для підвищення ефективності політики управління відходами в України є введення в дію програми, яка б забезпечила належне сортування відходів на рівні звичайних споживачів, а також зниження кількості відходів, які захоронюють чи спалюють, шляхом подальшого їх залучення до вторинного процесу виробництва [6, с. 259].

3. *Запровадження всебічної екологізації.* Екологізація – це процес неухильного і послідовного впровадження систем технологічних, управлінських, юридичних та інших рішень, які дають змогу підвищувати ефективність використання природних ресурсів та умов поряд із поліпшенням або хоча б збереженням якості довкілля. Крім того, це поширення екологічних принципів та підходів на всі сфери життєдіяльності людського суспільства: культуру, науку, виробництво та соціальні явища. Передусім це стосується запровадження екологічної освіти та виховання для формування екологічно свідомого ставлення до навколишнього природного середовища, встановлення гармонійних зв'язків між природою та антропогенною діяльністю [7, с. 125].

Виходячи з результатів аналізу та узагальнюючи дані, викладені в наукових публікаціях, можна визначити основні напрями екологізації найбільш екологічно небезпечних галузей економіки (табл. 2).

У результаті проведеного дослідження та узагальнення наукових публікацій із питань екологізації економіки можна виокремити такі напрями її здійснення в Україні:

– екологізація виробничих та технологічних процесів, технологічного устаткування, вдоскона-

Таблиця 2

Основні екологічно спрямовані заходи в окремих галузях економіки України [2, с. 268]

Зміст заходів	Галузі
Комплексна структурна перебудова галузі на екологоорієнтованих критеріях	Металургійна, хімічна та нафтохімічна
Підвищення використання сировини та енергетичних ресурсів до світового рівня	Металургійна, хімічна та нафтохімічна, вугільна
Впровадження екологічно раціональних технологій видобутку сировини	Нафтогазова та нафтопереробна, вугільна
Впровадження маловідходних ресурсозберігаючих технологій	Металургійна, хімічна та нафтохімічна, машинобудівна, вугільна, будівельна, тепла енергетика
Впровадження високоефективних систем очищення	Хімічна та нафтохімічна, нафтогазова та нафтопереробна, вугільна, тепла енергетика
Зменшення аварійних ситуацій та їх запобігання	Хімічна, та нафтохімічна
Впровадження ефективних технологій переробки відходів	Нафтогазова та нафтопереробна, тепла енергетика

лення структури екологічно небезпечних галузей з урахуванням екологічних критеріїв, розширення та впровадження у виробництво маловідходних ресурсозберігаючих технологій, високоефективних систем очищення та переробки відходів. Це забезпечить скорочення викидів забруднюючих речовин у довкілля та підвищення ефективності використання природних ресурсів;

– екологізація інвестиційної діяльності, тобто перетворення інвестиційного менеджменту в механізм зниження екологічних ризиків у результаті врахування екологічних вимог на всіх етапах інвестиційного планування;

– екологізація маркетингової діяльності, яка передбачає врахування екологічних критеріїв на кожній стадії життєвого циклу продукції для підвищення її екологічної безпеки;

– екологізація управлінської діяльності, крім удосконалення адміністративних, організаційних, інформаційних та інституційних форм управління, вимагає формування у фахівців екологічного мислення, екологічної свідомості і, як результат, екологічної поведінки. Звідси – необхідність переорієнтації підготовки спеціалістів у напрямі екологізації. Тобто постає питання екологізації освіти, що само по собі є багатогранною проблемою, яка потребує поглибленого наукового опрацювання та розроблення шляхів практичної реалізації [8, с. 44].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, основними заходами ресурсозбереження у вітчизняній економіці є: запровадження політики раціонального використання виробничих ресурсів; удосконалення управління відходами та запровадження всебічної екологізації. Саме названі заходи здатні забезпечити підвищення ефективності використання природно-ресурсного потенціалу України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ресурсозбереження. Основні положення : ДСТУ 3051-95 (ГОСТ 30166-95). Чинний від 1997.01.01. К.: Держстандарт України, 1996. 15 с.
2. Кондратенко Н.О., Тарадай В.Н. Механізми підвищення ефективності ресурсозбереження у регіональних економічних системах. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Економічна». 2011. № 970. Вип. 81. С. 266–273. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhE_2011_970_61.
3. Рециклінг – єдиний цивілізований шлях поводження з твердими побутовими відходами. URL: http://eco-invest.org.ua/ua/smi_about/eco-invest.htm#UaDGp5y0PLp.
4. Приварникова І.Ю., Литвиненко Ю.І. Переробка та використання відходів як шлях до ресурсозбереження. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2013. № 4(1). С. 260–266. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2013_4\(1\)_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2013_4(1)_48).
5. Сторожук Т.М. Облікова політика підприємства щодо відходів. Облік і фінанси АПК. 2009.

№ 1. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/oif_apk/2009_1/18_Storo.pdf.

6. Приварникова І.Ю., Литвиненко Ю.І. Удосконалення управління відходами на державному рівні задля ресурсозбереження. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 3(2). С. 255–259. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_3\(2\)_55](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_3(2)_55).

7. Іванова Т.В. Екологізація природокористування та політика ресурсозбереження в сучасних умовах. Економіка та держава. 2011. № 4. С. 123–125. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2011_4_37.

8. Біляк Т.О. Екологізація економічної діяльності як передумова забезпечення екологічної безпеки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. № 8. С. 41–44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2012_8_11.

REFERENCES:

1. Gosstandart of Ukraine. Resursozberezhennja. Osnovni polozhennja: DSTU 3051-95 (GOST 30166-95) (1996) [Resource Saving. Substantive provisions]. K.: Derzhstandart Ukrainy, p. 15 (in Ukrainian).
2. Kondratenko N.O., Taradaj V.N. (2011) Mekhanizmy pidvyshchennja efektyvnosti resursozberezhennja u rehionalnykh ekonomichnykh systemakh [Mechanisms for increasing the efficiency of resource conservation in regional economic systems] Visnyk Kharkivskogho nacionaljnogho universytetu imeni V.N. Karazina, (electronic journal), vol. 81, no. 970, p. 226–273. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhE_2011_970_61 (accessed 20 July 2018).
3. Recyklingh – jedynyj cyvilizovanyj shljakh povodzhennja z tverdymy pobutovymy vidkhodamy [Recycling is the only civilized way to handle solid household waste]. Available at: http://eco-invest.org.ua/ua/smi_about/eco-invest.htm#UaDGp5y0PLp (accessed 10 July 2018).
4. Pyvarnykova I.Ju., Lytvynenko Ju.I. (2013) Pererobka ta vykorystannja vidkhodiv jak shljakh do resursozberezhennja [Recycling and using waste as a resource for resource conservation] Visnyk Khmeljnyckogho nacionaljnogho universytetu. Ekonomichni nauky, (electronic journal), no. 4, p. 260–266. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2013_4\(1\)_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2013_4(1)_48) (accessed 20 July 2018).
5. Storozhuk T.M. (2009) Oblikova polityka pidpryjemstva shhodo vidkhodiv [Improvement of waste management at the state level for resource saving] Oblik i finansy APK, (electronic journal), no. 1. Available at: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/oif_apk/2009_1/18_Storo.pdf (accessed 19 July 2018).
6. Pryvarnykova I.Ju., Lytvynenko Ju.I. (2014) Udoslkonallennja upravlinnja vidkhodamy na derzhavnomu rivni zadlja resursozberezhennja [Improvement of waste management at the state level for resource saving] Visnyk Khmeljnyckogho nacionaljnogho universytetu. Ekonomichni nauky, (electronic journal), no. 3(2), p. 255–259. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_3\(2\)_55](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_3(2)_55) (accessed 18 July 2018).
7. Ivanova T.V. (2011) Ekologhizacija pryrodokorystuvannja ta polityka resursozberezhennja v suchasnykh umovakh [Environmentalization of nature management and resource conservation policies in modern

conditions]. *Ekonomika ta derzhava*, (electronic journal), no. 4, p. 123–125. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2011_4_37 (accessed 19 July 2018).

8. Biljak T.O. (2012) *Ekologhizacija ekonomichnoji dijalnosti jak peredumova zabezpechennja ekologhich-*

noji bezpeky [Environmentalization of economic activity as a prerequisite for ensuring environmental safety] *Formuvannja rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, (electronic journal), no. 8, p. 41–44. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2012_8_11 (accessed 21 July 2018).

Bila I.S.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economic Theory
National Pedagogical Dragomanov University

Krasman N.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Economic Theory
National Pedagogical Dragomanov University

THE DEVELOPMENT OF RESOURCE SAVINGS IN UKRAINE

In the article, it is investigated that instability of economic processes, involvement in the process of production of an uncontrolled quantity of resources is one of the reasons for the deterioration of the state of the environment and human living conditions. Therefore, at the time of creating the preconditions for the transition to a new level of resource consumption, which involves the introduction of effective resources for resource conservation through the use of both market levers, and state regulation of the use of natural resources.

It has been determined that despite a large number of scientific works and significant achievements in the study of the theoretical fundamentals of resource conservation, systematic measures of resource conservation and rational use of natural resources in the domestic economy have not been identified, therefore, in this article we have attempted to systematize them.

It is revealed that resource conservation in the developed countries is the main component of strategic development plans at different levels of management. Ukraine, as an integral part of the world economy, gradually redirects its own efforts to resource-saving measures. The main ones are: integrated and balanced consumption of mineral raw materials and fuel resources; widespread use in the sectors of the processing industry of secondary raw materials introduction of non-waste technologies, innovative approaches to the use of resources and raw materials, resource-saving technology; stabilization of land fund, restoration of fertility of land, reclamation of spent quarries, etc.; active forest rehabilitation, maintenance of oxygen and raw material productivity of forests, effective forest management; preservation of recreational resources when placing new industrial objects, etc.

The following main measures of resource conservation and rational use of natural resources in the national economy are systematized: the introduction of the policy of rational use of productive resources, improvement of waste management, and the introduction of comprehensive ecologization.

ГЕОГРАФИЯ СОВРЕМЕННЫХ НИОКР¹

GEOGRAPHY OF MODERN R&D

УДК 339.92

Медведкин Т.С.

ведущий научный сотрудник
ФИЦ ЮНЦ РАН,
профессор кафедры «Мировая
экономика», д.э.н., доцент
Ростовский государственный
экономический университет

Медведкина Е.А.

и.о. зав. кафедрой «Мировая
экономика», д.э.н., доцент
Ростовский государственный
экономический университет

В статье обобщены показатели развития науки и техники, характеризующие международную и внутреннюю динамику в свете общемировой тенденции к более наукоемким экономикам в рамках растущего глобального сотрудничества и конкуренции в данной сфере. В рамках проведенного анализа установлены устойчивые тенденции роста развивающихся стран, в частности Китая, по сравнению с США и остальными развитыми экономиками в области НИОКР.

Ключевые слова: научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), глобализация, наука и техника, инновация, интеллектуальная собственность, международное научно-техническое сотрудничество.

У статті узагальнено показники розвитку науки і техніки, що характеризують міжнародну і внутрішню динаміку у світлі загальносвітової тенденції до більш наукоемких економік у рамках зростаючого глобального співробітництва і конкуренції у цій сфері. У рамках проведеного аналізу встановлено

стійкі тенденції зростання країн, що розвиваються, зокрема Китаю, порівняно зі США та іншими розвиненими економіками у сфері НДДКР.

Ключові слова: науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), глобалізація, наука і техніка, інновація, інтелектуальна власність, міжнародне науково-технічне співробітництво.

The indicators of the development of science and technology that characterize international and domestic dynamics in the light of the worldwide trend towards more knowledge-based economies within the framework of growing global cooperation and competition in this field were summarized in the article. In the framework of the analysis, stable tendencies of growth of developing countries, in particular China, are established in comparison with the USA and other developed economies in the world in the field of R&D.

Key words: research and development (R&D), globalization, science and technology, innovation, intellectual property, international scientific and technical cooperation.

Постановка проблемы. Глобальная картина исследований, образования и деловой активности в области науки и техники претерпела значительные изменения с начала XXI века, поскольку регионы, страны и экономики по всему миру продолжают инвестировать в науку и технику. Возможности научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), до недавнего времени расположенные главным образом в Соединенных Штатах Америки, Западной Европе и Японии, распространились на развивающиеся страны, в частности на Китай и другие страны Юго-Восточной Азии, которые вкладывают значительные средства в создание своего научно-технического потенциала. Показатели науки и техники характеризуют международную и внутреннюю динамику в свете общемировой тенденции к более наукоемким экономикам, а также растущего глобального сотрудничества и конкуренции в данной сфере. В странах с наукоемкой экономикой научно-технические исследования, их коммерческое использование и другая интеллектуальная работа приобретают все большее значение. Страны все больше полагаются на квалифицированную рабочую силу и устойчивые инвестиции в НИОКР для производства потоков знаний, новых технологий и открытий. Полученные в результате знания и открытия приводят к появлению новых или усовершенствованных продуктов. Наукоемкое производство растет во всем

мире и становится все более характерной чертой как развитых, так и развивающихся стран. Товары и услуги этих отраслей, многие из которых являются новыми в этом столетии, имеют развитые рынки, которых ранее не существовало. Такие товары и услуги способствуют интеграции стран в глобальный рынок и конкуренции на нем.

Анализ последних исследований и публикаций. Роль интеллектуальных ресурсов в постиндустриальной экономике исследовали А. Маршалл, П. Друкер, К. Свейби, Ф. Янсен. Несмотря на активное изучение отдельных аспектов международного научно-технического сотрудничества, следует отметить недостаточную разработку проблем сотрудничества в сфере интеллектуальной собственности и ее роли в целом.

Постановка задания. Целью исследования является анализ современной динамики макроэкономических индикаторов международного научно-технического сотрудничества.

Изложение основного материала исследования. Инновационная, основанная на знаниях экономика требует рабочей силы с высоким уровнем научно-технических навыков и системы образования, которая может производить таких работников в достаточном количестве. Понимая это, правительства многих стран ставят в приоритет расширение доступа к высшему образованию, связанному с научно-техническими специальностями. В то же время страны конкурируют за привлечение лучших

¹ Работа выполнена в рамках Программы фундаментальных исследований Президиума РАН по теме: «Научно-техническое обеспечение инновационного развития Юга России: взаимодействие образования, науки и производства» (00-18-22, № госрегистрации АААА-А18-11801990280-4, 0256-2018-0016).

талантов, что приводит к повышению мобильности высококвалифицированных работников. Всеобъемлющие и сопоставимые на международном уровне данные о глобальной рабочей силе в области НИОКР хотя и ограничены, но свидетельствуют о том, что работа в этой сфере все чаще проводится с концентрацией в конкретных регионах. По последним оценкам, во всем мире количество дипломов за первые университетские степени в области науки и техники, в целом эквивалентные степени бакалавра, составило более 7,5 млн. Почти половина этих степеней была присуждена в двух азиатских странах – Индии (25%) и Китае (22%); еще 22% вместе были присуждены в Европейском Союзе (12%) и в США (10%). Производство университетских дипломов в Китае росло быстрее, чем в других крупных развитых странах и регионах. В период с 2000 по 2014 г. количество дипломов бакалавра в области науки и техники в Китае выросло более чем на 350%, что значительно быстрее, чем в США и во многих других европейских и азиатских регионах и странах (рис. 1) [2].

Понимание взаимосвязи между количеством дипломов в стране и количеством рабочей силы осложняется тем, что все большее число студентов, получают высшее образование за пределами своих стран. США по-прежнему остаются местом назначения для наибольшего числа международных мобильных студентов во всем мире. Кроме того, численность иностранных студентов значительно увеличивается с течением времени. Тем не менее, отчасти благодаря усилиям других стран по привлечению большего числа иностранных студентов, доля международных мобильных студентов, обучающихся в США, сократилась с 25% в 2000 г. до 19% в 2014 г. Другие популярные направления для международных мобильных студентов: Великобритания, Австралия, Франция, Россия и Германия [7].

Также весьма трудно анализировать численность всего международного научно-технического персонала, поскольку всеобъемлющие междуна-

родно сопоставимые данные ограничены. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) предоставляет международные оценки по одному особо важному компоненту этой рабочей силы – исследователям, определяемому как «специалисты, занимающиеся концепцией или созданием новых знаний», которые «проводят исследования и совершенствуют или разрабатывают концепции, теории, модели, методы инструментария, программное обеспечение или операционные методы». Хотя на национальные различия в этих оценках могут влиять процедуры обследования и интерпретации международных статистических стандартов, они могут использоваться для проведения широких сопоставлений национальных тенденций по этому узкоспециализированному компоненту более крупных научно-технических кадров. США и ЕС по-прежнему пользуются явным, но уменьшающимся преимуществом в плане предложения человеческого капитала для исследовательской и другой работы, связанной с НИОКР. Во всем мире общее число работников, занятых в исследованиях, быстро растет, и рост был более устойчивым в некоторых частях Азии. Наиболее быстрое расширение произошло в Южной Корее, которая почти удвоила число своих исследователей в период между 2000 и 2006 гг. и продолжала сильно расти после этого, и в Китае, где количество исследователей более чем в два раза больше в 2008 г. по сравнению с 2000 г., он также сохраняет тенденцию роста и последующие годы. В США и ЕС наблюдался устойчивый рост более низкими темпами. Исключения из общемировой тенденции включали Японию (которая оставалась относительно стабильной) и Россию (которая переживала спад) (рис. 2) [2].

Исследования дают новые знания, реферируемые научно-технические публикации являются одним из ощутимых показателей исследовательской деятельности, которые широко доступны для международного сравнения. США, ЕС и другие развитые страны выпускают большинство рецен-

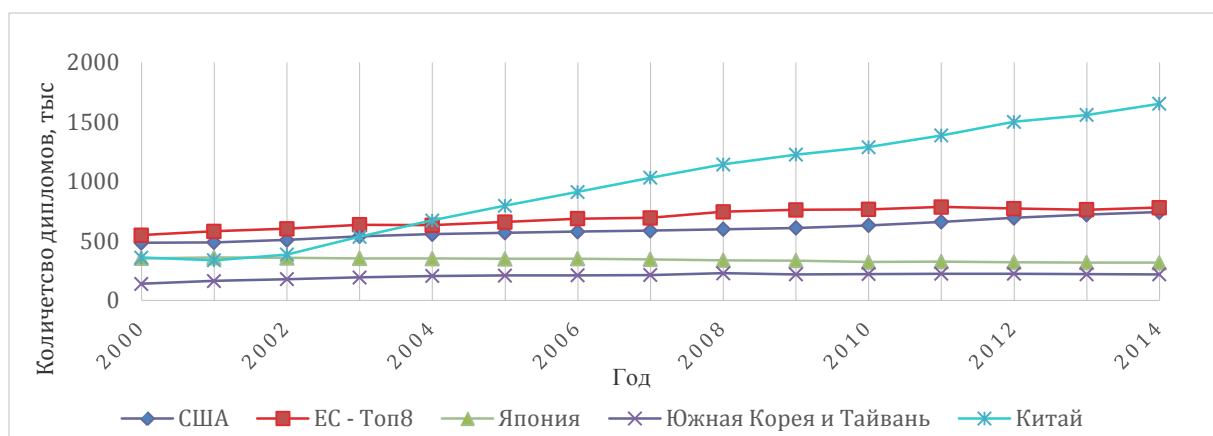


Рис. 1. Динамика количества степеней бакалавра в области науки и техники в 2000–2014 гг., тыс. дипломов [2]

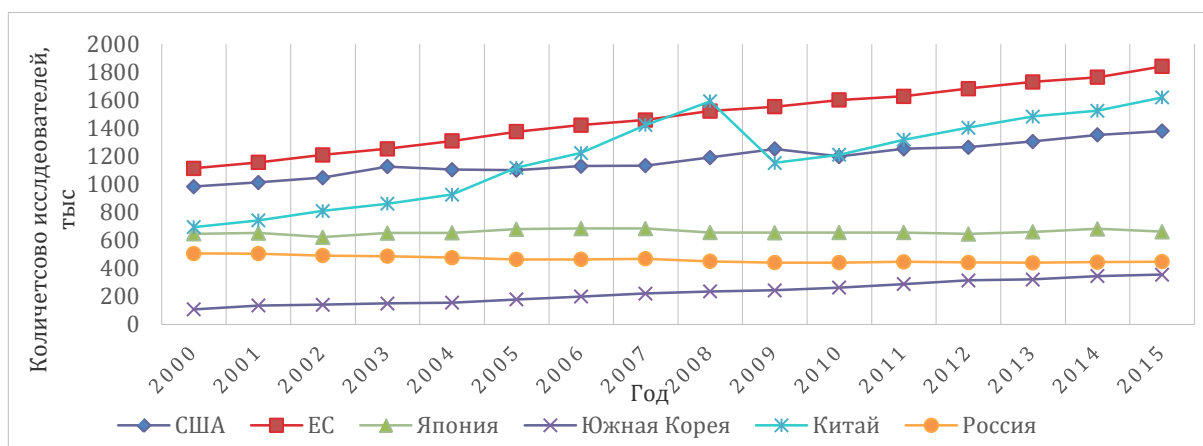


Рис. 2. Динаміка кількості наукових працівників, зайнятих в дослідженнях в 2000–2015 гг., тис. человек [2]

зируемых научных публикаций. Однако подобно всем вышеописанным тенденциям количество научно-исследовательских работ в последние годы росло более быстрыми темпами в Китае и других развивающихся странах по сравнению с развитыми странами. Выпуск китайских научно-технических публикаций вырос почти в пять раз с 2003 г., в результате чего выпуск Китая в абсолютном выражении сравним с выпуском в США. Результаты исследований также быстро росли в других развивающихся странах, в частности в Индии (рис. 3) [4].

Когда исследователи в одной стране ссылаются на опубликованную работу исследователей в другой стране, результирующие модели цитирования являются показателем потоков знаний между регионами. На эти модели сильно влияют культурные, географические и языковые факторы, а также воспринимаемое влияние, например исследователи чаще ссылаются на работу, написанную на их родном языке. В статьях США непропорционально часто упоминаются публикации канадских и британских авторов. Для сравнения: американские

авторы цитируют китайские, индийские и другие азиатские публикации меньше, чем можно было бы ожидать исходя из общего объема публикаций этих мест. Несмотря на языковые факторы, ссылки на реферируемые статьи и презентации являются часто используемым показателем использования и влияния результатов исследований, а публикации в США получают наибольшее количество ссылок. С учетом размера исследовательского пула каждой страны исследователи, базирующиеся в США, Канаде, Швейцарии и нескольких странах Северной Европы (Дании, Исландии, Нидерландах, Норвегии, Соединенном Королевстве, Финляндии и Швеции), установили планку в отношении получения влиятельных результатов исследований. Со временем сотрудничество между авторами различных стран в области научно-технических публикаций возросло, что отражает как увеличение числа подготовленных исследователей, так и совершенствование коммуникационных технологий [1].

Исследования в области НИОКР и полученные таким образом знания являются важной частью общего инновационного процесса. Эта деятель-

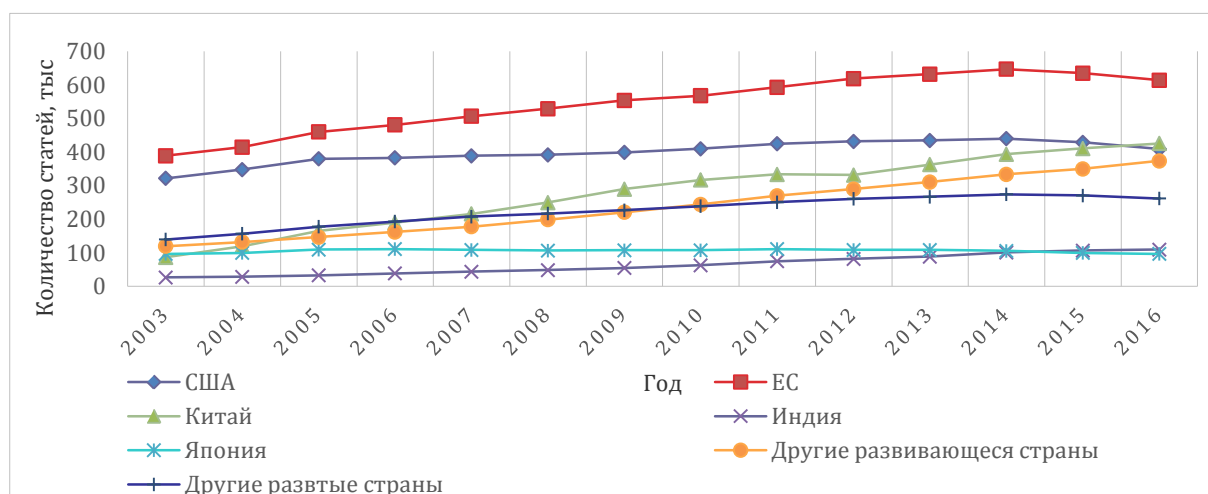


Рис. 3. Динаміка кількості науко-дослідницьких статей в 2003–2016 гг., тис. статей [4]

ность способствует укреплению национального инновационного потенциала. Реализация этого потенциала и экономический рост стимулируют интерес к международно сопоставимым показателям инновационной деятельности. Открытия и изобретения эволюционируют от потенциала к осознанной полезности благодаря взаимодействию широкого круга субъектов и учреждений. Оно осуществляется в рамках взаимосвязанных видов деятельности: изобретение – это процесс создания чего-то нового и потенциально полезного; передача знаний включает в себя передачу научно-технических знаний предприятиям, государственным учреждениям, академическим и другим организациям и частным лицам для дальнейшего развития и возможного коммерческого и иного полезного применения; инновации происходят, когда внедряется новый или значительно улучшенный продукт или процесс, в том числе в деловой практике, организации рабочего места или внешних отношениях. Логическое завершение создания любой инновации – регистрация и получение прав на ту или иную интеллектуальную собственность, которая является важным катализатором преобразования изобретений и инноваций в практическое использование.

По данным ВОИС за 2016 г., впервые во всем мире было подано более 3 млн. патентных заявок, что на 8,3% больше, чем в 2015 г. Движущей силой такого сильного роста стало исключительное количество заявок в Китае, который увеличил количество заявок на 236 600, или на 98%. Второе место занимают Соединенные Штаты Америки с 16 200 дополнительными заявками по сравнению с 2015г. Если исключить патентные заявки в Китае, то заявки, поданные в остальном мире, выросли всего на 0,2% в 2016 г. Таким образом, количество заявок в Китае превышает совокупный объем по Европе, Японии, Южной Корее и США [9]. Если говорить о том, какая доля из этих заявок реализуется в сам патент, то, обращаясь к общемировым показателям, в среднем это 30% от всего количества заявок [9].

ТНК сегодня сконцентрировали в своих руках большую часть научно-технического потенциала мира. Если обратиться к рейтингу, опубликованному Ассоциацией владельцев интеллектуальной собственности (IPO), то можно заметить, что американские фирмы лидировали с 41% всех полученных патентов в 2016 г., за ними следуют Япония (28%) и Южная Корея (15%) [5]. Даже среди первой десятки лидеров явное преимущество имеют американские компании (табл. 1).

По оценкам, в 2016 г. во всем мире было подано 7 млн. заявок на товарные знаки, что на 16,4% больше, чем в 2015 г. Общее количество заявок стабильно увеличивается уже седьмой год подряд. Как и в случае с другими формами интеллектуальной собственности, рост активности по подаче заявок на товарные знаки в значительной степени отражает большое число заявок на товарные знаки, поданные в Китае. В 2016 г. на ведомство по товарным знакам Китая приходится 75% годового прироста мирового количества товарных знаков. В ведомство Китая подано почти 3,7 млн. заявок, за ним следует ведомство США – 545 587. Далее следуют Япония (451 320), Европейское отделение союза интеллектуальной собственности (EUIPO; 369 970) и Индия (313 623) [8]. На долю пяти ведущих ведомств приходится 55% всей деятельности по регистрации товарных знаков в 2016 г. по сравнению с 34% в 2006 г. При этом до стадии регистрации в общемировом масштабе доходит всего около 47% всех заявок на товарные знаки [8].

Около 1 240 600 заявок на промышленные образцы были поданы по всему миру в 2016 г., что по сравнению с предыдущим годом показывает рост на 3%. Это второй год подряд, когда число поданных заявок во всем мире растет после падения в 2014 г. Количество проектов по всему миру удвоилось в период с 2005 по 2016 г. Увеличение количества заявок в Китае составило 90% от общего роста в 2016 г. До стадии регистрации в общемировом масштабе доходит примерно 57% заявок на промышленные образцы [8].

Таблица 1

Топ-10 ТНК по количеству патентов в 2016 г., тыс. патентов [6]

Место в рейтинге	Название ТНК	Количество патентов в 2016 г., тыс.	Страна
1	International Business Machines Corp	8,088	США
2	Samsung Electronics Co Ltd	5,518	Южная Корея
3	Canon KK	3,665	Япония
4	Qualcomm Inc	2,897	США
5	Google Inc	2,835	США
6	Intel Corp	2,784	США
7	LG Electronics Inc	2,428	Южная Корея
8	Microsoft Technology Licensing LLC	2,398	США
9	Taiwan Semiconductor Manufacturing Co Ltd	2,288	Тайвань, Китай
10	Sony Corp	2,181	Япония

Трансфер знаний, включающий передачу и распространение технологий, является важнейшим компонентом международного сотрудничества. Международные сделки позволяют отслеживать рыночное распространение технологий и инноваций через международные границы. Одним из показателей такой международной сделки являются экспортные потоки интеллектуальной собственности, измеряемые сборами за использование интеллектуальной собственности, включая трансграничные роялти и сборы, взимаемые за лицензирование патентованных технологий. Хотя на структуру торговли лицензионными платежами влияют различные налоговые режимы, доходы от интеллектуальной собственности в целом указывают, какие страны производят продукты интеллектуальной собственности, имеющие коммерческую ценность. Эти закономерности в целом соответствуют странам и экономикам, обладающим патентами. Неудивительно, что экспортные доходы от использования интеллектуальной собственности по-прежнему сосредоточено в главных получателей патентов США: США, ЕС и Японии. Экспортная выручка США за использование интеллектуальной собственности в 2016 г. составила 122 млрд. долл. США в том же году – 66 млрд. долл. США для ЕС и 39 млрд. долл. США для Японии. Тем не менее, доля США сократилась, а доля остальных стран мира (кроме ЕС и Японии) – более чем вдвое – с 6% до 16% в период между 2008 и 2016 гг. (рис. 4) [10]. Поскольку экспортные доходы США, ЕС и Японии от использования интеллектуальной собственности за последние несколько лет выровнялись или снизились, эти доходы продолжали расти в других странах и регионах. Для развивающихся стран доходы от использования интеллектуальной собственности очень низки, например доля мирового экспорта Китая и Индии в 2016 г. составила менее 0,5%.

Анализируя динамику экспорта интеллектуальной собственности, мы можем увидеть

явное лидерство США. В США максимальное значение было зафиксировано в 2014 г. – 130 млрд. долл. США; минимальное – в 2009 г. – 98 млрд. долл. США; среднее значение составило 117,8 млрд. долл. США. Состояние экспорта в 2016 г. к показателю прошлого года показывает спад на 2,4%. Далее следует Европа, с отставанием в 56 млрд. долл. США. Максимальное значение экспорта в Европе было зафиксировано в 2015 г. – 67 млрд. долл. США; минимальное – в 2010 г. – 38 млрд. долл. США. Что касается Японии, то ее отставание от Европы составляет 27 млрд. долл. США. Минимальное значение зафиксировано в 2009 г. – 22 млрд. долл. США; максимальное – в 2014 г. – 37 млрд. долл. США; среднее значение составило 31,1 млрд. долл. США. Несмотря на это, в целом прослеживается положительный тренд [10].

Еще одним важным компонентом перевода изобретений в плоскость инноваций и практического использования является доступ к финансированию. Разработка и коммерциализация новых и формирующихся технологий по своей сути сопряжены с риском, и финансовая поддержка может обеспечить страхование от некоторой этой неопределенности. Венчурные инвестиции являются показателем поддержки новых технологий, которые имеют потенциал для успешной коммерциализации и в 2016 г. составили в мире около 131 млрд. долл. США. Соединенные Штаты привлекают чуть больше половины этого венчурного финансирования, хотя его доля снижается по мере того, как другие страны, особенно Китай, наращивают свой потенциал для разработки новых технологий. США привлекли более половины из почти 6 млрд. долл. США глобальных венчурных инвестиций в 2016 г., они привлекают чуть больше половины глобальных венчурных инвестиций, за ними следует Китай. Между 2010 и 2016 гг. уровень инвестиций в США сильно вырос, хотя доля США в мировом капитале упала с 68% до 52%. В Китае инвестиции выросли с низкой базы в период между

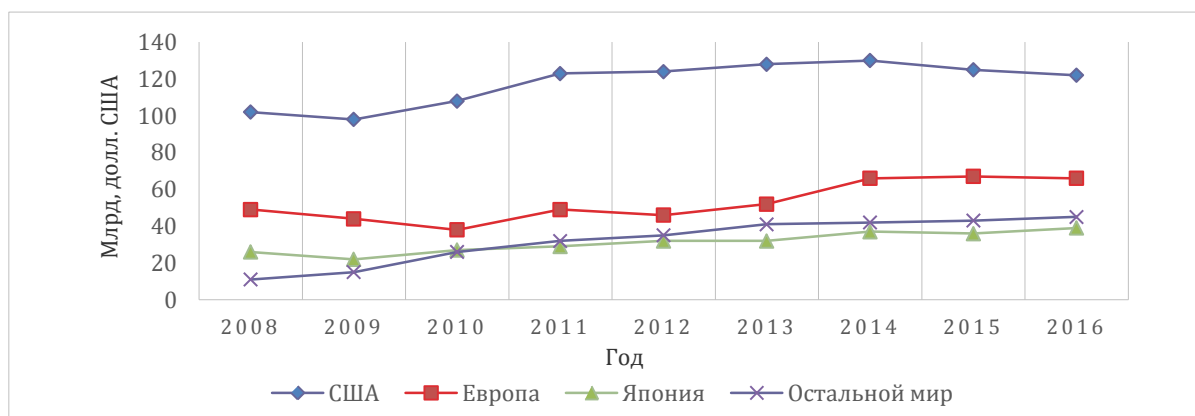


Рис. 4. Динамика объема экспорта интеллектуальной собственности (плата за ее использование) в 2008–2016 гг., млрд. долл. США [10]

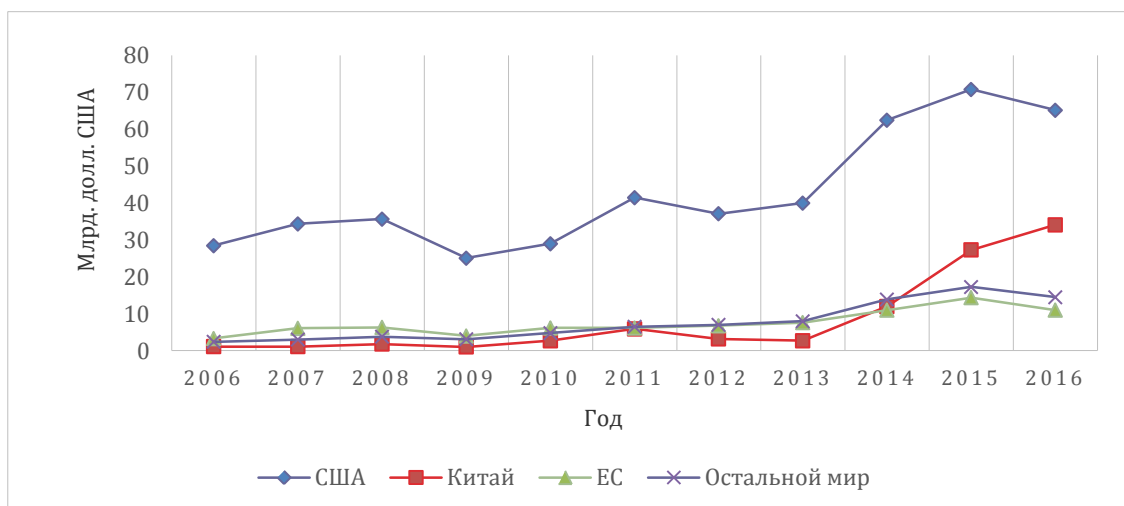


Рис. 5. Динамика объема венчурного инвестирования в 2006–2016 гг., млрд. долл. США [3]

2006 и 2013 гг.; после 2013 г. ускорились темпы роста инвестиций – с 3 млрд. долл. США в 2013 г. до 34 млрд. долл. США в 2016 г., в результате чего их доля выросла с 5% до 27% (рис. 5) [3].

Таким образом, главными показателями развития рынка интеллектуальной собственности выступают, как правило, его количественные характеристики – количество заявок на выдачу патентов и регистрацию товарных знаков. Прогресс, по общепринятой практике и оценке ВОИС, заключается в росте этих показателей. С этой точки зрения мировым лидером по темпам роста считается КНР (в 2016 г. число патентных заявок от заявителей из КНР выросло на 18,7%, а заявок на регистрацию товарных знаков – на 27,4%). Но необходимо учитывать также и то, что значительный объем прав на интеллектуальную собственность в таких развитых юрисдикциях, как страны Северной Америки и Евросоюза, занимают нерегистрируемые объекты – ноу-хау, объекты авторских и смежных прав, по которым отсутствует статистическая информация, а условия сделок конфиденциальны. О международном рынке интеллектуальной собственности можно говорить как о совокупности трансграничных сделок: по трансферу технологий, продаже франшиз, экспорту и импорту высокотехнологичных изделий.

Выводы из проведенного исследования.

В целом анализ показал устойчивые тенденции роста развивающихся стран, в частности Китая, по сравнению с США и остальными развитыми экономиками в мире. Быстрые темпы роста часто сопровождают ранние этапы экономического и технического развития, замедляясь по мере взросления общества. Поскольку развивающиеся страны сосредотачивают ресурсы на НИОКР, образовании и наукоемком производстве и торговле, их первоначально быстрые темпы роста в этих областях могут превысить темпы роста развитых стран и, таким образом, открыть возможность для перехода

к мерам развитых стран. Вопрос о том, будут ли и как долго продолжаться эти дифференцированные темпы роста, является важным и будет зависеть от общей научно-технической среды, а также от экономических, социальных и политических сил, которые могут оказывать сильное влияние.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. National Center for Science and Engineering Statistics; SRI International. URL: <https://www.scopus.com/>.
2. OECD Indicators – «Education at a Glance 2017». URL: <http://dx.doi.org/10.1787/eag-2017-en>.
3. PitchBook Venture capital and private equity database. URL: <https://my.pitchbook.com/>.
4. Scimago Journal & Country Rank. URL: <https://www.scimagojr.com>.
5. These Firms Won the Most Patents in 2016. URL: <http://fortune.com/2017/01/09/most-patents-2016/>.
6. Top 300 Organizations Granted U.S. Patents in 2016. URL: http://www.ipo.org/wp-content/uploads/2017/05/2016_Top-300-Patent-Owners.pdf.
7. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Institute for Statistics database, special tabulations. URL: <http://www.unesco.org/new/en/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-all/resources/statistics/>.
8. WIPO IP Statistics Data Center – Trademark. URL: <https://www3.wipo.int/ipstats/index.htm?tab=trademark>.
9. WIPO IP Statistics Data Center – Patent. URL: <https://www3.wipo.int/ipstats/index.htm?tab=patent>.
10. World Trade Organization Trade and tariff data. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm.

REFERENCES:

1. National Center for Science and Engineering Statistics; SRI International. – URL: <https://www.scopus.com/>.
2. OECD Indicators – «Education at a Glance 2017». – URL: <http://dx.doi.org/10.1787/eag-2017-en>.
3. PitchBook Venture capital and private equity database. – URL: <https://my.pitchbook.com/>.

4. Scimago Journal & Country Rank. – URL: <https://www.scimagojr.com>.
5. These Firms Won the Most Patents in 2016. – URL: <http://fortune.com/2017/01/09/most-patents-2016/>.
6. Top 300 Organizations Granted U.S. Patents in 2016. – URL: http://www.ipo.org/wp-content/uploads/2017/05/2016_Top-300-Patent-Owners.pdf.
7. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Institute for Statistics database, special tabulations. – URL: <http://www.unesco.org/new/en/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-all/resources/statistics/>.
8. WIPO IP Statistics Data Center – Trademark. – URL: <https://www3.wipo.int/ipstats/index.htm?tab=trademark>.
9. WIPO IP Statistics Data Center – Patent. – URL: <https://www3.wipo.int/ipstats/index.htm?tab=patent>.
10. World Trade Organization Trade and tariff data. – URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm.

Medvedkin T.S.

Leading Researcher of the “Federal Research Centre the Southern Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences”,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor at Department of World Economy,
Rostov State University of Economics

Medvedkina Y.A.

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Acting Head of Department of World Economy,
Rostov State University of Economics

GEOGRAPHY OF MODERN R&D

The purpose of the study was to analyse the scope of intellectual property in international scientific and technical cooperation. The main indicators of international scientific and technical cooperation in the field of intellectual property were analysed. For the most part, the trend has shifted creative activity to the East, in particular to China, which in recent years has significantly increased its performance and is currently the undisputed leader in the number of applications for patents, trademarks and industrial designs, which every year becomes all more. Only export performance has remained relatively unchanged for several years with three clear leaders: the US, Europe, and Japan. On the one hand, this is due to the fact that all applications of China are mainly directed to the domestic market, on the other – a high monopolization of the international market of intellectual property.

In the dynamics of the global IP market, the following trends are observed. First, the outpacing growth of the IP market in comparison with GDP growth. For 10 years, the proceeds from the export of IP increased 3.1 times with a GDP growth of 2.1 times; the lead ratio for this period was 1.64. Secondly, the paradox became clear: in the high-income countries, patent applications fell by 2%, their share dropped from 92 to 65%, and the revenues from the IP exports grew 3.3 times. In middle-income countries, the trend is different: the number of applications has grown 6.4 times, incomes from exports of IP – 3.7 times; share in world exports remained at the same level – 1.7%. Thirdly, the revealed paradox is explained both by the expansion of the scale of the global IP market and by the supermonopolization of this market, under the control of TNCs, whose interests are represented by the WTO. The reason for this paradox was the supermonopolization of this most important sphere of trade activity: more than 98% of royalties are concentrated in high-income countries; the world centre for the attraction of intellectual rent has become the United States, which accounts for more than half of the proceeds from international trade in intellectual property. Fourth, the intellectual property market has become the most globalized of all activities. There are common legislative norms and rules established by WIPO and the WTO. Virtually the whole world is involved in the orbit of the global intellectual property market and follows its rules.

In our work, we considered that there are two main factors shaping the current trends – these are the rapid pace of technological progress and globalization. Globalization has given huge opportunities to relatively lagging countries to succeed in the field of intellectual property through the import of technologies from developed countries. However, developing countries, even though they managed to bring activity in this area in their domestic market to a better level, there are still some problems with exporting their intellectual property, which again is connected with its monopolization.

ORGANIZATION OF THE FUNCTIONING OF LOGISTICS SYSTEMS ON THE BASIS OF MODERN TECHNOLOGIES

ОРГАНІЗАЦІЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

The article deals with theoretical and methodological foundations of the system organization of the functioning of logistics systems based on modern technologies. The results of the research presented in the work allow us to substantiate scientifically measures to develop domestic logistics systems of companies to the level of 3PL and 4PL, 5PL – service providers; model management options for a company operating as part of a logistics chain; optimize the structure of the enterprise based on the goals and tasks in the field of logistics; to study the possibilities of introducing information technologies of fixing the company to the level of 3PL, 4PL, 5PL – service providers.

Key words: logistics, logistics system, modern technology, logistics supply chain, information technology, service providers, logistics provider.

У статті розглянуто теоретичні та методологічні аспекти організації системи функціонування логістичних систем на основі сучасних технологій. Результати досліджень, представлені в роботі, дають нам змогу науково обґрунтувати заходи щодо розвитку внутрішніх логістичних систем компанії до рівнів 3PL і 4PL, 5PL – постачальників послуг; варіанти управління моделлю для компанії, що діє як частина логістичного ланцюга; оптимізувати структуру підприємства на основі цілей і завдань у галузі

логістики; вивчити можливості впровадження інформаційних технологій для фіксації компанії до рівнів 3PL, 4PL, 5PL – постачальників послуг.

Ключові слова: логістика, логістична система, сучасні технології, логістичний ланцюжок поставок, інформаційні технології, постачальники послуг, логістичний провайдер.

В статье рассмотрены теоретические и методологические аспекты организации системы функционирования логистических систем на основе современных технологий. Результаты исследований, представленные в работе, позволяют нам научно обосновать меры по развитию внутренних логистических систем компаний до уровней 3PL и 4PL, 5PL – поставщиков услуг; варианты управления моделью для компании, действующей как часть логистической цепочки; оптимизировать структуру предприятия на основе целей и задач в области логистики; изучить возможности внедрения информационных технологий для фиксации компании до уровней 3PL, 4PL, 5PL – поставщиков услуг.

Ключевые слова: логистика, логистическая система, современные технологии, логистическая цепочка поставок, информационные технологии, поставщики услуг, логистический провайдер.

UDC 338.49

Saiensus M.A.

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
Odessa National Economic University

Formulation of the problem. Development of the conception of logistics outsourcing is driven by the trends of the economic globalization. Separate organizations become mainstreamed into the worldwide production network. The processes of supply and marketing become more complicated, too, and the level of logistics knowledge turns into the key factor of success for all the value chain partners. Consumers' increasing demand induces companies to apply such an instrument as outsourcing in their business activities [1, p. 320].

The outsourcing of logistics functions lies in a transfer of any logistics functions (supply, production, sales) that may be fully or partially separate, and/or of any complex logistical business processes to an external outsourcer company.

All in all, it can be deduced that presently the definitions used in the field of outsourcing (in particular, the outsourcing of logistics functions), as well as the forms of interaction between any members of an outsourcing project have not been definitely established or accepted because partnering relationship within the framework of any particular outsourcing agreements can differ to a considerable extent.

This is due to the rapid pace of development of this sector of business and the up rise of some new forms

of relationship under the conditions of economic globalization and the legal restrictions imposed by some countries, etc.

Analysis of recent research and publications.

Today, it is possible to identify the main points of contact to form an integrated approach to outsourcing logistics functions as a system for reconciling business processes. Outstanding specialists in the management of logistic processes consider logistic outsourcing as a system aimed at improving the efficiency of the system, implemented on the basis of a system approach (B.A. Anikin (2009), V.S. Lukinskiy (2005), V.I. Sergeev (2001), M.Y. Postan (2015)). In the deepest sense, outsourcing is equal to the resource using, which includes the purchase of all types of activities, including those that are at the base for good [2, p. 20–30].

The external environment means the creation of value outside the company, and strategic attention to external resources [3, p. 23–29].

Outsourcing has evolved into a more strategic process; cooperation, cooperation and the development of the code should be successful [4, p. 1071–1080].

Outsourcing requires close and long-term relationships to maintain a competitive advantage [5, p. 15–25] and should not be used as a synonym for contracting. A contract means work performed by

an external supplier on a unified basis [6, p. 142–155], whereas outsourcing involves the use of external skills and capabilities of an external supplier [7, p. 670–728].

Madhok acknowledged that firms should consider their own attributes of capabilities and their competencies prior to logistic outsourcing [8, p. 535–550]. There are many articles on logistic outsourcing for example [9, p. 24–34], in most cases without taking into account the methodology. According the key strategic issue of competitiveness understands why one firm is different from the performance of another.

Based on the resource, he argues that a competitive advantage arises when (1) competitors cannot take advantage of this strategy, and (2) it continues to exist after efforts to duplicate this advantage have failed. Accordingly, the decision as to whether the process should be logistic outsourced should be based on an actual assessment of one's own ability in comparison with competitors and suppliers. Therefore, argues that the analysis concerns the definition of the differences between the organization and the potential suppliers of external processes.

One of the key issues here is the ability of suppliers who provide basic services – whether they can surpass life processes compared to the organization itself or its competitors [10, p. 135–143].

However, it is not always easy to determine which services are cores or non-core [11, p. 57–70]. As a second measure, states that in the logistic outsourcing process, it is necessary to determine the contribution to the competitive advantage of the activity.

Statement of the main material of the study.

The introduction of the term “outsourcing” in management theory is associated with the use of resources of external organizations or providers in the field of information technology. Many specialists assume that outsourcing has spread in connection with the development of information systems and technologies, and refer to the beginning of the “epoch of outsourcing” to the 60-s. XX century, namely by 1962, the date

of foundation of the Electronic Data System Corporation (EDS). In Germany in 1960–1980, the practice of creating centers for electronic information processing at large enterprises began to be developed, which subsequently began to provide appropriate services to medium and small firms that do not have the necessary technical capabilities.

A Logistic Service Providers is a specialized commercial organization carrying out some particular operations or complex logistics functions (warehousing, transportation, order management, physical distribution, etc.), as well as effecting an integrated supply chain management for its corporate customers.

A classification of logistic service providers including insourcing may be represented as follows: 1PL – First Party Logistics – refers to an autonomous logistics when an organization performs a whole complex of logistical operations on its own; 2PL – Second Party Logistics – presupposes contraction of services of any monocline logistic service providers (such as carriers, forwarders, customs brokers, insurance companies, warehouses, and cargo terminals that perform separate logistics functions); 3PL – Third Party Logistics – means that all the logistics functions are outsourced to a logistic service provider that gives an all-around logistics support; 4PL – Fourth Party Logistics – is a logistic service provider performing a supply chain management (SCM) for a corporate customer; 5PL – Fifth Party Logistics – means a “virtual logistic service provider” that assumes the functions of a 4PL applying at large the internet and any know-how as a single virtual platform ensuring a more profound and comprehensive interaction and coordination of work with the customers serviced.

Considering the quality of services and the range of logistics offer suppliers, it is possible to allocate the following consecutive levels of development of outsourcing of logistic functions for the organization-customer. The main reason for the development of the tendencies of cooperation in the supply chain in the

Table 1

Characteristics of the services of logistics providers

Types of logistics service providers	Basic services	Examples of companies
“Transportation Provider” (transportation providers owning real assets)	Logistics “accommodation” (dedicated logistics). Transportation, centralized transportation, maintenance, routing.	Schneider, Ryder, Hunt, Danzas, TNT, UPS, FedEx, Airborne, DHL.
“Transportation Provider” (providers of optimization of transport services that do not have real assets)	Integrated logistics. Service-oriented logistics. Focused on technology, reengineering.	CH Robinson, Mark VII, Ryder, UPS Worldwide, Menlo, FedEx.
Vendors of value-added warehousing	Integrated logistics and logistics of “placement”. Technologies of warehousing and transportation.	Caliber, DSC, Tibbett & Britten, GATX, Exel Logistics, Fiege Group, Menlo.
International forwarders, carrying out outsourcing of logistics functions (not having real assets)	Integrated logistics with international forwarding capabilities.	AEI, Circle, MSAS, Kintetsu.
“IT Providers”	Packages of logistics programs.	Manugistics, 12/ Intertrans, McHugh, Logility, Extricity, Manhattan.

Source: built by the author according to the data [12]

Table 2

Development of logistics services outsourcing services

Level	1 level	2 level	3 level
The number of logistics functions transferred to the provider	The only function	Several functions	Complex interconnected functions
Sales markets	Local, regional	Interregional	Global delivery "from door to door"
The nature of the relationship	The contract for the year	Long-term relationship (contract for 3 – 5 years)	Strategic partnership, major contracts
The value of the contract	Reduction of costs due to partial reorganization and business process reengineering (BPR)	Cost reduction, revenue growth in the expansion of sales markets	Optimization of business processes (in accordance with the ISO 9000 standard)
Provider competence	A lot of assets. Performing individual operations	A shift from ownership of assets to ownership of information	Focus on information management; integration based on IT solutions
Competitiveness	Insensitivity to coping	The cooperation of logistics intermediaries, the formation of strategic alliances	Many large alliances on the market

Source: built by the author according to the data [12]

field of logistics is the clearly increased requirements of customers, which in turn are caused by the growth of logistics costs and the need to concentrate on managing a high level of logistics costs.

In practice, the term "1PL" ("first party logistics") refers to any companies that specialize in some separate lines of activity in the field of logistics business. They focus on providing services in carrying out some separate operations upon delivery of cargo: transportation, storage, customs clearance, etc. As a rule, this segment of the logistics business is occupied by carriers, customs brokers, port authorities, stevedoring companies, trans loading companies, etc. Freight owners (both consignors and consignees) may enter into any contracts with any first party logistic company, whether directly or through any intermediaries which are usually determined in practical terms as 2PL-level providers representing the subsequent level of logistic services. Among companies providing services at the 2PL level are any forwarding, or freight forwarding companies that perform the role of intermediaries between buyers (freight owners) and sellers (1PL providers) of such services.

As opposed to the 1PL-type companies, the 2PL model implies providing complex services in several lines all at once. Thus, it can be illustrated with a situation when cargo is carried by several kinds of transport within a transportation system, customs clearance services being provided, as well. It should be mentioned that today such a business paradigm applied by the domestic forwarding companies is one of the most desirable.

Transition to a level of higher quality has resulted in origination of the term "a third party logistics", or "3PL", which refers to any outsourcer companies that sell an integrated service in delivery of cargo on the door-to-door principle accomplishing also all the operations required. Nevertheless, their functions exclude any

management of freight traffic: in this case all issues will be assumed by a buyer, i.e. a consignor or consignee.

Depending on functions performed, all 3PL models are classified as standard (a standard service) ensuring performance of such functions as packaging, storage, and delivery of cargos; service developer (an advanced service), which provides additional services in tracking cargos and trans loading in case of an intermodal transportation; customer adapter (a service adapted to a consumer's needs), which provides complex services, mainly to small-business customers, in an efficient building of a logistic system, but does not develop any new kinds of services; customer developer (an advanced service adapted to a consumer's needs) encompassing not only an external, but also internal logistics for a customer [12].

A 3PL model implies a whole complex of logistics services, from delivery and cell-based storage to order management and goods tracking. A 3PL provider's functions include organization and management of cargo shipping, stock record and management, preparation of import and export documents, warehouse storage, cargo handling, and delivery of an ultimate consumer.

The task of management of many companies as a single system in logistics should be understood, first of all, as a service for supply chain partners. In theory, there is a settled notion "a fourth-level logistic service provider", similarly to and as extension of the notion "a third-level logistic service provider". When a customer deals with a logistic service provider of this type, the former may rely on a comprehensive service and assistance with an adaptation to the ever-changing conditions of the external situation, which is an additional factor for an enhancement of such a logistic service provider's competitiveness. However, a provider of the 3PL generation does not solve any problems related to freight traffic: this function is still performed by a freight owner.

Therefore, appearance of a 4PL provider on the market of logistics services can be qualified as expected and foreseeable. The term "4PL" was registered for the first time by a consulting company styled Andersen Consulting, now renamed Accenture, in 1996, as having the meaning as follows: "A fourth-level logistic service provider is a supply chain manager that brings together its own resources, capabilities, and technology with the resources, capabilities, and technology of another logistics service provider and manages the same in order to offer a solution of tasks in a supply chain to its customers to the fullest possible extent" [13, p. 479].

It is important that all the 4PL providers, or fourth-level providers, be by all means involved in a manufacturing process. As a rule, a 4PL provider is a major logistics service provider having a large infrastructure and advanced supply chain management systems and accomplishing high-technology processes and complicated logistic schemes. In order to achieve the level of a 4PL provider, there are possible ways as follows: a third-level logistic service provider may develop until the level of a 4PL one. A manufacturer of an ultimate product may organize a business on the principle of a 4PL model for solution of any similar tasks. A consulting company may assume the role of a 4PL provider. A company engaged in providing services in the field of IT may become a 4PL provider. A supply chain partner may become a 4PL provider. The evolution of a third-level logistic service provider seems the most appropriate. Given the business contacts with customers established by a company, it will be the most likely. Parallel to planning of their own routes, these companies shall fulfil such tasks as planning of coordination of transport, warehouse and stock management for their customers, as well as shall render any other services implying emergence of a value added. Nevertheless, there may arise some problems with customers, who can misunderstand the new role of such a company: on the one part, a consignor may be doubtful of impartiality of a logistic company; on the other part, today the information technology structure of many potential 3PL logistic providers only reflects the needs of a logistic company itself, but does not allow effecting the overall management, even if there are appropriate interfaces, that may function perfectly well, for exchange of data with customers and subcontractors.

In reality, it is already difficult for enterprises to organize optimal servicing and providing customers with supplies without attracting partners in the field of logistics in conditions of pressure from competitors. Therefore, the development of providers becomes important. 5PL – is a new level of logistics outsourcing, which arose in the investigation. The latest developments in the field of combining intelligent software maintenance of different levels and localization, in conjunction with the development of strategic partnerships

among all participants of logistics chains. In the modern educational and scientific-methodical literature, many authors distinguish. 5PL logistics providers (Fifth Party Logistics) as a separate element in the classification of logistics operators [14, p. 14–17]. Under the 5PL, a provider is generally understood to be a logistics operator whose activities are based on the use of a complex of modern information and communication technologies that allow the database of consignors, consignees and transport companies to be interactively operated, plan transportation, dispatch and monitor the execution of orders in a virtual logistics system [15, p. 244–246]. Many authors, and in particular A.V. Ivashchenko and D.G. Peysahovich, is understood by the operator's 5PL provider, which basically manages the flow of information about orders, resources, plans and the actual state of the transport network in the integrated supply chain [16, p. 153–158]. If we consider 5PL providers from the point of view of the integration approach, as do K.O. Loshnev, E.P. Taraskina, D.I. Zarudnev, A.H. Dikinov, L.V. Honchukaeva and E.R. Aitbagin, then under 5PL-provider it is necessary to understand management of all components of the integrated supply chain, and not only information flows. Such management is understood within the framework of a single information space, using the Internet as a unifying virtual platform. Such a system is also called "virtual logistics" or "Internet logistics" [17, p. 49–52]. In this case, the 5PL provider is already defined as a service company that performs integrated services for managing integrated processes in supply chains on the basis of outsourcing without the use of physical mechanisms for managing material and other logistical flows.

According to E.R. Aitbagina the 5PL provider is a logistic operator that takes over the functions of the 4PL operator and provides deeper and more comprehensive interaction and coordination of the clients' services in real time with extensive use of the Internet. However, this interpretation of the 5PL provider also does not make it possible to separate it as a separate, independent element of the classification of logistic operators. This seems impossible in view of the fact that according to the experience of practitioners themselves, 3PL – and 4PL –providers themselves several years ago already switched to maximizing the full informatization and virtualization of their activity and without giving up their material and technical base, but, on the contrary, strengthening it and automating it. Virtualization, informatization and automation of 3PL and 4PL providers has become a routine and necessary practice of the modern market today and does not cause a significant expansion or radical change in the range of logistics services providers, goals and processes of their services, therefore, does not change their species, process or functional composition and does not allow to allocate such kind of "virtual" or "Internet providers" as a new type of logistic operators.

However, e-commerce is not a new segment or a new criterion for classifying supply chain management solutions. It leads only to the formation of a wider range of offers of integrated services 3PL and 4PL level in supply chains. The emergence of this concept is primarily due to the fact that the rapid development of modern information systems and technologies makes it possible to introduce the most powerful and progressive technologies into the sphere of economy, business and logistics service, providing an unprecedented, previously impossible level and scale of data processing that forms the basis To make decisions not only operational level, but also strategic.

These technologies include not only embedded in the field of logistics outsourcing Internet technologies and electronic document management technologies. Changes in strategic logistics planning are primarily related to the introduction of intelligent systems based on neuro-cybernetic data analysis technologies, as well as expert technologies of automated machine management decision-making and impact on subordinate objects.

Technologies of distributed computing will allow processing practically unlimited volumes of information and, consequently, serve logistic chains and logistic networks of any scale, national, international, and planetary. This will allow us to cover and integrate logistics networks and supply chains in each country, economic or geographical alliance, as well as on different continents, in the future creating and servicing a single global economic-distributive network of commodity economy. In turn, artificial intelligence technologies will automate the decision-making process in logistics networks of this scale, replacing in this issue the intellectual abilities of a person who in this case will not be physically able to cope with the scale of such activities.

Modern reality can be absolute impartiality and maximum optimality from the point of view of the effectiveness of the functioning of the entire logistics network, the life activity of states and economic unions. The society will be able to approach the optimal food and commodity supply of the national economy and consumer, environmental and energy security and economy. The use of artificial intelligence technologies will solve the problems and eliminate the bottlenecks associated with the issues of inter organizational logistics coordination in supply chain chains and networks arising from the opposite of the interests of the network participants, and will also allow not only the most effective operational accounting, control and planning of the logistics networks, but also to carry out tactical and strategic management of logistics networks based on self-learning expert systems.

The 5PL provider begins to determine the policy of development of the global logistics service, and, consequently, the policy of economic development. With the use of these technologies, the 5PL provider

has the opportunity to set the system of co-ordinates of activities for the participants of logistics chains and supply networks, act as an integrating factor, and find a very mobile and constantly changing balance between the multidirectional interests of states, consumers and commercial participants of logistics networks of food and industrial goods. And, it can be concluded that in this context it is the conceptual changes in the goals, tasks, functions and scope of activity, as well as the place, role and purpose of the logistics provider in the supply chains that allow us to talk about a really new step and a new level in the classification of logistics operators.

It is the enumerated possibilities of independent determination of the strategy for the development of logistics chains and supply chains based on a given, chosen political concept and automated compulsion of the participants in the supply chain to execute it, are the basis for distinguishing the 5PL provider as an independent, truly conceptually new and fundamentally different from all previous logistics operators, the provider of the highest level in the classification of operators of logistics outsourcing.

A logistic intermediary represents an essential element in a logistic service provider company because the cooperation with the former allows a company to get any competitive advantage for account of: a reduction in operational logistics costs, overall increase in efficiency of the functioning of a logistics system and, as a consequence, reduction in prime cost of goods; enhancement of flexibility and adaptation of a company to the ever-changing environment; mitigation in logistics risks; reduction in duration of the operational and logistics cycles.

Whereas previously the field of logistics represented, at the most, the classical kinds of logistical services, such as stockpiling, transportation, and cargo handling which take shape as a particular physical operation, now the logistic activities are deemed to include any coherent business processes having a coordinating and strategic nature.

All logistic service providers are divided into classes reasoning from the nature of their activities; it may be operating, coordinating or strategic: monoline logistic intermediaries (transportation companies, forwarding agents, jointly occupied depots, cargo terminals, customs brokers, agents, stevedoring companies, insurance companies, providers of any information and consulting services in the field of logistics); 3PL providers, which embrace any firms rendering a coherent logistics service for a customer (being a manufacturing company, commercial partnership or a service provider); 4PL providers representing any systems logistics integrators.

Monoline logistics intermediaries focus on the operating activities. 3PL providers carry on the operating and partially coordinating activities (which mean integration and coordination of the operating functions

in a single provider). 4PL providers tackle the coordination and strategic activities (which presupposes a systematic approach to the management of any core logistics business processes, integration and coordination of actions undertaken by a target company and key contracting parties in a supply chain).

Turning to the experience of the Western market, it is possible to note the key problems arising in the interaction with providers or is constraining factors for such interaction. The first is the unrealized conditions fixed in the SLA, and the absence of the expected cost optimization (Tables 3, 4).

Firms owning real assets own or acquire leasing vehicles, warehouses. Firms that use outsourcing services enter into agreements with other firms that provide all or part of the services in the field of physical distribution. Firms providing information services are a type of companies without physical assets that act as intermediaries in optimizing the logistics systems of enterprises and interact with other asset-owning firms on a contract basis. Creation of

a common information space as an environment for an integrated planning and management of any supply chain interactions and as a tool for perfection of a supply chain management system is fundamental for expansion of the outsourcing of logistics functions. The crucial factor determining the prospects and opportunities a company has in order to develop its models of integrated planning and management of its supply chains on the basis of the outsourcing of logistics functions is the state of the information technologies.

The main objective of managing logistic communications is to provide a favorable attitude to the manufacturer of goods by creating a common motivational field of exchange participants which is focused on the rational use of available resources and harmonization the interests of the parties. The modern concept of logistic communications is the concept of integrated logistic communications, actively explored and developed today by the researchers of the problems of interaction of subjects in the logistic.

Table 3

Problems faced by companies, referring to the provider, %

№	Problems with Providers	Europe	America	Asia
	Unrealized agreements and services agreements	46	43	46
1.	The shortage of long-term, constant improvements and achievements in the proposals	41	37	41
2.	Cost reductions have not been achieved	37	37	34
3.	Unsatisfactory IT services capabilities	31	38	38
4.	Lack of experience in project management	35	31	36
5.	Unsatisfactory transition period in the process of implementation	28	34	33
6.	Ineffective management of key performance indicators	27	28	31
7.	Too many problems related to the human factor	28	30	32
8.	Lack of consulting, intellectual skills	23	22	34
9.	Impossibility of providing services on a global scale	19	16	20
10.	Insufficient integration of business processes across regions and across the supply chain	18	21	28
11.	Inability to build a purposeful and reliable relationship	13	15	19
12.	Weak information integration with the acquired companies	13	12	21
13.	Lack of problems	16	17	5

Source: the table was compiled by the author on the material [1; 18]

Table 4

Reasons why companies do not address the services operators, %

№	Reasons	Europe	America	Asia
1.	Logistics is a key activity of our company	28	34	26
2.	Abbreviations costs are not expected	44	39	36
3.	Level of service agreements will not be implemented	28	34	32
4.	Logistics is too important to outsource	30	30	24
5.	Decrease in control over outsourced functions	23	32	8
6.	Better practice than most 3PL operators	26	23	12
7.	Corporate ideology excludes access to 3PL operators	16	11	20
8.	Need to improve the capabilities of 3PL operators globally	23	16	8
9.	Security-related issues transportation and shipment of goods	7	18	20
10.	The inability of 3PL providers to build a focused and trusting relationship	14	14	8

Source: the table was compiled by the author on the material [1; 18]

Methodological weakness of the concept of integrated logistic communications is that it implies the implementation of integration only on instrumentality level, regardless of the set of participants in the interaction and their characteristics (motivation, resource, organizational, technical, innovation, etc.). Depending on our opinion, integration should have a response in the form of conjugation motives of participants, their resources, actions logistician in satisfaction the needs of consumers differ in their behavior under various conditions of logistic conditions and the particular communication area. The concept of integrated logistic communications, which provides large-scale use of low-budget tools longlisting communications, should be transformed into the concept of the integrated logistician communications [18, p. 46–50]. The last implies the creation and development conducive for the initiator communicative environment providing modification of consumer perceptions and behavior of target groups and to achieve the strategic goals of the enterprise. The main objective of managing logistician communications is to provide a favorable attitude to the manufacturer of goods by creating a common motivational field of exchange participants which is focused on the rational use of available resources and harmonization the interests of the parties.

Conclusions from the study. Logistic outsourcing is a consequence of the evolution of a modern enterprise. The change in general methodological approaches to the organization of the production process, systems and management process is associated with such factors as greeting an internal competitive environment; transition from functional to technological specialization; reengineering of production processes; changing the system of internal and external communications; intensification of information exchange; striving to reduce costs. The methodology of logistics outsourcing develops and is reflected in all modern types of organizational structures.

The structure of the process of logistics outsourcing presupposes a strategic and economic justification for the need to delegate authority for certain processes and activities. The choice of the provider of logistics outsourcing services is carried out as a result of the analysis of the available services market.

Modeling the process of logistics outsourcing requires the formalization of socio-economic factors that influence the decision on logistics outsourcing. Modeling the process of logistics outsourcing allows formulating a general methodical approach to making managerial decisions about the use of certain types of outsourcing.

BIBLIOGRAPHIC LIST:

1. Anikin B.A., Rudaya I.L. (2009) Outsourcing i autstaffing: vysokie tekhnologii menedzhmenta [Outsourcing and outstaffing: high technology management]. Moscow: INFRA-M (in Russian).
2. Büner R., Tuschke A. (1997) Outsourcing. Die Betriebswirtschaft, 57(1), p. 20–30.
3. Arnold U. (2000) New dimensions of outsourcing: a combination of transaction cost economics and the core competencies concept. Eur J Purch Supply Manag., 6(1), p. 23–29.
4. Ishizaka A., Blakiston R. (2012) The 18C's model for a successful longterm outsourcing arrangement. Ind Mark Manag, 41(7), p. 1071–1080.
5. McHugh M., Humphreys P., McIvor R. (2003) Buyer-supplier relationships and organizational health. J Supply Chain Manag., 39(2), p. 15–25.
6. Hätönen J., Eriksson T. (2009) 30+ years of research and practices of outsourcing-exploring the past and anticipating the future. J Int. Manag., 15(2), p. 142–155.
7. Kakabadse N., Kakabadse A. (2000) Critical review outsourcing: a paradigm shift. J Manag. Dev., 19(8), p. 670–728.
8. Madhok A. (2002) Reassessing the fundamental and beyond: Ronald Coase, the transaction cost and resource-based theories of the firm and institutional structure of production. Strateg. Manag. J, 23(6), p. 535–550.
9. McIvor R. (2008) What is the right outsourcing strategy for your process. Eur Manag. J, 26(1), p. 24–34.
10. Aron R., Singh J. (2005) Getting offshoring right. Harward Bus Rev, 83(12), p. 135–143.
11. Cox A. (1996) Towards an entrepreneurial and contractual theory of the firm. Eur J Purch Supply Manag., 2(1), p. 57–70.
12. Wisskirchen F. (Hrsg.) Outsourcing – Projekte erfolgreich realisieren. – Stuttgart: Schaffer Poeschel Verlag, 1999. 426 p.
13. Sergeev V.I. (2015) Upravlenie tsepyami postavok: uchebnik dlya bakalavrov i magistrrov [Supply Chain Management: A Textbook for Bachelors and Masters]. Moscow: Yurayt (in Russian).
14. Amblar S. (2016) Dlya uspekha biznesa e-commerce neobkhodim edinyy provayder [For the success of e-commerce business, a single provider is needed]. Logistika. No. 2, p. 14–17.
15. Lishnev K.O. (2012) 5PL-provaydery kak perspektivnyy etap razvitiya logisticheskogo outsorsinga [5PL-providers as a promising stage in the development of logistics outsourcing]. Proceedings of the Materials of the International Interuniversity Scientific Master Conference: a collection of reports. Under the ed.: T.G. Tumarova, I.N. Samonova, N.S. Slavetskaya. Collection: Russia in the modern world: in search of an innovative strategy; new growth models (Russia, Nizhny Novgorod, March 20–23, 2012), p. 244–246.
16. Ivashchenko A.V., Peysakhovich D.G. (2013) Pro aktivnaya dispetcherizatsiya resursov transportnogo operatora 5PL [Proactive dispatching of transport operator resources 5PL]. Intelligence. Innovation. Investments, no. 3, p. 153–158.
17. Baginova V., Kuz'min D. (2013) Osobennosti razvitiya kontreylernykh perevozok v Rossii [Peculiarities of the development of piggyback traffic in Russia]. Modern problems of the transport complex in Russia, vol. 4, no. 4, p. 49–52.
18. Saiensus M.A. Outsorsing yak tekhnologiya innovatsiyogo upravlinnya sotsialno-ekonomichnimi sistemami. Visnik Odeskogo natsionalnogo universitetu: zb.nauk.prats Odeskogo natsionalnogo universitetu im.I.I.Mechnikova. Seriya: Yekonomika. 2017. T. 22. Vip. 9(62). S. 46–50.

Saiensus M.A.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing
Odessa National Economic University

ORGANIZATION OF THE FUNCTIONING OF LOGISTICS SYSTEMS ON THE BASIS OF MODERN TECHNOLOGIES

The results of the research presented in the work allow us to substantiate scientifically: measures to develop domestic logistics systems of companies to the level of 3PL and 4PL, 5PL – service providers; model management options for a company operating as a part of a logistics chain; optimize the structure of the enterprise based on the goals and tasks in the field of logistics; to study the possibilities of introducing information technologies of fixing the company to the level of 3PL, 4PL, 5PL – service providers.

For this purpose, the paper studies the theoretical foundations of the management of logistics systems by companies, based on the outsourcing of logistics and information technology level 3PL and 4PL, 5PL service providers. The subject of the study is the organization of the logistics systems of companies in the conditions of economic globalization. The following research methods were used in the work: structural analysis, synthesis, comparison, economic and mathematical methods, research method related to target and synergetic principles, scientific methods and methodological apparatus of logistics management, the theory of material flow management of the methodology of economic efficiency evaluation of management and logistics technologies. The research was based on data obtained from the following sources of information: scientific publications and monographic publications of domestic and foreign scientists, materials of scientific conferences and studies, materials of periodicals, reports and analytical materials from official websites.

The following research methods were used in the work: structural analysis, synthesis, comparison, economic and mathematical methods, research method related to target and synergetic principles, scientific methods and methodological apparatus of logistics management, the theory of material flow management of the methodology of economic efficiency evaluation of management and logistics technologies. The research was based on data obtained from the following sources of information: scientific publications and monographic publications of domestic and foreign scientists, materials of scientific conferences and studies, materials of periodicals, reports and analytical materials from official websites.

РОЛЬ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ПРИЗНАЧЕННЯ БІРЖОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

ROLE AND FUNCTIONAL PURPOSE OF THE EXCHANGE MARKET UNDER GLOBALIZATION CONDITIONS

УДК 339.172

Солодкий М.О.

к.е.н.,

Заслужений діяч науки і техніки України, професор кафедри біржової діяльності і торгівлі

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Яворська В.О.

к.е.н., доцент кафедри біржової діяльності і торгівлі

Національний університет біоресурсів і природокористування України

У статті на теоретичному рівні висвітлено основні засади функціонування біржового ринку. Визначено, систематизовано функції біржового ринку на макро- та мікро-економічному рівнях. Проаналізовано функції світового біржового ринку. Виявлено основні трансформаційні зміни біржового ринку в умовах глобалізації.

Ключові слова: біржовий ринок, функції, світові біржі, деривативи, ф'ючерси, опціони.

В статье на теоретическом уровне освещены основные принципы функционирования биржевого рынка. Определены, систематизированы функции биржевого рынка на макро- и микроэкономическом уровнях. Проанализированы функции мирового биржевого рынка. Выявлены основные транс-

формационные изменения биржевого рынка в условиях глобализации.

Ключевые слова: биржевой рынок, функции, мировые биржи, деривативы, фьючерсы, опционы.

In the article on the theoretical level the main principles of the stock exchange market functioning are highlighted. The functions of the stock exchange market on the macro and microeconomic levels are determined and systematized. The functions of the world stock exchange market are analyzed. The main transformational changes of the stock exchange market in the conditions of globalization are revealed.

Key words: stock exchange market, functions, world exchanges, derivatives, futures, options.

Постановка проблеми. Біржовий ринок вже традиційно вважається важливою складовою сучасного ринкового середовища. Тривала еволюція біржової діяльності упродовж багатьох століть сприяла постійній зміні ролі та функцій біржового ринку.

На сучасному етапі стан та формування міжнародного економічного простору сильно залежать від впливу та наслідків світової глобалізації. Адже глобалізаційні процеси забезпечують постійні трансформаційні зміни інноваційного розвитку біржового ринку як у міжнародному масштабі, так і на національних рівнях.

Відсутність статичного елементу у функціонуванні біржового ринку тільки посилює наукові інтереси до цього сегменту ринкової економіки та підвищує актуальність проведених досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження біржового ринку знайшли відображення в багатьох наукових працях таких вчених, як, зокрема, В. Гниляк [5; 6], О. Дегтярьова, Р. Макдональд, О. Маслак, А. Масло, Ю. Рубан, М. Солодкий [1–5], О. Сохацька, М. Примостка, Дж. Халл.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження трансформаційних змін ролі та функціонального призначення біржового ринку в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація разом з якісними змінами принесла нестабільність та невизначеність на світові ринки товарних і фінансових активів. У таких умовах деривативи або біржові строкові інструменти, а саме ф'ючерси та опціони, розроблені на біржовому ринку з метою захисту від цінних коливань, що стали неочікуваними та важко прогнозованими [4; 6].

Невід'ємним механізмом ринкової економіки сьогодні є біржовий ринок, який не тільки виступає

центром відкритого та прозорого ціноутворення, але й надає достовірну аналітичну інформацію.

Біржовий ринок віддзеркалює на своїх торгових майданчиках очікування учасників біржової торгівлі щодо суспільно-політичних подій та настроїв, що є характерним для різних країн. Можна стверджувати, що сучасний стан економіки у будь-якій країні виражається через біржові котирування.

Зростання впливу біржового ринку на процеси ціноутворення у часовому просторі викликало зацікавленість і з боку спекулянтів. Біржові посередники почали активно використовувати деривативи з метою вкладення вільного інвестиційного капіталу.

Реформування ринкової системи в будь-якій країні не буде можливим без такого елементу, як організований ринок товарів та фінансових активів, або біржовий ринок. В Україні поточна ситуація біржового ринку все ще потребує кардинально нових підходів до розроблення інноваційних заходів та інструментів найближчим часом [5].

Якщо розглядати важливість біржового ринку, то найкраще виявити його характерні риси на основі функцій (рис. 1), які він здатний забезпечити за умов ринкових відносин [1–3]:

1) прозорі умови для формування цінової рівноваги;

2) зустріч на одній арені сил попиту і пропозиції;

3) хеджування (управління ризиками);

4) спекуляція (трейдинг);

5) інформаційно-аналітична забезпеченість;

6) інноваційна функція, яка виникла за умов впровадження нових технологій торгівлі та передбачає розробку або інженерію нових біржових контрактів.

Систематизація традиційних функцій, які може забезпечувати біржовий ринок, також потребує

більш детального розгляду його функціонального призначення за двома рівнями, а саме за мікроекономічним та макроекономічним (рис. 2, 3).

На основі систематизації наявних поглядів на функції біржового ринку (особливо товарного) на мікроекономічному рівні можна включити [2, с. 26–31; 3, с. 28]:

- перерозподіл цінкових ризиків;
- диверсифікацію товарних і фінансових потоків;
- відкрите ціноутворення;
- організацію укладання біржових угод;
- здійснення клірингу та арбітражу спірних ситуацій;
- біржову інженерію;
- кон'юнктурне прогнозування;
- доступність до нових кредитних ресурсів;
- удосконалення логістики та зберігання;
- конкурентоспроможність біржових учасників;

– науково-просвітницьку діяльність.

Усі вищезазначені функції слугують для основної мети на товарних та фінансових ринках, а саме задля забезпечення їх стабільності та ефективного функціонування на внутрішньому, або мікроекономічному, рівні.

Водночас глобалізація сприяла виходу торгівлі на міжнародний рівень.

Біржовий ринок також зазнав значного розвитку внаслідок поширення передових досягнень та біржових технологій більш прогресивних біржових платформ на менш розвинуті аналоги. Таким чином, функції біржового ринку на макроекономічному рівні залежать від ролі всіх учасників міжнародної арени та включають:

- інтеграцію до світового біржового ринку національних сегментів;
- можливість ефективного перерозподілу інвестиційного капіталу на міжнародних ринках;
- участь усіх суб'єктів у процесах ціноутворення на світовому рівні;
- сприяння підтримці економічної безпеки у країнах-учасниках міжнародного ринку;
- досягнення стабільних показників макроекономічної рівноваги через біржовий механізм.



Рис. 1. Функції біржового ринку в ринковій економіці

Джерело: побудовано на основі джерел [1–3]



Рис. 2. Функції біржового ринку на мікроекономічному рівні

Джерело: побудовано на основі джерел [2, с. 26–31; 3, с. 28]

Необхідно зазначити, що вплив глобалізації на стан біржового ринку як світового, так і національного рівнів є невідворотним. Тому необхідно постійно проводити дослідження функціонування біржового ринку. Адже багато трансформаційних змін, пов'язаних з поширенням нового досвіду використання строкових



Рис. 3. Функції біржового ринку на макроекономічному рівні

Джерело: побудовано на основі джерел [2, с. 26–31; 3, с. 29]

біржових інструментів та технологій біржової торгівлі, дуже швидко поширювались з одних біржових ринків на інші.

Сьогодні ефективність роботи будь-якого біржового ринку буде залежати від наявності необхідних структурних елементів біржового механізму. Основні складові організаційної структури біржового ринку відображені на рис. 4.

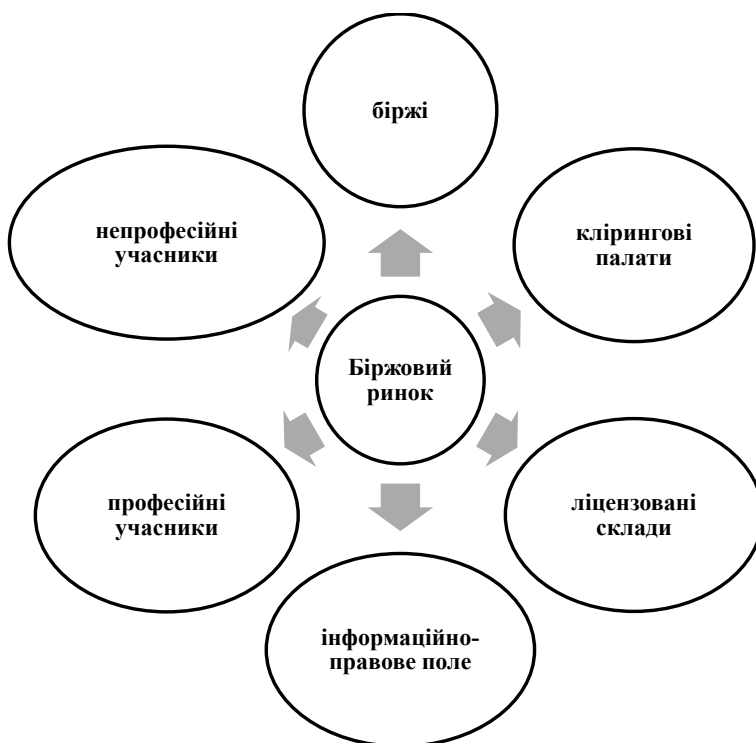


Рис. 4. Складові організаційної структури біржового ринку

Джерело: побудовано на основі джерел [2, с. 26–31; 3, с. 30]

Невідповідність або відсутність хоча б одного з них унеможливує оптимальну повноцінну роботу біржового ринку. Така ситуація притаманна вітчизняному біржовому ринку, на якому більшість наведених елементів або все ще відсутня, наприклад клірингова палата, або не має достатнього поширення, зокрема наявність спекулятивного класу як зацікавлених інвесторів у біржовій торгівлі. У будь-якому разі розв'язання цієї проблеми має ґрунтуватись на комплексних підходах.

Основними складовими організаційної структури біржового ринку мають бути [2, с. 26–31; 3, с. 30]:

- біржі, які є основними елементами організаційного механізму біржового ринку, що забезпечують безпосередню організацію торгів;
- клірингові палати, які можна вважати фінансовими інститутами, основними функціями яких є надання послуг зі здійснення розрахунків за біржовими угодами для всіх учасників біржового ринку;
- склади, які є важливим елементом роботи біржового товарного ринку, що обов'язково проходять процедуру ліцензування;
- інформаційно-правова база, яка забезпечує повноцінне функціонування біржового ринку, що формує цілісну базу нормативних актів та біржових правил; не менш важливим є надання доступу до публічної інформації;
- професійні учасники на біржовому ринку відіграють також важливу роль у забезпеченні якісного обслуговування учасників ринку, зокрема груп інвесторів;

– непрофесійні учасники, які представляють клас фізичних та юридичних осіб, а саме інвесторів у біржові інструменти.

Основну ліквідність біржового ринку підтримують професійні та непрофесійні учасники. Їхня присутність на біржовому ринку є важливою. Ці учасники приносять на біржовий ринок вільний капітал, без якого неможливо здійснювати швидкі транзакції з відкриття та закриття біржових позицій. При цьому сучасний біржовий ринок завдяки глобалізації дав можливість відкрити кордони для учасників з будь-якого географічного регіону. Тому біржові учасники давно вийшли на міжнародний рівень. Така ситуація сприяє можливості вивільнення інвестиційного капіталу та його трансферу в різні куточки світу. Конкурентний вплив біржового ринку давно вийшов за межі національних кордонів. Водночас розвинуті біржові ринки притягують на свої торгові майданчики значно більші інвестиційні потоки.

Класифікація основних учасників біржового ринку за метою та стратегіями торгівлі (рис. 5) включає такі групи [2, с. 26–31; 3, с. 30]:

1) хеджери, основна діяльність яких пов'язана із захистом своїх фінансових інтересів від можливих цінових коливань; біржові інструменти дають можливість хеджерам застрахувати цінові ризики на ринках реальних активів чи фінансових інструментів;

2) трейдери (спекулянти), увага яких прикута до визначення найбільш інвестиційно привабливих біржових інструментів, що здатні задовольнити інтереси трейдерів та принести максимальний прибуток;

3) арбітражери, яких можна вважати класом інвесторів, які у своїй інвестиційній діяльності намагаються отримати прибуток від поєднання міжтоварних чи міжринкових стратегій торгівлі;

4) інвестори, для яких біржовий ринок є основним джерелом розміщення вільного інвестиційного капіталу; інвестори використовують інноваційні стратегії портфельного менеджменту, до яких можна включити інвестиційні, інституційні, страхові, хеджові фонди, банки, компанії з управління капіталом.

Наявність значної кількості вищевказаних учасників, а також необхідних елементів організаційної структури дасть змогу успішно функціонувати біржовому ринку та підтримувати високий рівень його ліквідності.

Висновки з проведеного дослідження.

Враховуючи вищесказане, можемо стверджувати, що розвиток біржового ринку в Україні досягне високого рівня лише за умов врахування потенційних можливостей та напрямів розвитку світового біржового ринку, точніше найбільш перспективних біржових майданчиків у світі. Водночас функціональне призначення біржового ринку, як бачимо, включає важливі та необхідні функції в сучасних умовах. Визначення ролі біржового ринку на міжнародному рівні у світовій економічній системі забезпечить використання цього досвіду для інтеграції у вітчизняну практику. Тому необхідно розглянути біржову торгівлю під кутом виявлення її як складного суспільно-економічного явища, що має надзвичайно розгалужену та багаторівневу організаційну структуру.

Окрім того, ступінь розвитку біржового ринку завжди буде мати тісний зв'язок зі станом економічної ситуації в країні. Необхідно також брати до уваги те, що глобалізація створюватиме додаткові умови для поширення перспективного досвіду розвитку біржового ринку у країни, де відбувається реформування економічних систем, на кшталт нашого вітчизняного біржового механізму.



Рис. 5. Основні учасники біржового ринку

Джерело: побудовано на основі джерел [2, с. 26-31; 3, с. 30]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Біржовий ринок: навч. посіб. / за ред. М. Солодкого. Київ: Агроосвіта, 2010. 565 с. URL: <http://www.agroosvita.com/sites/default/files/libery/economik/BR.pdf>.
2. Біржовий товарний ринок: навч. посіб. / за ред. М. Солодкого. Київ: Компринт, 2017. 482 с.
3. Солодкий М., Резнік Н., Яворська В. Основи біржової діяльності: навч. посіб. / за ред. М. Солодкого. Київ: Компринт, 2017. 450 с. URL: http://91.219.144.9/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe.
4. Солодкий М., Яворська В. Біржова торгівля товарними деривативами: світовий досвід та перспективи розвитку в Україні: монографія. Київ: Компринт, 2015. С. 10–66.
5. Солодкий М., Гниляк В. Біржові товарні деривативи: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Аграр Медія Груп, 2012. С. 6–26.
6. Гниляк В. Методологічні аспекти формування поняття деривативу. Агроінком. 2006. № 1. С. 72–74.

REFERENCES:

1. Solodkyj M. (2010) Birzhoviy rynok [Exchange market]. Kyiv: Agroosvita. (in Ukrainian). Available at: <http://www.agroosvita.com/sites/default/files/libery/economik/BR.pdf> (accessed 24 July 2018).
2. Solodkyj M. (2017). Birzhoviy tovarnyy rynok [Commodity exchange market]. Kyiv: Komprynt (in Ukrainian).
3. Solodkyj M., Javorsjka V., Reznik N. (2017) Osnovy birzhovoi diialnosti [Basics of exchange trading]. Kyiv: Komprynt (in Ukrainian). Available at: http://91.219.144.9/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe (accessed 24 July 2018).
4. Solodkyj M., Javorsjka V. (2015). Birzhova torghivlja tovarnymy deryvatyvamy: svitovij dosvid ta perspektyvy rozvytku v Ukrajinі [Commodity derivatives exchange trading: world experience and prospects of development in Ukraine]. Kyiv: Komprynt (in Ukrainian).

5. Solodkyj M., Ghnyljak V. (2012) Birzhovi tovarni deryvatyvy: teoriya, metodologhija, praktyka [Exchange-traded Commodity derivatives: theory, methodology, practice]. Kyiv: Aghrar Media Ghrup (in Ukrainian).

6. Ghnyljak V. (2006) Metodologhichni aspekty formuvannja ponjattja deryvatyvu [Methodological aspects of the formation of the derivative concept]. Aghroinkom, no. 1, p. 72–74.

Solodkyj M.O.

Candidate of Economic Sciences,
Honored Worker of Science and Technology of Ukraine,
Professor at Department of Stock Exchanges and Trade
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Yavors'ka V.O.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Stock Exchanges and Trade
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

ROLE AND FUNCTIONAL PURPOSE OF THE EXCHANGE MARKET UNDER GLOBALIZATION CONDITIONS

In the article, on the theoretical level, the main principles of the stock exchange market functioning are highlighted.

Globalization, along with qualitative changes, has brought instability and uncertainty to the world markets for commodity and financial assets. In such circumstances, exchange-traded derivatives – futures and options – were developed on the stock exchange market to protect against price fluctuations that are unexpected and difficult to predict.

Considered that an integral mechanism of a market economy today is the stock exchange market, which not only serves as the center of open and transparent pricing but also provides reliable analytical information.

Considered the importance of the stock exchange market through its basis, the functions that it can provide in the conditions of market relations: transparent conditions for the formation of price equilibrium; meeting in one arena of the demand and supply forces; hedging or risk management; speculation or trading; information and analytical basis; an innovative function that emerged from the introduction of new trade technologies and involves the development or engineering of new derivatives.

On the basis of systematization, the functions of the stock exchange market on the microeconomic level are determined: redistribution of price risks; diversification of commodity and financial assets; open pricing; organization of the conclusion of exchange transactions; clearing and arbitration; financial engineering; price forecasting; availability of new credit resources; improvement of logistics and storage; competitiveness of exchange participants; scientific and educational activities.

All of the above functions serve the main purpose in the commodity and financial markets – in order to ensure their stability and effective functioning at the domestic or microeconomic level. At the same time, globalization has contributed to the emergence of the international trade.

The stock exchange market has also significant development as a result of globalization. Considered that the functions of the stock exchange market at the macroeconomic level include: integration into the world stock exchange market of national segments; the possibility of an effective redistribution of investment capital in international markets; participation of all traders in global pricing processes; promotion of economic security in countries participating in the international market; achievement of stable indicators of macroeconomic equilibrium through stock exchange mechanism.

It should be noted that the impact of globalization on the stock exchange market, both world and national, is irreversible. Therefore, it is necessary to continuously conduct research on the functioning of the stock exchange market. Many of the transformational changes associated with the spread of new experience in the use of exchange-traded derivatives and stock exchange trading technologies have quickly spread from one stock exchange market to another.

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ЗНАННЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ЇЇ КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

KNOWLEDGE AS AN ECONOMIC CATEGORY AND ITS KEY ASPECTS IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

У статті здійснено аналіз визначення поняття «знання», запропонованого різними авторами. Розкрито сутність та зміст поняття «знання» як економічної категорії. Дано авторське визначення поняття «знання». Розглянуто знання у межах діяльності закладів вищої освіти. Визначено ключові аспекти знань у контексті сталого розвитку закладів вищої освіти.

Ключові слова: знання, аспекти знань, заклад вищої освіти, сталий розвиток, сталий розвиток закладів вищої освіти.

В статті осуществлен анализ определения понятия «знание», предложенного разными авторами. Раскрыты сущность и содержание понятия «знание» как экономической категории. Дано авторское определение понятия «знание». Рассмотрены знания в рамках деятельности высших учебных заведений. Определены ключевые аспекты

знаний в контексте устойчивого развития высших учебных заведений.

Ключевые слова: знания, аспекты знаний, высшие учебные заведения, устойчивое развитие, устойчивое развитие высших учебных заведений.

The article analyses the definition of the concept of "knowledge" proposed by various authors. The essence and content of the concept of "knowledge" as an economic category are revealed. Author's definition of the concept of "knowledge" is given. Knowledge is considered within the framework of activity of institutions of higher education. The key aspects of knowledge in the context of sustainable development of higher education institutions are determined.

Key words: knowledge, aspects of knowledge, institution of higher education, sustainable development, sustainable development of institutions of higher education.

УДК 378.014.54-027.1

Боровик М.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
і адміністрування
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки та суспільства у цілому характеризується стрімким підвищенням ролі знань у діяльності всіх суб'єктів господарських відносин. Сьогодні саме знання стають основним ресурсом сучасного нового суспільства та запорукою сталого розвитку економіки. При цьому значні зміни відбуваються у системі вищої освіти, яка традиційно вважалась джерелом отримання знань. Сьогодні вища освіта трансформується із соціального інституту в самостійну систему, яка виступає одним із найбільших стратегічних ресурсів, що забезпечує створення та поширення знань. У цих умовах зростає роль закладів вищої освіти (ЗВО) у формуванні сучасної економіки, а знання стають не тільки результатом діяльності закладів вищої освіти, а й запорукою їхнього сталого розвитку в умовах жорсткої конкуренції на ринку освітніх послуг. Саме тому необхідно визначити сутність знань як економічної категорії та визначити її ключові аспекти в контексті сталого розвитку закладів вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Знання розглядаються у сучасній економічній науці в рамках такого напряму досліджень, як економіка знань. Дослідженню питань, пов'язаних зі знаннями та економікою знань, присвячено роботи таких зарубіжних та вітчизняних учених, як: Сократ, Аристотель, Платон, Протагор, Ф. Бекон,

І. Кант, Г. Гегель, П. Друкер, Ф. Махлуп, Е. Брукінг, К. Вііг, І. Нонака, Х. Такеучи, М. Румізен, Д. Белл, Б. Мілнер, Т.Х. Девенпорт, Л. Прусак, К. Фраппаоло, У. Томс, В.В. Єфімов, І. Журавковська, В.В. Лабоцький, М.К. Марінічева, Т.Е. Степанова, Н.В. Манохіна, В.П. Дудяшова, Н.А. Кипень, О.В. Сізіх, К. Джоунс, Л. Леонард, Е.В. Попов, І.Б. Фоміних, Н.П. Харін, М.М. Віньков, У.Є. Гузар, Ф. Дрекке та ін. Однак, незважаючи на значну кількість робіт, присвячених цій тематиці, аналіз сутності знань як економічної категорії потребує подальшого наукового дослідження. Також у сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг серед ВНЗ потребує особливої уваги дослідження ключових аспектів знань у контексті сталого розвитку закладів вищої освіти. Питання сутності знань та засобів їх ефективного використання, що дасть змогу закладам вищої освіти забезпечити їх сталий розвиток, й досі залишаються актуальними серед наукової спільноти та потребують подальших ґрунтовних теоретичних досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження наявних підходів до визначення сутності поняття «знання» як економічної категорії, а також визначення ключових аспектів знань у контексті сталого розвитку закладів вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи знання як один із ключових аспек-

тів сталого розвитку закладів вищої освіти, необхідно визначити зміст та сутність даного поняття як економічної категорії. Поняття «знання» досить розповсюджене в наукових дослідженнях, однак у різних науках і в різноманітних контекстах у цей термін вкладається різний зміст.

Незважаючи на те що майбутнє економіки міцно зв'язується зі знаннями, ніколи раніше знання не були предметом дослідження економічної науки. Починаючи з античних часів вивчення природи, меж і призначення знань було завданням філософії, але не економіки. Дотепер процеси отримання, обґрунтування й перевірки знань, форми його об'єктивації, поширення в суспільстві, реалізації у сферах виробництва і соціальної практики вивчаються соціологією, логікою, методологією, теорією пізнання, когнітивної психологією. Це не випадково, оскільки тільки філософія як своє основне питання розглядає відношення свідомості до матерії (мислення до буття, духу до природи) і ставить за мету «раціональне розв'язання найбільш загальних питань, що стосуються суті знання, людини і світу». Саме філософи вперше окреслили межі «простору знання», дали його перші визначення та класифікації. Найбільший внесок у вивчення проблеми зробили Сократ, Аристотель, Платон, Протагор, Ф. Бекон, І. Кант, Г. Гегель та ін. Одним із перших мислителів, що ініціювали створення концепції знань, був Платон. Знання за Платоном – це доведене щире переконання [1].

Філософський енциклопедичний словник трактує знання як особливу форму духовного засвоєння результатів пізнання (процесу відтворення дійсності), яка характеризується усвідомленням їх істинності [2].

Існують й інші, досить поширені, щоб вважатися загальноновизначеними, філософські визначення знання. Наприклад, такі:

- знання – форма існування і систематизації результатів пізнавальної діяльності людини;
- знання – суб'єктивний образ об'єктивної реальності, тобто адекватне віддзеркалення зовнішнього і внутрішнього світу у свідомості людини у формі уявлень, понять, суджень, теорій.

Однак багатовікові дослідження природи знань так і не дали людству розуміння, що ж таке знання. А дослідження сутності знань із погляду економіки ще більше ускладнило ситуацію.

Багато років дослідженню питань сутності поняття «знання» як економічної категорії присвячують увагу вітчизняні та закордонні вчені. Дослідження із цієї проблематики засвідчує наявність різних точок зору щодо визначення цього поняття, що проявляється у різноманітності та численності його визначень. Аналіз літературних джерел, присвячених дослідженню знань, показав, що в сучасній економічній науці не існує єдиного підходу до визначення поняття «знання» як економічної категорії (табл. 1).

Сучасні зарубіжні економісти сутність знання аналізують із двох різних позицій. Перша позиція є традиційною для стандартної мікроекономіки та розуміє знання як інформацію, необхідну економічним агентам або менеджерам для здійснення раціонального вибору. Із цієї позиції знання розглядається як процес перетворення будь-яких початкових даних у відповідне знання, яке може бути використане для аналізу реальної ситуації, тобто практично не відрізняється від інформації. Інша позиція розглядає знання як економічний актив, аналогічний іншим, уже відомим видам активів (фінансовим, матеріальним тощо). У цьому разі знання виступає як ресурс й як продукт.

Отже, з наведеного переліку прикладів трактування поняття «знання» можна побачити, що сутність знання як феномена розвитку сучасних суб'єктів господарювання недостатньо розкрита, що зумовлено ємністю цієї категорії та підтверджує відсутність остаточної погодженості дослідників щодо її змісту.

Таким чином, на основі проведеного дослідження сутності знань як економічної категорії можна запропонувати таке визначення поняття «знання»: це результат комбінації даних, інформації, досвіду, цінностей, уявлень, переконань, який дає можливість на основі аналізу та оцінки генерувати новий досвід та інформацію, що дасть змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення, спрямовані на забезпечення сталого розвитку.

Розглядаючи знання як економічну категорію, можна відзначити, що здебільшого знання існує у свідомості тих, хто знає, тобто тих, хто володіє знаннями. Однак, розглядаючи знання в контексті сталого розвитку закладів вищої освіти, слід зазначити, що вони не тільки існують у свідомості тих, хто ними володіє, а також фіксується як у документах, так і в процесах, процедурах, нормах та у цілому в практичній діяльності.

Протягом усього періоду наукового дослідження сутності знань учені досліджували різні аспекти знань відповідно від сфери їх застосування. У цьому дослідженні в межах діяльності закладу вищої освіти знання доцільно розглядати в декількох аспектах, а саме як:

- ресурс, що використовується у діяльності закладів вищої освіти поряд з іншими ресурсами (матеріальними, фінансовими, трудовими тощо);
- унікальний затребуваний продукт, який становить основу освітньої діяльності закладу вищої освіти;
- джерело отримання конкурентних переваг на ринку освітніх послуг;
- результат перетворення даних та інформації;
- основа організації та здійснення освітньої та економічної діяльності закладу вищої освіти.

Ключові аспекти знань у контексті діяльності закладу вищої освіти представлені на рис. 1.

Таблиця 1

Визначення поняття «знання» як економічної категорії

Автор	Визначення
Енциклопедичний словник Webster [3]	Знання – це: 1) розуміння, що набувається конкретним досвідом; 2) стан обізнаності про що-небудь чи володіння інформацією; 3) чітке сприйняття істини або як дещо зрозуміле та таке, що утримується у розумі
П. Друкер [4]	Знання – це інформація, яка має практичну цінність та служить для отримання конкретних результатів
Ф. Махлуп [5]	Знання – це форма представлення частин реального та передбачуваного світу на певному носії
Е. Брукінг [6]	Знання – це сукупність систематизованої інформації та розуміння сенсу, закладеного у цю інформацію
К. Бііг [7]	Знання – це істини та переконання, уявлення та поняття, погляди та очікування, методології та вміння, які люди послідовно застосовують для інтерпретації інформації щодо окремої ситуації і для прийняття рішень про те, як до неї підходити)
І. Нонака, Х. Такеучи [8]	Знання – це обґрунтовані та підтверджені вірування або переконання, які збільшують здібність будь-якого суб'єкта до ефективних дій та залежать від прихованого бачення та ідеалів співробітників
М. Румізен [9]	Знання – це інформація у контексті, що спроможна привести до розуміння, яке спонукає до дії
Д. Белл [10]	Знання – це сукупність організованих висловлювань про факти чи ідеї, що представляють обґрунтоване судження або експериментальний результат, яка передається іншим за допомогою деякого засобу комунікації в деякій систематизованій формі
Б. Мільнер [11]	Знання – це усвідомлені і класифіковані факти, і данні, і розуміння, і теоретичні концепції, і принципи, і процедури отримання інформації, і приклади, і способи роз'яснення
Т.Х. Девенпорт, Л. Прусак [12]	Знання – це суміш досвіду, цінностей, розуміння та контекстуальної інформації
К. Фраппаоло, У. Томс [13]	Знання – це інформація, що знаходиться у свідомості людей та використовується для прийняття рішень у ситуації невизначеності
В.В. Єфімов [14]	Знання – це інформація, необхідна економічним агентам або менеджерам для здійснення раціонального вибору, економічний актив
І. Журавковська [15]	Знання – це уособлена інформація
В.В. Лабоцький [16]	Знання – це унікальний ресурс, який надає підприємствам конкурентні переваги
М.К. Марінічева [17]	Знання – це необхідна людям інформація, що використовується ними за певними правилами і згідно з певними процедурами з урахуванням ставлення (розуміння, схвалення, ігнорування, згода, заперечення і т. ін.) людей до цієї інформації
Т.Е. Степанова, Н.В. Манохіна [18]	Знання – це проблемно-орієнтована індивідуально сформована в свідомості суб'єкта, а також на різних матеріальних носіях система зредукованої інформації, здатна максимально об'єктивно оцінювати складні процеси, явища і результати, забезпечуючи даному суб'єктові оптимальну безпеку і душевний комфорт у даних соціально-економічних умовах
В.П. Дудяшова, Н.А. Кипень, О.В. Сізіх [19]	Знання – це закономірності об'єктивного світу та штучно створених систем, що носять інформаційний характер, є результатом синергії індивідуальних і групових знань, що виникає у процесі комунікації
К. Джоунс, Л. Леонард [20]	Знання – це сукупність наявних в організації знань, привнесених минулими та теперішніми співробітниками; ці знання привласнюються організацією у тому разі, якщо вони можуть бути кодифіковані та залишаються в організації навіть тоді, коли співробітники звільняються
Е.В. Попов, І.Б. Фоміних, Н.П. Харін, М.М. Віньков [21]	Знання – це результат переробки інформації, який несе певну ідею та забезпечений контекстом, що визначає галузь її ефективного застосування в даному місці в даний час
У.Є. Гузар [22]	Знання – це процес набуття та закріплення відомостей з певної галузі, їх відтворення у процесі трудової діяльності, який характеризується невідчуженістю, самозростанням та створенням нових продуктів
Ф. Дрецке [23]	Знання – це похідне від інформації (або підтримане нею) переконання

Джерело: складено автором

У діяльності закладу вищої освіти знання виступають дуже цінним ресурсом, однак для того, щоб знання стали дійсно одним зі стратегічних ресурсів закладу вищої освіти в умовах економіки знань та засобом досягнення сталого розвитку, необхідне їх органічне включення у спільну ресурсну систему

поряд із матеріальними, фінансовими, трудовими, інформаційними та іншими ресурсами.

Знаннями, як і будь-яким ресурсом, треба управляти для найбільш ефективного їх використання у діяльності закладу вищої освіти. Саме тому особливу увагу слід приділяти знанням як



Рис. 1. Ключові аспекти знань у межах діяльності закладу вищої освіти

об'єкту управління. Від того, наскільки вміло здійснюється управління знаннями закладу вищої освіти, залежать результати його діяльності. Саме тому знання з погляду менеджменту необхідно розглядати як об'єкт управління.

Запорукою успішної діяльності закладу вищої освіти є здатність підприємств до створення та впровадження освітніх інноваційних технологій та швидка реакція на зміни в ринковому та освітньому середовищі. П. Друкер визначив сім джерел інноваційної активності підприємств, серед яких виділив знання як найбільш важливе та складне в управлінні [4]. Дійсно, в основі будь-якої конкурентної переваги лежать знання працівників, які були використані в ході освітнього та організаційного процесу й утілені в конкретні управлінські рішення.

Сучасні заклади вищої освіти повинні приділяти значну увагу знанням як запоруки сталого розвитку та джерелу отримання конкурентних переваг серед інших навчальних закладів шляхом отримання достовірної та вчасної інформації про стан внутрішнього та зовнішнього середовища та відносин між ними. Тільки завдяки розумінню своїх власних можливостей та того, як вони співвідносяться з потребами споживачів освітніх послуг, заклад вищої освіти може розвинути свої конкурентні переваги та підвищити свою конкурентоспроможність в умовах жорсткої боротьби між навчальними закладами. Саме тому знання є основою організації освітньої та економічної діяльності закладу вищої освіти, при цьому необхідно постійно та безперервно досліджувати поточну діяльність, її зв'язок із зовнішнім оточенням.

Для забезпечення сталого розвитку в умовах, коли саме знання стають одним із головних об'єктів управління, вже недостатнім є використання старих методів управління, і саме тому виникає проблема в необхідності розроблення та застосування нових методів управління, які дадуть змогу перетворити знання на унікальний продукт та найбільш важливий ресурс сталого розвитку закладів вищої освіти.

Висновки з проведеного дослідження.

Проведений аналіз наявних підходів до визначення сутності поняття «знання» як економічної категорії показав, що це поняття досить розповсюджено в наукових дослідженнях, однак досить часто у цей термін вкладається різний зміст. Аналіз літературних джерел, присвячених дослідженню знань, показав, що в сучасній економічній науці не існує єдиного підходу до визначення поняття «знання» як економічної категорії. На основі проведеного дослідження сутності знань як економічної категорії було запропоноване таке визначення поняття «знання»: це результат комбінації даних, інформації, досвіду, цінностей, уявлень, переконань, який дає можливість на основі аналізу та оцінки генерувати новий досвід та інформацію, що дасть змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення, спрямовані на забезпечення сталого розвитку.

Розглядаючи знання у контексті сталого розвитку закладів вищої освіти, визначено його ключові аспекти, а саме знання – це: ресурс, що використовується у діяльності закладів вищої освіти поряд з іншими ресурсами (матеріальними, фінансовими, трудовими тощо); унікальний затребуваний продукт, який становить основу освітньої діяльності закладу вищої освіти; джерело отримання конкурентних переваг на ринку освітніх послуг; результат перетворення даних та інформації; основа організації та здійснення освітньої та економічної діяльності закладу вищої освіти.

Однак слід зауважити, що ефективне використання знань у діяльності закладів вищої освіти для забезпечення їхнього сталого розвитку потребує отримання своєчасної достовірної та вичерпної інформації про стан зовнішнього та внутрішнього середовища. Саме тому ефективне використання знань потребує створення системи інформаційно-комунікаційного забезпечення сталого розвитку закладів вищої освіти та розроблення методів ефективного управління нею.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Платон. Сочинения в четырех томах. Т. 1; под общ. ред. А.Ф. Лосева и В.Ф. Асмуса; пер. с древнегреч. СПб.: С.-Петербург. ун-т; Изд-во Олега Абышко, 2006. 632 с.
2. Філософський енциклопедичний словник / В.І. Шинкарук та ін.; НАНУ, Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди. Київ: Абрис, 2002. 742 с.
3. Webster's Online Dictionary / ICON Group International. URL: <http://www.webcitation.org>.
4. Drucker P.F. The new society of organisations. Harvard Business Review. 1992. September-October. P. 95–104.
5. Machlup F. The production and distribution of knowledge in the United States. Princeton: Princeton University Press, 1962. 416 p.
6. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: Ключ к успеху в новом тысячелетии; пер. с англ.; под. ред. Л.Н. Ковалик. СПб.: Питер, 2001. 288 с.
7. Wiig K.M. Knowledge management foundations: thinking about thinking. How people and organizations create, represent and use knowledge. Arlington: Schema Press, 1993. 471 p.
8. Nonaka I., Takeuchi H. The Knowledge – Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. N.Y., 1995. 284 p.
9. Румизен М.К. Управление знаниями. Москва: Астрель, 2004. 318 с.
10. Bell D. Coming of Post-Industrial Society. New York, 1973. 576 p.
11. Мильнер Б.З. Управление знаниями. Эволюция и революция в организации. Москва: ИНФРА-М, 2003. 178 с.
12. Davenport Th.H., Prusak L. Working Knowledge: How Organizations Manage What they Know. Harvard Business School Press. Boston, 2000. 240 p.
13. Frappaolo C., Toms W. Knowledge Management: From Terra Incognita to Terra Firma. The knowledge management yearbook 1999; J.W. Cortada, J.A. Woods (Eds.). Boston: Butterworth-Heinemann, 2000. P. 381–388.
14. Ефимов В.В. Управление знаниями: учеб. пособ. Ульяновск: УлГТУ, 2005. 111 с.
15. Жураковська І.С. Управління знаннями як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства в інформаційному суспільстві. Проблеми науки. 2007. № 7. С. 24–28.
16. Лабоцький В.В. Управление знаниями (технологии, методы и средства представления, извлечения и измерения знаний). Минск: Современ. шк., 2006. 392 с.
17. Мариничева М.К. Управление знаниями на 100%: Путеводитель для практиков. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. 320 с.
18. Степанова Т.Е., Манохина Н.В. Экономика, основанная на знаниях (теория и практика): учеб. пособ. Москва: Гардарики, 2008. 238 с.
19. Понятие и структура организационных знаний / В.П. Дудяшова, Н.А. Кипень, Е.В. Сизых. Вестник Костромского государственного технологического университета. 2010. № 24. С. 119–122.
20. Jones K., Leonard N.K. From tacit knowledge to organizational knowledge for successful KM. In Knowledge Management and Organizational Learning; W.R. King (ed.). Annals of Information Systems. 2009. № 4. P. 27–39.

21. Попов Э.В., Фоминых И.Б., Харин Н.П., Виньков М.М. Управление знаниями. Аналитический обзор. Вестник РФФИ. 2004. № 4. URL: http://www.rfbr.ru/rffi/ru/bulletin/o_13272#1.
22. Гузар У.Є. Економіка знань та її перспективи для України. Регіональна економіка. 2009. № 1. С. 27–35.
23. Dretske F. Knowledge and the Flow of Information. Chicago: Center for the Study of Language and Information, 1999. 273 p.

REFERENCES:

1. Platon (2006) Sochineniya v chetyrekh tomakh. T. 1 / Pod obshch. red. A. F. Loseva i V. F. Asmusa; Per. s drevnegrech. – SPb.: Izd-vo S.-Peterb. un-ta; «Izd-vo Olega Abyshko», 2006. – 632 s.
2. Shynkaruk V.I. ta in. (2002) Filosofskiy entsyklopedychniy slovnyk / NANU, In-t filosofii im. H.S. Skovorody. Kyiv: Abrys, 2002. – 742 s.
3. Webster's Online Dictionary [Електронний ресурс] / ICON Group International. – Режим доступу: <http://www.webcitation.org>.
4. Drucker P.F. (1992) The new society of organisations / P.F. Druker // Harvard Business Review. – 1992. – September-October – P. 95–104.
5. Machlup F. (1962) The production and distribution of knowledge in the United States / F. Machlup. – Princeton: Princeton University Press, 1962. – 416 p.
6. Bruking E. (2001) Intellectual'nyy kapital : Klyuch k uspekhu v novom tysyacheletii / E. Bruking ; Per. z angl.; pod. red. L.N. Kovalik. – SPb.: Piter, 2001. – 288 s.
7. Wiig K.M. (1993) Knowledge management foundations: thinking about thinking. How people and organizations create, represent and use knowledge / K.M. Wiig. – Arlington: Schema Press, 1993. – 471 p.
8. Nonaka I. (1995) The Knowledge – Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation / I. Nonaka, H. Takeuchi. N.Y., 1995. – 284 p.
9. Rumizen M.K. (2004) Upravlenie znaniyami / M.K. Rumizen. – Mostva: OOO «Izdatel'stvo Astrel'», 2004. – 318 s.
10. Bell D. (1973) Coming of Post-Industrial Society. – New York, 1973. – 576 p.
11. Mil'ner B.Z. (2003) Upravlenie znaniyami. Evolyutsiya i revolyutsiya v organizatsii / B.Z. Mil'ner. – Moskva : Izd-vo INFRA-M, 2003. – 178 s.
12. Davenport Th.H. (2000) Working Knowledge: How Organizations Manage What they Know / Thomas H. Davenport, Laurence Prusak / Harvard Business School Press – Boston, 2000. – 240 p.
13. Frappaolo C. (2000) Knowledge Management: From Terra Incognita to Terra Firma / C. Frappaolo, W. Toms // The knowledge management yearbook 1999 / J.W. Cortada, J.A. Woods (Eds.). – Boston: Butterworth-Heinemann, 2000. – P. 381–388.
14. Efimov V.V. (2005) Upravlenie znaniyami: uchebnoe posobie. – Ul'yanovsk: UlGTU, 2005. – 111 s.
15. Zhurakovska I.S. (2007) Upravlinnia znanniamy yak chynnyk pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva v informatsiinomu suspilstvi / Problemy nauky. – 2007. – № 7. – S. 24–28.

16. Labotskiy V.V. (2006) *Upravlenie znaniyami (tekhnologii, metody i sredstva predstavleniya, izvlecheniya i izmereniya znaniy)* / V.V. Labotskiy. – Minsk: Sovrem. shk., 2006. – 392 s.

17. Marinicheva M.K. (2008) *Upravlenie znaniyami na 100%: Putevoditel' dlya praktikov* / M.K. Marinicheva. – Moskva: Al'pina Biznes Buks, 2008. – 320 s.

18. *Ekonomika, osnovannaya na znaniyakh (teoriya i praktika): uchebnoe posobie* (2008) / T.E. Stepanova, N.V. Manokhina. – Moskva: Gardariki, 2008. – 238 s.

19. Dudyashova V.P. (2010) *Ponyatie i struktura organizatsionnykh znaniy* / V.P. Dudyashova, N.A. Kipen', E.V. Sizykh // *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta*. – 2010. – № 24. – S. 119–122.

20. Jones K. (2009) From tacit knowledge to organizational knowledge for successful KM / K. Jones, L.N.K. Leonard // *In Knowledge Management and Organizational Learning* / W.R. King (ed.) // *Annals of Information Systems* – 2009. – London, NY: Springer Science+Business Media, LLC, 2009. – № 4. – P. 27–39.

21. Popov E.V., Fominykh I.B., Kharin N.P., Vin'kov M.M. (2004) *Upravlenie znaniyami. Analiticheskiy obzor* // *Vestnik RFFI*, № 4, 2004 [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa : http://www.rfbr.ru/rffi/ru/bulletin/o_13272#1.

22. Huzar U.Ye. (2009) *Ekonomika znan ta yii perspektivy dlia Ukrainy* / U.Э. Huzar // *Rehionalna ekonomika*. – 2009. – № 1. – S. 27–35.

23. Dretske F. (1999) *Knowledge and the Flow of Information* / F. Dretske. – Chicago: Center for the Study of Language and Information, 1999. – 273 p.

Borovyk M.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management and Administration
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

KNOWLEDGE AS AN ECONOMIC CATEGORY AND ITS KEY ASPECTS IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

In today's conditions of economic and social development, the role of institutions of higher education in the formation of a modern economy is growing significantly, and knowledge becomes not only the result of higher education institutions but also the key to their sustainable development in the face of fierce competition in the market for educational services. That is why it is necessary to determine the essence of knowledge as an economic category and determine its key aspects in the context of sustainable development of higher education institutions. Within the framework of the research, the analysis of the definition of the concept of "knowledge" proposed by different authors was carried out and the absence of a unified approach to the definition of the concept of "knowledge" as an economic category was determined. The author's definition of the concept of "knowledge" is proposed, namely, knowledge is the result of a combination of data, information, experience, values, representations, beliefs, which makes it possible, on the basis of analysis and evaluation, to generate new experiences and information that will allow for the adoption of sound management decisions aimed at ensuring sustainable development. Knowledge is considered within the framework of activity of institutions of higher education. The key aspects of knowledge in the context of sustainable development of institutions of higher education are defined, namely, knowledge of this: a resource used in the activities of institutions of higher education, along with other resources (material, financial, labour, etc.); unique demand product, which forms the basis for educational activity of institution of higher education; source of competitive advantages in the market for educational services; the result of the transformation of data and information; the basis for the organization and implementation of educational and economic activities of the institution of higher education. The necessity of further research of knowledge and creation of the system of information and communication provision of sustainable development of institutions of higher education is substantiated.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ АВІАКОМПАНІЙ В ЕКОНОМІЦІ ЗНАНЬ

SPECIAL ASPECTS OF THE USE OF NONCURRENT ASSETS OF AIRLINES IN THE KNOWLEDGE-BASED ECONOMY

УДК 338.011:330.101

Гайдаржийська О.М.

к.е.н., доцент кафедри фінансів,
обліку і аудиту,
Національний авіаційний університет
Рибак О.М.
к.е.н., доцент кафедри фінансів,
обліку і аудиту,
Національний авіаційний університет
Петрусенко Л.О.
студент
Національний авіаційний університет

У статті розглянуто особливості використання необоротних активів авіакомпаній. Визначено динаміку ринку пасажирських перевезень в Україні. Окреслено основні питання розвитку авіації в умовах інформаційної економіки. Виділено проблему ефективного ведення авіабізнесу та його залежність від складу та структури необоротних активів суб'єкта господарювання. Запропоновано підходи до вдосконалення структури активів за рахунок трансформації системи розподілу витрат українськими авіаперевізниками.

Ключові слова: необоротні активи, необоротні активи авіакомпанії, економіка знань, інформаційне середовище, основні засоби авіакомпанії, нематеріальні активи авіакомпанії.

В статье рассмотрены особенности использования необоротных активов авиаккомпаний. Определена динамика рынка пассажирских перевозок в Украине. Поставлены основные вопросы развития авиации в условиях информационной экономики. Выделены проблемы эффективного ведения авиабизнеса и его зависимости от состава и струк-

туры необоротных активов предприятия. Предложены подходы к совершенствованию структуры активов за счет трансформации системы распределения расходов украинскими авиаперевозчиками.

Ключевые слова: необоротные активы, необоротные активы авиакомпаний, экономика знаний, информационная среда, основные средства авиакомпаний, нематериальные активы авиакомпаний.

The article deals with the peculiarities of using non-negotiable assets of airlines. Dynamics of the market of passenger transportation in Ukraine is determined. The main issues of aviation development within the conditions of information economy are outlined. The problem of effective operation of aircraft business and its dependence on the composition and structure of the economic entity's noncurrent assets are highlighted. Approaches to improving the asset profile due to the transformation of the cost-factoring system by Ukrainian air carriers are offered.

Key words: noncurrent assets, noncurrent assets of airline, knowledge-based economy, information environment, capital assets of airline, intangible assets of airline.

Постановка проблеми. Глобальна перебудова економіки та трансформація суспільства призвели до необхідності вирішення цілої низки завдань українським авіаційним бізнесом. Традиційні моделі та методи господарювання показують себе як неефективні, а стрімке зростання швидкості розповсюдження інформації виводить на перший план такі категорії, що раніше традиційно уважалися не суттєвими.

Очевидне зростання сфери послуг, викликане глобалізацією економіки та суспільства, прозорістю кордонів, прискоренням міграції людського, товарно-матеріального та іншого капіталу, дало значний поштовх для розвитку транспорту та авіації зокрема як найоптимальнішого засобу переміщення на значні відстані та в найкоротший проміжок часу. Однак достатньо тривала закритість ринку авіаційних перевезень України та жорстке регулювання цього виду послуг створили в державі олігополістичний ринок від адаптації якого до сучасних умов залежатиме життєздатність усієї галузі. З початком роботи на українському авіаційному ринку нових компаній очевидним стає необхідність пошуку нових моделей господарювання та просування послуг перевезення в інформаційному суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням особливостей господарювання у новій економіці, що еволюціонувала, займалися такі вчені, як К.В. Садченко [1] та М. Кастельс [2].

Аспекти когнітивного капіталізму та державної економіки знань розкривав В.К. Щербин [3].

Питаннями функціонування підприємств в економіці, заснованій на знаннях, займалися І.Й. Плікус [4], М. Семенова, М. Шиверських [5], А.Й. Косарев, М. Ющик [6] та ін. Роботу авіаційних підприємств у сучасних умовах досліджували Т.І. Олешко, І.О. Геєць [7], О.С. Борисенко [8] та ін. Однак питання ефективного використання активів авіакомпаніями в умовах розвитку економіки знань потребує додаткового доопрацювання.

Постановка завдання. Метою дослідження є розкриття особливостей використання активів авіакомпаній відповідно до нових умов та принципів господарювання в економіці знань.

Виклад основного матеріалу дослідження. Традиційне використання активів, властиве більшості українських авіакомпаній, у сучасних умовах глобалізації та інформатизації зовнішнього середовища та розвитку електронної комерції має все менший економічний ефект. При цьому господарювання без урахування особливостей економіки знань призводить у короткостроковому періоді до втрати частини запланованого економічного ефекту, у довгостроковому – до повної втрати можливості реалізації бізнес-процесів.

Яскравим прикладом тому можуть бути проблеми авіакомпаній Bravo Airways, SkyUp та YanAir, що почали висвітлюватися інформаційними джерелами влітку 2018 р. За постійно зрос-

таючого потоку пасажирів (рис. 1) зазначені гравці ринку не адаптували структуру власних активів до сучасних потреб, що особливо гостро стало відчутно внаслідок сезонності авіаційних перевезень. Відповідно до динаміки пасажирських перевезень 2013–2015 рр., пасажиропотік падав, однак із початку 2016 р. пасажирські перевезення ростуть, при цьому динаміка зростання перевищує попереднє падіння. Тільки за період січня-червня 2018 р. зростання перевищило 22% від кількості перевезених пасажирів 2017 р.

Авіатранспортна галузь передбачає наявність додаткових перевізних потужностей у період сезону відпусток та резервних бортів у разі надзвичайних ситуацій. Коли така необхідність ігнорується, авіакомпанія ризикує втратити репутацію та довіру клієнтів, що в умовах інформаційного середовища та економіки знань становить значну частину капіталу суб'єкта господарювання. Різноманітні рейтинги пунктуальності та надійності авіакомпаній є яскравим тому підтвердженням. За даними Міністерства інфраструктури, лідером із пунктуальності та надійності серед українських авіакомпаній у червні 2018 р. стала авіакомпанія «Мотор Січ», на другому місці – «Міжнародні авіалінії України» та «Роза вітрів» [9].

Розглянемо детальніше особливості господарювання лідерів серед українських авіаперевізників.

За даними фінансової звітності компаній «Міжнародні авіалінії України» та «Мотор Січ» станом на 01.01.2018 у структурі їх необоротних активів переважають основні засоби (табл. 1).

Частка основних засобів у загальній структурі необоротних активів становить відповідно 42% та 92%. Знос відповідно до первісної вартості за період 2016–2017 рр. становив у середньому від 30% до 40%. Частка нематеріальних активів у загальній структурі активів за 2017 р. для МАУ

становить 12,5 %. Для «Мотор Січ» така частка є не суттєвою – менше ніж 1%. На нашу думку, така ситуація є неприпустимою у сучасних умовах розвитку інформаційного простору та створення позитивного іміджу авіаційного перевізника. Під час реалізації послуги перевезення кількість замовлених квитків буде напряму залежати від ступеня довіри до авіакомпанії. На сучасному етапі розвитку інформаційних та маркетингових технологій саме ефективний розподіл витрат на збут та реалізацію послуг стає основною перевагою у конкурентній боротьбі.

При цьому, згідно з типовою структурою витрат, представленою на рис. 2, найбільше витрат вимагають закупівля палива та володіння парком літаків – 25% і 24% відповідно.

На оплату різних послуг аеропортів авіакомпанія у середньому витрачає 12% від усіх своїх витрат, а утримання льотнотехнічного комплексу, який обслуговує повітряні судна, обходиться їй у 10% від усіх витрат.

Витрати на продаж квитків, які включають платежі глобальних систем бронювання та комісійні агентам, становлять 9%, ще 9% компанія у середньому платить за аеронавігаційне обслуговування. Найменша частка витрат припадає на адміністративні та фінансові витрати (6%), а також на харчування та обслуговування (5%).

На думку авторів, саме така структура розподілу витрат є причиною того, що ефективність суб'єкта господарювання падає, оскільки їхні методи просування послуги на ринку сьогодні є застарілими. В умовах економіки знань авіакомпанія, по суті, реалізує не послугу перевезення, а інформацію про даний вид послуг. При цьому традиційна система господарювання трансформується, й вигоду перевізник отримує від надання інформаційних послуг. Економіка знань передбачає швидкість

та продуктивність віртуальних комунікацій, а прямі виробничі витрати повинні мати негативну динаміку. В умовах практично необмежених інформаційних та комунікаційних можливостей економіки знань у конкурентній боротьбі виграє той, хто швидше прийняв, обробив інформацію та надав послугу перевезення з найменшими основними та накладними витратами. При цьому авіаперевізник просто зобов'язаний дбати про стан та структуру нематеріальних активів, що відповідають за якість та швидкість роботи інформаційних каналів.

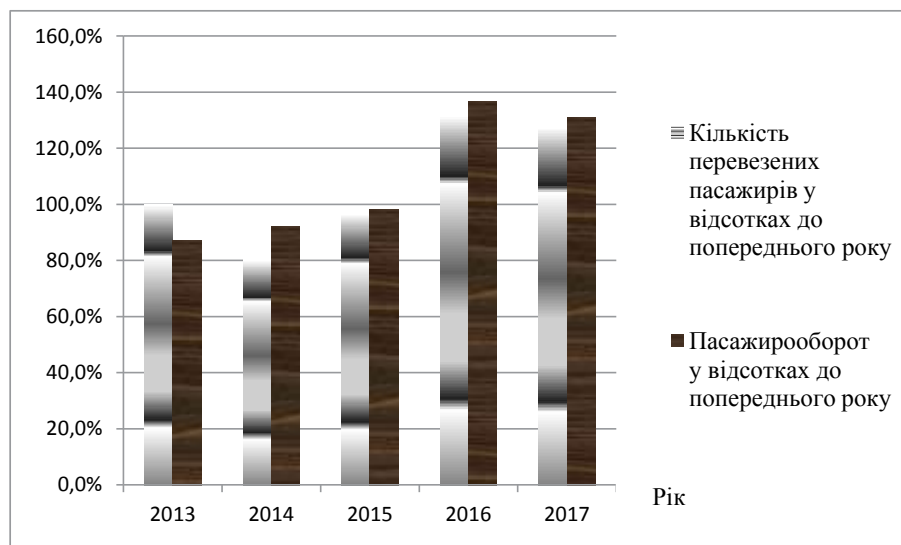


Рис. 1. Динаміка пасажирських перевезень у відсотках до попереднього року, 2013–2017 рр.

Таблиця 1

Структура необоротних активів авіакомпаній [10]

Назва статті балансу	МАУ				«Мотор Січ»			
	Станом на кінець звітного періоду, тис. грн.		Питома вага в загальній структурі активів, %		Станом на кінець звітного періоду, тис. грн.		Питома вага в загальній структурі активів, %	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Нематеріальні активи:	113616	219674	8,5	12,5	5366	3695	0,1	0,0
первісна вартість	140077	266241	10,4	15,1	7583	8688	0,1	0,1
накопичена амортизація	26461	46567	2,0	2,6	2217	4993	0,0	0,1
Незавершені капітальні інвестиції	0	297	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Основні засоби:	555211	745786	41,3	42,3	6444350	7033627	94,2	92,1
первісна вартість	922510	1114268	68,7	63,2	10314832	11414431	150,8	149,5
знос	367299	368482	27,3	20,9	3870482	4380804	56,6	57,4
Інвестиційна нерухомість:	0	0	0,0	0,0	26824	26744	0,4	0,4
первісна вартість	0	0	0,0	0,0	35061	36671	0,5	0,5
знос	0	0	0,0	0,0	8237	9927	0,1	0,1
Довгострокові фінансові інвестиції	207033	231422	15,4	13,1	36723	37479	0,5	0,5
Довгострокова дебіторська заборгованість	8793	0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Відстрочені податкові активи	11464	0	0,9	0,0	120717	115505	1,8	1,5
Гудвіл	0	0	0,0	0,0	0	0	0,0	0,0
Інші необоротні активи	447193	566169	33,3	32,1	205369	418867	3,0	5,5
Усього за розділом I	1343310	1763348	100,0	100,0	6839349	7635917	100,0	100,0

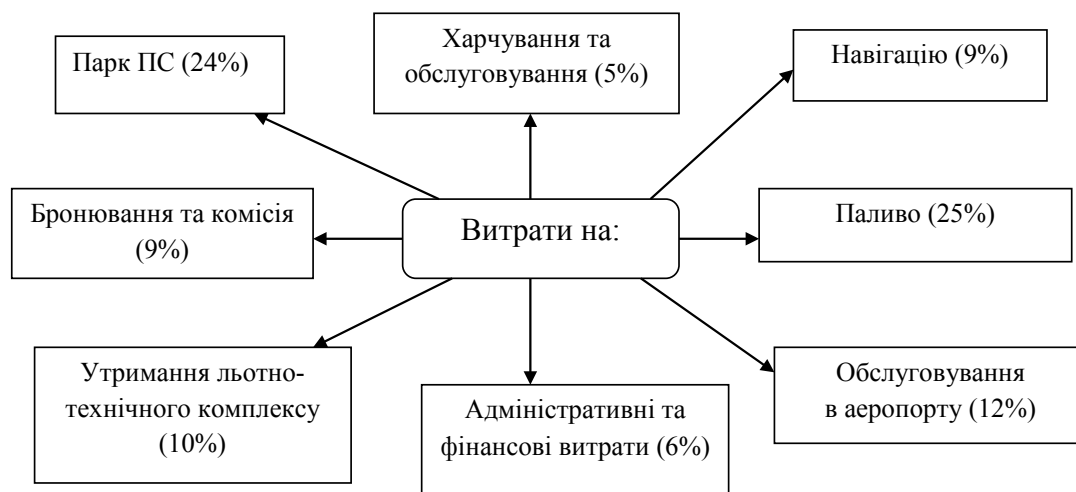


Рис. 2. Загальна структура витрат авіакомпанії на здійснення діяльності

В економіці знань основним способом продажу послуги стає електронна комерція, яка на пряму не залежить від масштабів маркетингових заходів. Ефективність продаж буде зумовлена кількістю придбаних квитків, при цьому основними критеріями вибору кінцевого споживача стають довіра та репутація авіаперевізника й вартість послуги переміщення. Оптимізація структури активів за рахунок перерозподілу витрат авіакомпанії може стати запорукою отримання значних стратегічних переваг.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах економіки знань, коли ефективність традицій-

них методів господарювання авіакомпаній падає, а їхні способи просування послуг перевезення на ринку застарівають, зростання швидкості розповсюдження інформації виводить на перший план такі категорії, що раніше традиційно вважалися несуттєвими. Питання особливостей господарювання у новій економіці, що еволюціонувала, не нове. Однак проблема ефективного використання активів авіакомпаніями в умовах розвитку економіки знань потребує додаткового доопрацювання.

Позитивна динаміка розвитку ринку українських авіаперевезень та його відносна відкри-

тість за конкуренції, що зростає, потребує від авіакомпаній застосування максимально ефективної структури необоротних активів. Їхній незадовільний стан потребує оптимізувати парк літаків, розглянути можливості технічного переоснащення двигунів, заміни планерів. Ліквідація проблем українських авіакомпаній пов'язана зі зменшенням кількості законсервованого обладнання, підвищенням якості аеронавігаційного обслуговування, мінімізацією викидів в атмосферу та шумів. Зазначені пропозиції потребують істотних інвестиційних вливань, джерелом яких можуть стати: накопичений прибуток, вивільнені кошти за рахунок реалізації законсервованого обладнання, акціонерний капітал, державні довгострокові цільові кредити та ін.

При цьому якщо компанія вибирає використання власних ресурсів, то вдосконалення наявної структури активів можна організувати за рахунок трансформації системи розподілу та оптимізації витрат. Залучення інновацій у необоротні активи дасть можливість переглянути традиційно значну частину витрат на паливо, парк повітряних суден та утримання льототехнічного комплексу, що в довгостроковому періоді дасть змогу вивільнити кошти на подолання «бар'єрів недовіри» до більшості українських авіаперевізників, налагодити персональні та неперсональні канали комунікацій із кінцевим споживачем послуги перевезення, підвищить ефективність контактів в інформаційному просторі за зменшення вартості персональних продажів. Створення позитивного іміджу авіакомпанії та його підтримка в довгостроковому періоді дадуть змогу стимулювати придбання послуг перевезення не тільки кінцевими споживачами, а й агентами. Інформаційна мережа дасть змогу максимально ефективно розповсюдити дані стосовно системи пільг, програми лояльності для клієнтів та ін. Це збільшить комерційне завантаження рейсів та підвищить ефективність роботи авіакомпаній.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Садченко К.В. Законы экономической эволюции. М.: Дело и сервис, 2007.
2. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. М.: У-Фактория, 2004. 328 с.
3. Щербин В.К. Когнитивный капитализм или государственная экономика знаний? (Социальные последствия цивилизационного выбора). Социология. 2010. № 1. С. 16–33.
4. Плікус І.Й. Економічний потенціал підприємств, що функціонують в економіці, заснований на знаннях. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/35805>.
5. Семенова М., Шиверских М. Каким видится будущее: место знаний в экономике будущего и наше место в экономике знаний. URL: http://www.buk.irk.ru/exp_seminar/4/doc2.pdf.

6. Trust forming in the case of implementation of economic interaction in the virtual space / A. Kosariev, E. Rybak, M. Juszczak. Information Processing Actual Research Problems in Eastern Europe. Lublin: University of Technology, 2013. P. 29–40.

7. Аналіз сучасного стану авіаційної галузі України / Т.І. Олешко, І.О. Геєць, Є.Л. Павлюк. Проблеми системного підходу в економіці. 2017. № 5(61). С. 80–83.

8. Борисенко О.С. Роль реклами в досягненні результативності авіаперевезень. Проблеми системного підходу в економіці. 2016. № 2(56). С. 117–120.

9. Мінінфраструктури опублікувало рейтинг пунктуальності українських авіакомпаній / Главком. URL: <https://glavcom.ua/economics/finances/mininfrastrukturi-opublikovalo-reyting-punktualnosti-ukrajinskih-aviakompaniy-512253.html/>.

10. Фінансова звітність авіакомпаній. URL: <http://www.smida.gov.ua/>.

REFERENCES:

1. Sadchenko K.V. Zakony ekonomicheskoi evolyutsii/ K.V. Sadchenko. – M.: Delo y servys, 2007.
2. Kastels M. Halaktyka Ynternet. Razmyshleniya ob Ynternete, byznese y obshchestve. – M.: U-Faktoriya, 2004. – 328 s.
3. Shcherbyn V. K. Kohnnytyvnyi kapytalyzm uly hosudarstvennaia ekonomika znanyi? (sotsyalnye posledstviya tsyvylyzatsyonnoho vybora) / V. K. Shcherbyn // Sotsyolohiya. – 2010. – № 1. – S. 16 – 33.
4. Plikus I.Y. Ekonomichniy potentsial pidpriemstv, shcho funktsionuiut v ekonomitsi, zasnovanii na znanniakh / Plikus I.Y. // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/35805>
5. Semenova M. Kakym vydytsia budushchee: mesto znanyi v ekonomike budushcheho y nashe mesto v ekonomike znanyi / M. Semenova, M. Shyverskykh [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.buk.irk.ru/exp_seminar/4/doc2.pdf
6. A. Kosariev, E. Rybak, M. Juszczak, Trust forming in the case of implementation of economic interaction in the virtual space / A Kosariev, Rybak E., Juszczak M. // Information Processing Actual Research Problems in Eastern Europe / Lublin 2013, Lublin University of Technology 2013, - 29 – 40.
7. T.I. Oleshko Analiz suchasnoho stanu aviatsiinoi haluzi Ukrainy // Oleshko T.I., Heiets I.O., Pavliuk Ye.L. // Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi. Vypusk № 5(61), 2017 – S. 80 – 83.
8. O.S. Borysenko Rol reklamy v dosiahnenni rezultatyvnosti aviaperevezen // Borysenko O.S. // Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi. Vypusk № 2(56), 2016 – S. 117 – 120.
9. Mininfrastruktury opublikovalo reitynh punktualnosti ukrainskykh aviakompanii / Hlavkom. Ekonomika ta finansy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://glavcom.ua/economics/finances/mininfrastrukturi-opublikovalo-reyting-punktualnosti-ukrajinskih-aviakompaniy-512253.html/>
10. Finansova zvitnist aviakompanii [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.smida.gov.ua/>.

Gaydarzhiyskaya O.M.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Finance and Audit
National Aviation University

Rybak O.M.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Finance and Audit
National Aviation University

Petrusenko L.O.

Student
National Aviation University

SPECIAL ASPECTS OF THE USE OF NONCURRENT ASSETS OF AIRLINES IN THE KNOWLEDGE-BASED ECONOMY

The global restructuring of the economy and the transformation of society have led to the necessity for solving a whole range of tasks by the Ukrainian aviation business. Traditional models and methods of economic management prove to be ineffective. An increase in the speed of information dissemination brings the categories that were traditionally considered non-essential to the foreground. The issue of peculiarities of economic management in the new economics that evolved is not new. However, the problem of efficient use of assets by airlines in the conditions of the knowledge-based economy development involves further improvement.

The positive dynamics of the Ukrainian air carriage market development and its relative openness under increasing competition requires airlines to use the most efficient structure of noncurrent assets. Their unsatisfactory condition requires optimizing the aircraft park, considering the possibility of technical improvement of engines, replacement of airframes. Eliminating the Ukrainian airlines' problems is relevant to declining the number of prepositioned assets, improving the quality of air navigation service, minimizing atmospheric emissions and noise. Aforementioned proposals require significant investment inflows, a source of which can become: accumulated profit, funds released through the sale of prepositioned assets, stock capital, government long-term targeted loans etc.

At the same time, if the company chooses to use its own resources, the improvement of the existing asset profile can be organized by transforming the system of distribution and cost optimization. Involving innovations into noncurrent assets will allow revising the traditionally significant part of the fuel cost, aircraft fleet and maintenance of the flight equipment. That, in the long run, will allow freeing up funding for overcoming the "barriers of distrust" to the majority of Ukrainian air carriers. It will allow establishing personal and non-personal channels of communication with the transportation services end user, will increase the effectiveness of contacts in the infosphere while reducing the cost of personal sales. Creating a positive image of the airline and its support over the long-term will allow stimulating the purchase of transportation services not only by end users but also by agents. The information network will allow distributing data regarding the incentives scheme, customer loyalty programs etc., as smoothly as possible. That will increase the revenue load on flights and will improve the operational efficiency of the airlines.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА 2012–2017 РОКИ

MACHINE-BUILDING DEVELOPMENT TRENDS IN ZAPORIZHZHIA REGION FOR 2012–2017

У статті розглянуто стан та тенденції розвитку ключової галузі економіки країни – машинобудування. Проаналізовано показники розвитку машинобудівного комплексу Запорізької області у взаємозв'язку з відповідними всеукраїнськими параметрами. Визначено обсяги реалізації продукції та фінансові результати діяльності підприємств машинобудівного комплексу. Виділено стадії розвитку галузі регіону в 2012–2017 рр. Запропоновано вирішення проблем галузі машинобудування.

Ключові слова: галузь машинобудування, індекс промислової продукції, розвиток, криза, обсяг реалізованої продукції.

В статье рассмотрены состояние и тенденции развития ключевой отрасли экономики страны – машиностроения. Проанализированы показатели развития машиностроительного комплекса Запорожской области во взаимосвязи с соответствующими всеукраинскими параметрами. Определены объемы реализации продукции и финансовые резуль-

таты деятельности предприятий машиностроительного комплекса. Выделены стадии развития отрасли региона в 2012–2017 гг. Предложены решения проблем отрасли машиностроения.

Ключевые слова: отрасль машиностроения, индекс промышленной продукции, развитие, кризис, объем реализованной продукции.

The article considers the state and trends of development of the key branch of the country's economy – mechanical engineering. The indicators of development of the machine-building complex of the Zaporizhzhia region in the interrelation with the corresponding all-Ukrainian parameters are analysed. Exports of sales volumes and financial results of the enterprises of the machine-building complex are determined. The stages of development of the branch of the region in 2012–2017 are emphasized. The problems of the mechanical engineering industry are proposed.

Key words: branch of mechanical engineering, index of industrial production, development, crisis, volume of sold products.

УДК 658:338.363

Жарик Є.А.

аспірант кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Запорізький національний університет

Постановка проблеми. Циклічний розвиток економіки України, мінливість ринкової кон'юнктури зумовлюють необхідність постійного вивчення стану галузі машинобудування, проведення моніторингу розвитку підприємств галузі та визначення перспектив їхнього розвитку. Наведені положення зумовлюють актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку галузі машинобудування приділено увагу в роботах вітчизняних учених: О.І. Амоші, В.П. Антонюка, Ю.М. Барташевської, Т. Кузь, Т.В. Пуліної. Проте багато проблем, зумовлених динамічними змінами в машинобудівній галузі України, потребують постійного моніторингу та аналізу для пошуку шляхів подолання наявних проблем і забезпечення її розвитку.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження сучасного стану машинобудівних підприємств Запорізького регіону, виявлення тенденцій їхнього розвитку та пошуку напрямів подолання проблем машинобудівної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Машинобудівна промисловість є важливим рушійним явищем, що належить до провідних галузей економіки країн та виявляється у ступені оцінки країни в інноваційних процесах. Галузь машинобудування є основою для розвитку науково-технічного прогресу, економічного та соціального росту суспільства. У структурі промисловості України важливу роль відіграють галузі важкої індустрії,

однією з них є галузь машинобудування. Саме галузі важкої промисловості формують понад 80% прибутку України, з яких 12–14% припадає на галузь машинобудування. Машинобудівний комплекс України є однією з базових галузей вітчизняної економіки України. До його складу належать 20 галузей, 58 підгалузей, у яких працює 11 267 підприємств (146 великих, 1 834 середніх, 9 287 малих), на яких зайнято близько 1,5 млн. працівників [1]. Згідно з КВЕД 2010 р., до галузі машинобудування належать чотири підвиди діяльності: виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції; виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань; виробництво електричного устаткування та виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів. Одним з основних аспектів сталого розвитку галузі є стан розвитку економіки, що виражається у таких показниках, як експорт, імпорт продукції, рівень рентабельності машинобудівних підприємств, а також обсяг прямих іноземних інвестицій [2].

В Україні через низку зовнішніх та внутрішніх чинників спостерігається негативна тенденція розвитку машинобудівної галузі.

Як видно з рис. 1, протягом усього проаналізованого періоду частка машинобудівної продукції була в діапазоні 6,4–10,3%. Найбільше значення (10,3%) спостерігалось у 2012 р., хоча й воно є неприпустимо малим. Так, у 2007–2008 рр. значення було 14%, відбувалося зростання еконо-

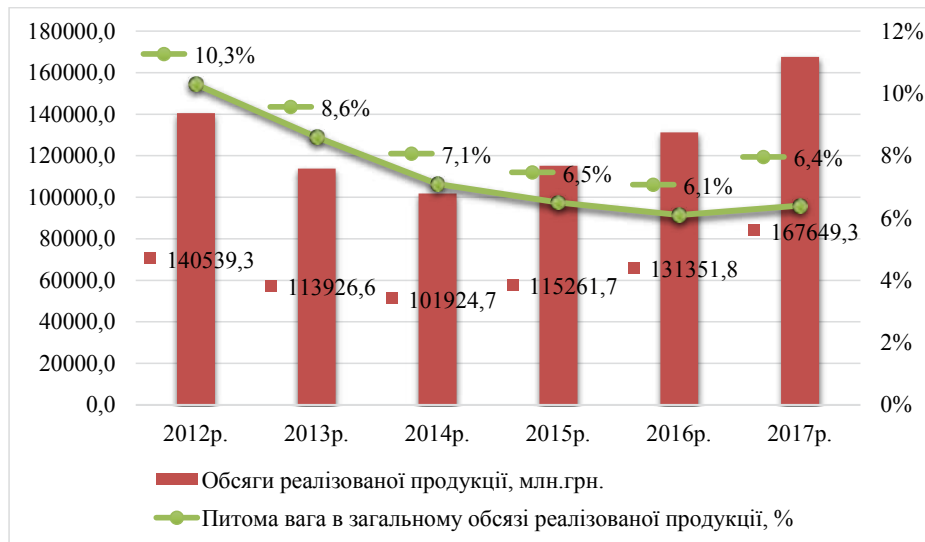


Рис. 1. Динаміка реалізації продукції машинобудування в Україні за 2012–2017 рр. [3]

мічної кон'юнктури. Після зростання у 2008 р. країну настигла фінансово-економічна криза, що відобразилася на обсягах реалізованої продукції, показники яких значно знизилися. У другому півріччі 2008 р. починають зростати ціни на сировину, деталі, комплектуючі, що призводить до збільшення ціни кінцевої продукції. У період 2010–2011 рр., коли показники були 9,3% та 10,1%, поступово відбувалося нарощування обсягів реалізації продукції та відновлення виробничих потужностей. Високий показник тримався до 2012 р., починаючи з 2013 р. значення почали різко падати, причиною цього стало загострення політичної ситуації в країні. Військові дії породили нові проблеми в галузі, що, безумовно, відобразилося на занепаді промислових підприємств та відтоку кваліфікованих кадрів.

Вагомою перешкодою зростання обсягів виробництва в машинобудуванні стає невідповідність українських експортерів світовим науково-технологічним та технічним показникам.

Одним із лідерів виробництва машинобудівної продукції є Запорізька область, промисловий комплекс якої становить понад 12,5% валової доданої вартості [4]. Машинобудівний комплекс області представлений такими ключовими виробниками, як: ПАТ «Мотор Січ», ПП «Запорізький завод сільськогосподарських машин «Перше травня», ПАТ «Запорізький завод високовольтної апаратури», КП «НВК «Іскра», ПрАТ «Запорізький автомобілебудівний завод», ПрАТ «Івеко Мотор Січ», ПрАТ «Запоріжтрансформатор», ПАТ «Запорізький механічний завод», ПАТ «Запорізький кабельний завод».

Запорізький машинобудівний комплекс здійснює вагомий внесок у національну економіку держави, що підтверджується відповідними статистичними даними (рис. 2). У 2017 р. порівняно з 2016 р. обсяги виробництва машинобудівних

підприємств Запорізької області збільшилися на 6,9%. У 2017 р. виробництво апаратури електричної для комутації або захисту електричних схем на напругу більше 1 000 В збільшилося на 27,7%, зменшилося виробництво елементів баластних для ламп і трубок газорозрядних, перетворювачів статичних, котушок індуктивності інших на 37,3%, трансформаторів – на 3,5% порівняно з 2016 р.

У 2017 р. машинобудівними підприємствами м. Запоріжжя було виготовлено 70,5% апаратури електричної для комутації або захисту електричних схем на напругу більше 1 000 В, виробленої в Україні. Обсяг реалізованої продукції машинобудування у 2017 р. у Запорізькій області становив 25 285,4 млн. грн., у м. Запоріжжя – 21 554,5 млн. грн. (85,2% обласного показника та на 46,8% більше, ніж у 2016 р.) [5].

Варто підкреслити, що в період загострення агресії з боку Росії обсяги виробництва значно скоротилися (табл. 1) – на 7,6% у Запорізькій області та на 7% в Україні.

Аналіз даних табл. 1 свідчить про те, що період воєнних загострень в Україні значно вплинув на значення індексів. Так, у 2014 р. спостерігається спад, починаючи з 2015 р. ситуація починає стабілізуватися, та поступово галузь демонструє тенденції до зростання, при цьому машинобудування мало найбільший темп зростання у 2017 р. – 107,9% в Україні та 107,6% у Запорізькій області.

Аналіз індексів промислової продукції машинобудування у розрізі окремих галузей за період 2012–2017 рр. (табл. 2) свідчить, що найбільш перспективним є виробництво електричного устаткування, яке в 2014 р. зросло на 9%, тоді як в інших підгалузях відбувається скорочення темпів виробництва.

Аналіз даних табл. 2 дає змогу зробити висновок про скорочення темпів виробництва в інших

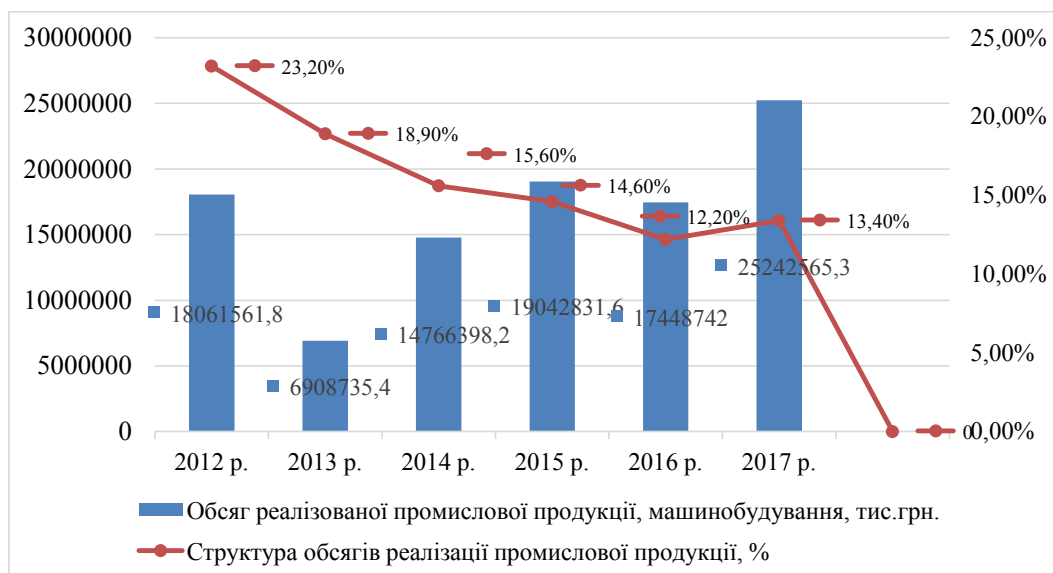


Рис. 2. Обсяги реалізованої продукції машинобудування у Запорізькій області за 2012–2017 рр. [4]

підгалузях, а з 2016 р. простежуються тенденції до зростання. Так, у 2017 р. найбільший індекс (115,5%) мало виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів.

Варто сказати, що спроби сталого розвитку вітчизняного машинобудування простежуються ще з початку 2000-х років, але економічні кризи 2008 та 2014 рр. суттєво похитнула позиції вітчизняних виробників, залишивши їх із колосальними збитками. Деякі масштабні підприємства змушені були зупинити випуск ліквідної продукції.

Основою потенціалу Запорізького регіону є металургія, енергетика, а також машинобудівний комплекс. Продукція одного з лідерів вітчизняного машинобудування Запорізької області – ПрАТ «Запоріжтрансформатор» – відома на весь

світ. Підприємство довело бездоганну репутацію бренду, а також конкурентоспроможність і якість продукції національного виробника не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринку. Підприємство в 2018 р. отримало почесне звання члену CIGRE – Міжнародної ради щодо великих електричних систем високої напруги. ПрАТ «Запоріжтрансформатор» активно співпрацює з ближнім та далеким зарубіжжям. У 2017 р. компанія постачала свою продукцію до Малайзії, Грузії, Латинської Америки, Саудівської Аравії. Обсяг виробництва та реалізації продукції ПрАТ «ЗТЗ» у 2017 р. становив 2 311 461,62 тис. грн., з яких частка експорту становить 30%. Чистий прибуток у 2017 р. становив 523 096 тис. грн., порівняно з 2016 р. спостерігається тенденція до зменшення.

Таблиця 1

Індекси промислової продукції за видами діяльності в 2013–2017 рр., % до попереднього року

Територія	Галузь промисловості	2013	2014	2015	2016	2017
Запорізька область	Машинобудування, крім ремонту і монтажу машин і устаткування	98,8	91,2	93,4	98,9	107,6
Україна	Машинобудування, крім ремонту та монтажу машин і устаткування	86,4	79,4	85,9	102,0	107,9

Таблиця 2

Індекси промислової продукції машинобудування за галузями, 2012–2017 рр. до попереднього року

Галузь/підгалузь	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Машинобудування	96,7	86,4	79,4	85,9	102,0	107,9
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	90,5	86	77,9	71,3	124,2	109,2
Виробництво електричного устаткування	87,7	91,1	100,9	89,8	100,9	97,5
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	97,3	93,5	88,7	87,5	102,3	106,6
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	100,5	79,8	64,3	85,0	98,4	115,5

Одним із флагманів Запорізького машинобудівного комплексу є ПАТ «Мотор Січ». Протягом 2014–2015 рр. на АТ «Мотор Січ» простежувалася тенденція зростання доходів від реалізації продукції завдяки значному обсягу експорту своєї продукції, але з 2016 р. дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зменшився на 24,7%, у цей же час витрати на реалізовану продукцію зменшилися на 14,7%. Виробничо-господарська діяльність підприємства в 2016 р. відбувалася у дуже складних економічних та політичних умовах, в умовах подальшого падіння курсу національної валюти. У 2016 р. індекс цін промислової продукції в Україні становив 135,7%, ціни на електроенергію порівняно з 2015 р. зросли на 21,0% [9].

За результатами 2016 р. підприємство отримало чистий прибуток на 36,4% менше порівняно з прибутком за 2015 р. У цілому в 2015–2017 рр. на АТ «Мотор Січ» мала місце тенденція падіння доходів від реалізації товарів, робіт, послуг. Якщо розглядати кожний рік окремо, то в 2015 р. порівняно з 2014 р. отримано зростання доходів від реалізації на 41,5%, у 2016 р. порівняно з 2015 р. – падіння на 24,7%, у 2017 р. порівняно з 2016 р. – падіння на 43,8%. За три роки дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зменшився на 53,1%. Водночас питома вага виробничої собівартості реалізованої продукції у доході неухильно зростала з 35,8% у 2015 р. до 44,4% у 2017 р. Виробничо-господарська діяльність підприємства у 2017 р. відбувалася у складних економічних та політичних умовах, в умовах подальшого падіння курсу національної валюти. У 2017 р. зросли ціни на матеріали, комплектуючі вироби (індекс цін виробників промислової продукції в Україні за 2017 р. становив 116,5%), енергоносії (ціни на природний газ порівняно з 2016 р. зросли на 15,7%).

За результатами роботи промислових підприємств міста Запоріжжя у 2016 р. машинобудівна галузь становила 22% загального виробництва по місту. За даними Головного управління статистики у Запорізькій області, обсяг реалізованої продукції промислових підприємств у 2016 р. становив 3 205,7 млн. грн., або 117,4% 2015 р. [6].

Як свідчать дані Головного управління статистики в Запорізькій області, індекс промислової продукції машинобудівної галузі в кінці 2015 р. становив 93,4%, а вже в кінці 2016 р. індекс зріс до 98,7% та показав стрімку динаміку до зростання. Обсяг реалізованої продукції в 2016 р. в галузі машинобудування становив 17 450 181,7 грн., у відсотковому співвідношенні це 12,2% до всієї реалізованої продукції [7].

Згідно зі звітом Головної служби статистики в Запорізькій області, індекс промислової продукції

машинобудівної галузі становив 106,1%, що на 7,4% більше, ніж у 2016 р., а обсяг реалізації продукції – 17 897 951,4 грн., або 11,8% до всієї реалізованої продукції [7].

У 2017 р. спостерігається та ж сама ситуація: за обсягами виробництва перше місце займає апаратура електрична для комутації або захисту електричних схем на напругу більше 1 000 В, друге – провідники електричні інші на напругу не більше 1 000 В. Автомобільної продукції не вироблено, що вказує на проблеми у підприємств, що спеціалізуються на цьому.

Оцінивши сучасний стан машинобудівної галузі Запорізької області на підставі здійсненого аналізу тенденцій розвитку машинобудування в часовому періоді з 2012 по 2017 р., можна зазначити, що для активізації розвитку регіонального комплексу в період політичної та економічної нестабільності необхідно здійснити такі заходи:

- розвивати машинобудівний комплекс шляхом використання новітніх технологій та впровадження інноваційних проектів, що дадуть змогу проектувати нову техніку для виробництва високоякісної, конкурентоздатної продукції;
- перебудувавши галузь, можна створити національні та міжнародні промислові групи, що концентруватимуть фінансові ресурси, займатимуться проведенням єдиної промислової політики, як результат – зростання продуктивності праці та зменшення собівартості продукції;
- налагодити зв'язки з іноземними партнерами, створити спільні підприємства, що будуть працювати на основі сучасних ресурсозберігаючих технологій із використанням зарубіжного досвіду;
- створити базу державної підтримки вітчизняного товаровиробника на основі нормативно-правової бази, що забезпечить регулювання фінансового та матеріально-технічного забезпечення галузі;
- забезпечити екологічність, надійність та довговічність продукції;
- стимулювати притоки інвестицій у галузь шляхом налагодження взаємозв'язків із потенційними інвесторами.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження сучасного стану машинобудівної галузі Запорізької області дає змогу зробити висновок про те, що для визначення тенденцій розвитку галузі необхідно проаналізувати чинники прямого впливу на формування машинобудівного потенціалу. Актуальним є налагодження зв'язків з Європою, з якою наша держава, зокрема Запорізька область, активно співпрацює. На основі партнерства та виокремлення спільних і відмінних рис доцільно проводити порівняння і на основі цього сформувати спільний організаційно-економічний механізм взаємодії між підприємствами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Касьянова Н.В. Моделивання системи розвитку машинобудівного підприємства: монографія. Д.: ДонУЕП, 2010. 255 с.
2. КВЕД-2010. Класифікація видів економічної діяльності. URL: <http://dovidnyk.in.ua/directories/2010kved>.
3. Офіційний сайт Держкомстату. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Основні тенденції економічного розвитку Запорізької області за 2017 рік. URL: <http://www.zoda.gov.ua/news/39191/osnovni-tendentsiji-ekonomichnogo-rozvitku-zaporizkoji-oblasti-2017-roku.html>.
5. Офіційний сайт Головного управління статистики в Запорізькій області. URL: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua>.
6. Головне управління статистики у Запорізькій області. Обсяг реалізованої промислової продукції промислових підприємств за 2016 рік. URL: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua>.
7. Головне управління статистики у Запорізькій області. Виробництво найважливіших видів промислової продукції галузі машинобудування в Запорізькій області на кінець 2016 року. URL: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua>.
8. Офіційний сайт Головного управління статистики в Запорізькій області. Індекси промислової продукції машинобудівної галузі в 2016 році. URL: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua>.
9. Річна інформація емітента цінних паперів за 2016 рік ПАТ «Мотор Січ». URL: <http://www.motorsich.com/files/945-otchet%20emitenta%202016.pdf>.

REFERENCES:

1. Kasianova N.V. Modeliuvannia systemy rozvytku mashynobudivnoho pidpriemstva: [monohrafiia] / N.V. Kasianova. – DonUEP, 2010. – 255 s.
2. KVED-2010. Klasyfikatsiia vydiv ekonomichnoi diialnosti. [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <http://dovidnyk.in.ua/directories/2010kved>.
3. Ofitsiyni sait Derzhkomstatu [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Osnovni tendentsii ekonomichnogo rozvytku Zaporizkoi oblasti za 2017 rik [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.zoda.gov.ua/news/39191/osnovni-tendentsiji-ekonomichnogo-rozvitku-zaporizkoji-oblasti-2017-roku.html>.
5. Ofitsiyni sait Holovnoho upravlinnia statystyky v Zaporizkii oblasti [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua>.
6. Holovne upravlinnia statystyky u Zaporizkii oblasti. Obsiah realizovanoi promyslovoi produktsii promyslovykh pidpriemstv za 2016 rik [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua>.
7. Holovne upravlinnia statystyky u Zaporizkii oblasti. Vyrobnystvo naivazhlyvishykh vydiv promyslovoi produktsii haluzi mashynobuduvannia v Zaporizkii oblasti na kinets 2016 roku [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua>.
8. Ofitsiyni sait Holovnoho upravlinnia statystyky v Zaporizkii oblasti. Indeksy promyslovoi produktsii mashynobudivnoi haluzi v 2016 rotsi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua>.
9. Richna informatsiia emitenta tsinnykh paperiv za 2016 rik PAT «Motor Sich» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.motorsich.com/files/945-otchet%20emitenta%202016.pdf>.

Zharyk Y.A.Postgraduate Student at Department of Finance,
Banking and Insurance
Zaporizhzhia National University**MACHINE-BUILDING DEVELOPMENT TRENDS IN ZAPORIZHZHIA REGION FOR 2012–2017**

In this article, problems and perspectives of the development of the machine-building industry of Ukraine are considered. In the structure of Ukraine's industry, the heavy industry is playing an important role, one element of which is the machine-building industry. It is the heavy industry that accounts for over 80% of Ukraine's profits, of which 12-14% are in the mechanical engineering sector. The machine-building complex of Ukraine is one of the basic branches of the national economy of Ukraine.

The authors conducted an analysis of the causes and consequences that led to a reduction in the volume of production of machine building. A systematic analysis of the dynamics of production volumes over the last five years has witnessed trends in production cuts. The product positions of the machine-building enterprises of Zaporizhzhia region are analysed.

A significant obstacle to the growth of production in mechanical engineering is the discrepancy of Ukrainian exporters with world scientific, technological, and technical indicators.

The authors state that in order to intensify the development of regional mechanical engineering, complex implementation of innovations and resource-saving technologies is necessary; to implement the policy of state policy state support for the domestic machine-building industry.

To achieve this goal, the following tasks were solved: the general trends in the development of domestic engineering, as well as Zaporizhzhia oblast, were analysed; the volume of sold production of machinery in Zaporizhzhia oblast for 2012–2017 was characterized; a detailed analysis of the performance of the leaders of mechanical engineering in Zaporizhzhia: Motor Sich JSC and Zaporizhtransformator PJSC; general obstacles to the effective operation of machine-building enterprises have been identified and a number of measures have been proposed to overcome them.

The scientific significance of the work is to systematize data on the comparison of trends in the development of machine-building enterprises at the national and regional levels.

Domestic machine-building enterprises to reach new market segments require a well-grounded strategy development with prospects for obtaining competitive advantages. The concentration of domestic machine-building enterprises will allow Ukraine to increase the volume of foreign exchange earnings and improve the socio-economic situation in the country.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

The article reviewed material on theoretical concepts and definitions of the term «economic security of enterprise hotel and restaurant business» based on use methods of system approach. Proposed the author's definition of the term «economic safety enterprise hotel and restaurant business» based on an analysis of literary sources. The research allowed single out external and internal threats to economic security of enterprises hotel and restaurant business, based on technical, economic, financial, personnel, information components using marketing methods of research. The defined main directions of improvement of quality and organizational-economic provision of the functioning of hotel and restaurant complexes using the methods of analysis and synthesis, comparison, SWOT-analysis.

Key words: hotel and restaurant business, economic security, economic policy, enterprise, sustainability of finance.

основні напрями підвищення якості та організаційно-економічного забезпечення функціонування готельно-ресторанних комплексів із використанням методів аналізу і синтезу, порівняння, SWOT-аналізу.

Ключові слова: готельний та ресторанный бізнес, економічна безпека, економічна політика, підприємництво, фінансова стабільність.

В статье на основе методов использования системного подхода рассмотрен теоретический материал, касающийся концепций и определений термина «экономическая безопасность предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса». На основе анализа литературных источников предложено определение термина «безопасность предприятия гостинично-ресторанного бизнеса». Исследование позволило выделить внешние и внутренние угрозы экономической безопасности предприятия гостинично-ресторанного бизнеса на основе технических, экономических, финансовых, кадровых, информационных компонентов с использованием маркетинговых методов исследования. Определены основные направления повышения качества и организационно-экономического обеспечения функционирования гостинично-ресторанных комплексов с использованием методов анализа и синтеза, сравнения, SWOT-анализа.

Ключевые слова: гостиничный и ресторанный бизнес, экономическая безопасность, экономическая политика, предпринимательство, финансовая стабильность.

UDC 338.48

Kozhukhivska R.B.

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Tourism,
Hotel and Restaurant Affairs

Uman National University of Horticulture
Tranchenko L.V.

Doctor of Economics Sciences, Professor,
Professor of the Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Affairs
Uman National University of Horticulture

У статті на основі методів використання системного підходу розглянуто теоретичний матеріал щодо концепцій та визначень терміну «економічна безпека підприємств готельного і ресторанного бізнесу». На основі аналізу літературних джерел запропоновано визначення терміну «безпека підприємства готельно-ресторанного бізнесу». Дослідження дало змогу виділити зовнішні і внутрішні загрози економічній безпеці підприємств готельно-ресторанного бізнесу на основі технічних, економічних, фінансових, кадрових, інформаційних компонентів із використанням маркетингових методів дослідження. Визначено

Problem setting. Issues of economic security for enterprises becoming especially topical under the present conditions in connection with unstable political and economic the situation in Ukraine in particular in the hotel and restaurant industry. Therefore, research subjects of principles of formation and the system of economic security and their introduction to the work of enterprises hotel and restaurant business, shall take extraordinary actualization.

Review of recent publications. An important contribution to the study of theoretical and practical aspects of ensuring economic security of enterprises is reflected in the writings of of national and foreign scientists: T. Ambler [4], J. Clegg [5], I. Shevchenko [2], L. Shumaieva [3], J. Swarbrooke [6], W. Theobald [7], A. Westing [8] and others. However, problems of organization of economic security for enterprises hotel and restaurant business are remained scarcely explored.

Unresolved issues. The study of the hotel and restaurant business is an important aspect of tourism development through the prism of economic security, because hotel and restaurant business affects

the economy, the environment as a sphere of human activity. However, in the present conditions, security development of hotel and restaurant business is not ensured as a complex system of methodological approaches concerning the development of tourism as a basis hotel and restaurant business. Theoretical and practical aspects of research of the economic security regarding of hotel and restaurant business spheres are still not disclosed in the methodical literature.

The aim of the article is the research of the specifics formations of economic security for enterprises hotel and restaurant business in Ukraine.

Results and discussion. Security in the hotel and restaurant business is a combination of «factors which characterize the social, economic, legal and other condition ensuring the rights and legal interests of citizens, juridical persons and of the state in the tourism industry» [1, p. 34]. Considering the specified, economic security of enterprise is serving of hotel and restaurant business part of overall security in hotel and restaurant business. The system of economic security of business entity is characterized by

its ability to implement the goals and key business strategies under certain external conditions by protecting against existing and potential threats of the environment [4, p. 89]. The system economic security of enterprise is a complex organizational, managerial, technical, preventive and other measures which aimed at implementation of the protection of the interests of the company from internal and external threats [2, p. 179]. The object of economic security of hotel and restaurant enterprise is determines the content of security a purpose and means of its ensuring and directly influences the formation of systems and mechanisms to it's ensure [3, p. 16]. Features of activity of hotel and restaurant enterprises is determines the principles and functional safety components and functional components of security and affect the choice of economic security.

The economic security of hotel and restaurant enterprise must contain a clear list of interconnected elements that ensure the safety of enterprise at achievement of by its main objectives business activities. Economic security of hotel and restaurant enterprise – is a state corporate resources and business opportunities, at which is guaranteed the most effective their application for a stable functioning and

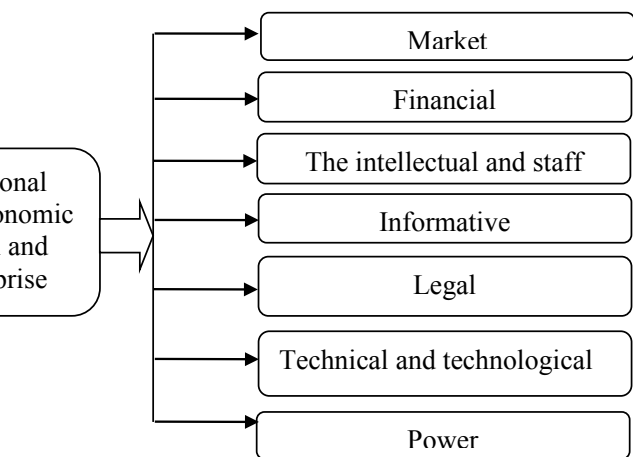


Fig. 1. The structure of components economic security of enterprise

Source: systematized by the author based [2; 3; 4]

dynamic development, prevention of internal and external negative influences, in our opinion.

Thus, the structure of economic security of hotel and restaurant enterprise will have environmental, financial, investment, social, innovative components and functional ingredients, as shown in Fig. 1.

In our opinion, economic security of hotel and restaurant enterprises is expressed the following components: hotel and restaurant business, technical and economic; financial, personnel; informative (fig. 2).

Ensuring economic security of hotel and restaurant enterprise provides selection, analysis and assessment of existing threats from each of the functional

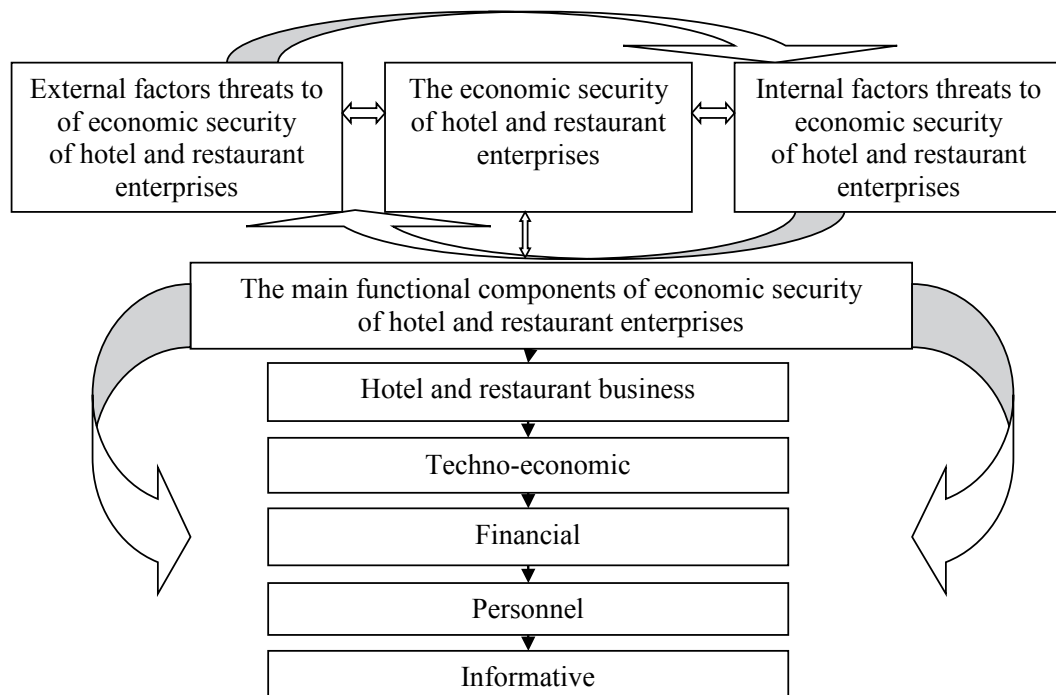


Fig. 2. System of economic security of hotel and restaurant business enterprises

Source: systematized and supplemented by the author based on the data [5; 6]

components and developing on their basis of counteracting measures, what are prevents the beginning of negative phenomena in enterprise activity. The system of assessment and analysis of economic security encompasses the totality of consecutive interconnected among themselves blocks, stages, of systematized and adapted to these tasks of techniques methods, models, that allow to detect, evaluate and reduce the action of economic risks to the acceptable level with minimal expenses of corporate resources. Functioning business from the perspective of action of external factors constantly threatened by deterioration of results of activity, because it is always possible violation of necessary regional, branch and inter-branch flows. Such violations occur through the action of various business partners – suppliers, customers, investors and others. To risk factors should be attributed only it possible changes in input and output flow, it is impossible to predict in advance and clearly. Success and failure in business should be seen as the interaction of a number of factors, because risk is an objective basis due to the uncertainty of the external environment and subjective through the decision-making of concrete person. Some of them are external to the economic entity, and others – internal [8].

The parameters that characterize the external to the of enterprise environment, are external factors. The correct solution to the problem of ensures the security of subjects of economic activities is directly dependent on understanding by all officials involved in this activity of basic categorical apparatus, used in its implementation and, primarily, clarification of content such categories as «danger» «security», «risk» and etc. So, security means the absence of currently of causing a real threat to any activity, values or those of a particular harm occurrence of which previously feared. To ensure the security it is important to be able to properly assess the situation that has developed and establish the presence or absence of danger.

We offer structure components of the economic security hotel and restaurant enterprises, based on the analysis of literary sources [7; 8]. This structure must be considered for the following algorithm: study of specific of business enterprise, its segment of the hotel and restaurant market; analysis of internal and external threats of economic security hotel and restaurant enterprises, research information about potential crisis situations, their causes and ways of settlement; audit of available funds to ensure the security and accordance analysis of detected threats; development of aims and strategies of economic security of hotel and restaurant enterprises; modeling of the new system of economic security of hotel and restaurant enterprises. Implementation of the principles underlying the security hotel and restaurant enterprises, implies the use of specific procedures and implementation of concrete actions order to ensure its economic security, including: creating a legal ser-

vice enterprises and its efficient operation; taking measures to preserve of trade secrets of enterprises; creating information-analytical of unit for computer security of enterprises; representing of interests and protection of the rights of enterprises within the legal field and different kinds of organizations. Currently there is interdependence between the strengthening of the economic security sector of hotel and restaurant enterprises and ensuring of the national security state. In our opinion, basic components that ensure the economic security of hotel and restaurant enterprises in particular and the state in general are: financial, social, innovation and technology, food, external economic, demographic, energy, ecological safety. In turn, business development in the hotel and restaurant sector is a prerequisite for social and economic growth, of democratization of society, to ensure the European development of territories, etc. The impact of all factors, both internal and external, on the economic security of enterprise gets its manifestation in the change of indicators of its activities.

So, the level of economic security of enterprise Lece can be presented as a function of many variables:

$$L_{ece} = F(X) = a_1 f(x_1) + a_2 f(x_2) + \dots + a_n f(x_n), \left(\sum_{i=1}^n a_i = 1 \right), \quad (1)$$

where $x_1, x_2, \dots, x_n$ – the main indicators of enterprise activity;

$f(x_1), f(x_2), \dots, f(x_n)$ – local functions of depending on the level of economic security of the relevant indicators of enterprise activity;

$a_1, a_2, \dots, a_n$ – the share of the importance of each indicator for economic security of enterprise;

i – number of indicators.

Economic science has developed and economic practice and tested method of assessing the level the overall the economic security of hotel and restaurant enterprise. We propose to evaluate it on the basis of determining of the cumulative criterion through the weighting and summing individual functional criteria, which are calculated by comparing of the possible magnitude the harm to the company and the effectiveness of measures to prevent this damage.

The cumulative criterion the economic security tourist business entity (C_{ces}) can be calculated using the formula:

$$C_{ces} = \sum_{i=1}^n k_i d_i \quad (2)$$

where k_i – the value of the individual (single) criterion for i -s functional component;

d_i – proportion of significance i -s functional component;

n – number of functional components of economic security.

The level of the economic security is assessed by comparing the calculated values C_{ces} with the real value of this indicator for the enterprise, which analyzed, and too (if possible) for analogous of business

entities in respective economic sectors. After the calculation of the impact of the functional components of the change C_{ces} performed functional analysis of measures of organization necessary level of the economic security for the individual components using the appropriate algorithm:

- determining the structure of negative impacts on the functional components of economic security;
- distribution of objective and subjective of negative impacts;
- fixing of undertaken of preventive measures to prevent negative impacts on all functional components of economic security;
- assessment of efficiency of the measures in terms of neutralizing of specific negative impacts for each component of the economic security;
- determining the causes of insufficient effectiveness of measures under taken to overcome existing and possible of negative impacts on economic security;
- detection of the expected negative impact on the level of the economic security and those that may appear in the future;
- processing of recommendations for elimination of the existing negative impacts on economic security and the prevention of such possible influences;
- assessment of the cost of each of the proposed measures to eliminate the negative impact on economic security and who is responsible for their implementation.

The results of functional analysis are made in a special table card. During its filling, negative developments that affect just a few components of the economic security, which are repeated on various functional components account for in the budget of enterprise (organization) only once. Assessment of effectiveness of relevant structural divisions using cost of data to prevent possible negative impacts on economic security and about the size and caused damage gives objective a picture of effectiveness of activity of all structural subdivisions on the matter.

For today, the impact of hotel and restaurant business is quite important in the development of the region and the state as a whole. Besides, transformational, systemic changes that are taking place in the economy of Ukraine and institutional transformation of subject-object structure, are determine the formation of entrepreneurship as a phenomenon which owned by market economy, which when creating of appropriate favorable conditions will receive prospects of development (from the experience of developed countries, which are indicators of the sector and the role of hotel and restaurant enterprises in the economy is significant positions).

It must necessarily provide socio-economic growth of regions and Ukraine in general. To such preconditions belonging: changes of the nature of political-economic space and relationships that are realized within it; transformation into a free-market economic princi-

ples of the system of social division of labor; the formation of social interlayer of owners – business entities; legal provision of property rights, freedom of choice of sphere capital investment; variety of forms services, openness of markets and the national economy for the entry into world economic relations.

So, strategic interests of the administration in the economic security of hotel and restaurant enterprises are directly determined by the desire to achieve social and economic development system, create democratic society and ensure its development on the basis of European principles. In this context, more practical value has delineation directions, goals and government policy measures in the sphere of strengthening of the economic security of the investigated economic sector. Before to proceeding to development strategy for any policy, in our opinion, should identify the range of problems or factors of negative influence, to overcome which will be developed targeted measures. Credit system, tax policy, the absence of a favorable investment climate and innovation are also weighty deterrent factors, in addition to the negative impact of existing today in regions Ukraine preconditions and factors that hinder business development and constrain the progress of market-reformation change.

The subjects sector of hotel and restaurant enterprises has opportunities in regions Ukraine to engage in entrepreneurial activity available financial and credit resources for investment, innovation, modernization of production facilities.

The national taxation system depresses the business environment yet more, which significantly reduces of business activity of the population, causes the negative attitude of business environment for of public authorities. The complex nature of these influences leads to that what country's financial system, which is a significant investment resource to give preference to the speculative character of turnover in the financial sector, where accumulated capital, which does not go into the real (productive) sphere of economy, because the last level of profitability is much lower, and the period of recoil of resources – a more prolonged.

In accordance to the above, these conditions do not correspond to the nature of an enabling environment for conduct of business and, until they are altered, and are impossible concerning formation in most regions of Ukraine of appropriate conditions for the development of national entrepreneurship in

The strategic objective of the whole set of measures and solutions should serve the need to formation of favorable conditions for the development of legitimate entrepreneurial activity of competitive environment. It should be recognized, that the policy of support in sphere hotel and restaurant entrepreneurship in Ukraine requires substantial adjustments. The state policy in sphere hotel and restaurant enterprises is not of a systematic nature and that are put for representatives of public authorities.

A major problem and a characteristic feature of the modern of business environment is that in Ukraine is practically no civilized market of buying and selling businesses as such. This significantly constrains the investment activity, contributes to illegal activities, leads to lower of the level of liquidity of national hotel and restaurant enterprises, «freeze» in them nested assets, the absence at owners incentives for capitalization own business and the economically and organizationally unjustifiable creation (registration) of new legal entities, which, in its turn, complicates the activity registration, tax, law enforcement and other government agencies, forms the ballast inactive of legal entities and, as a result, distorting national statistics on the increase the number of enterprises in the sector of hotel and restaurant enterprises and their share in the economy.

Considering mentioned systemic causes decide complex to these problems is not possible only through the implementation of individual or a whole range of activities. It is necessary to develop and implement strategies changes in relationship «government-business-society» based on the phased implementation of complex measures of normative-organizational, administrative-economic and law nature in Ukraine.

So, first of all, should provide for the recognition of social-political groups of the importance of obtaining long-term economic return on the investment from limited resources. This requires forming understanding by social and political groups of link between investing resources in less profitable areas of activity (innovation, research-technological development, education, social services, etc) and providing creative and more efficient business environment of country.

Should also be to develop and ensure recognition society of the basic principles of economic development. Mainly, it concerns the importance of selection and analysis of the basic principles of the economic policy, which should be based on a system of moral values, and be the basis for the formation of an effective model of economic development and business environment to eliminate existing contradictions in it, primarily those, which adversely affect to deepening integration trends in the socio-economic environment.

The principles of economic policy should include:

- reducing the distribution function of government;
- ensuring that economic and social development;
- reducing economic monopolization more.

The principles that provide hotel and restaurant enterprises for the economy in terms of openness should be:

- focusing on a industries that are competitive in the global economy in regional and global dimensions;
- increasing the level of integration of economy in the country, creation of national hotel and restaurant

product on the market as a basis for appropriate employment niches in the competitive global markets of goods and services;

- incorporation into account of the intensity of national industries in comparison with other countries, incorporation into account of the different kinds of costs, prices and their international counterparts.

Creating a system of incentives to public legitimization of shadow incomes and ownership, ensuring investment in innovation, research-technological development, education and social services, that will allow ensure the development of less profitable activities, including reach the ensuring of amnesty by «shadow» incomes which are invested exclusively in these areas [7].

Ensuring compliance with the state economic policy will provide the opportunity to empower of government functions to those and financial leverage over commit. Adherence to the standards of economic policies in hotel and restaurant business will be possible on the basis of:

- tax cuts, simultaneously with the restriction value of other financial resources which are focused in the budget, approval of customs tariffs and fees to the level envisaged by the World Trade Organization;
- liquidation of benefits, grants, subsidies, etc., which are paid from local and state budgets;
- simplification of the legal formalities for the creation of new businesses and the elimination of existing and more;
- strengthening of antimonopoly law of Ukraine with expanding the powers of Antimonopoly Committee;
- implementation of reforms in the area of jurisprudence;
- ensuring transition from proportional electoral system to a mixed to enhance its «individualization»;
- compliance with the rules of prohibition for entrepreneurs to run for posts in representative bodies, executive or judiciary until such time as their business will not be sold on the open auction with appropriate coverage in the media.

On the basis of scientific works and research materials, which are prove the interest of agencies of public administration of national and regional economic security sphere, we present basic requirements, which, in our opinion, are defined by the concept of economic security of sector at the hotel and restaurant enterprises in Fig. 3.

Ensuring the implementation of the requirements of alternative management decisions provides that preparation of each solving or regulatory act within the principles of state regulation of business should consider variants for effects on the possible development of hotel and restaurant business, of structure and main indicators of sector economic security.

Specificity of adaptability management system of economic security for hotel and restaurant enterprises

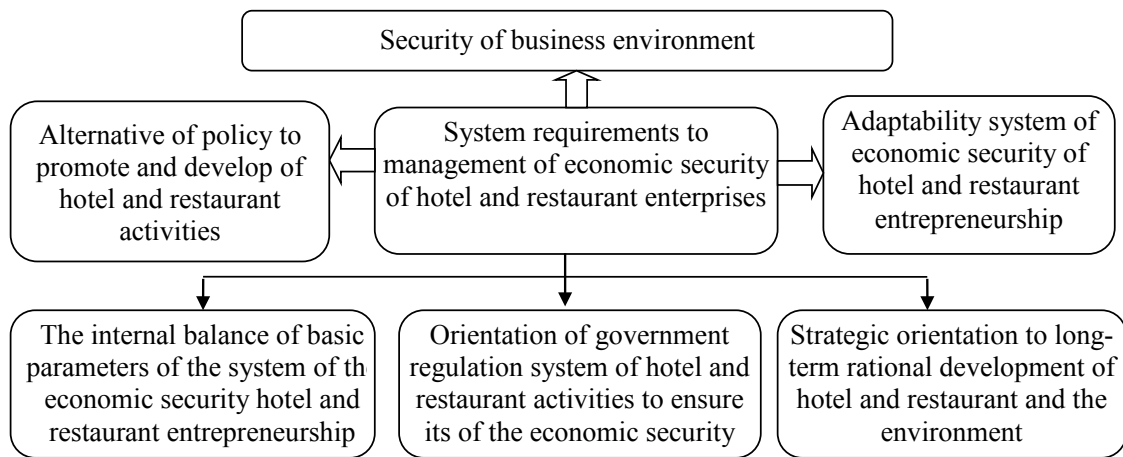


Fig. 3. Requirements for effective public policy to ensure of the economic security for hotel and restaurant enterprises

Source: built on the basis of the conducted research by authors

means that this system must timely consider the status and changes in resources for the business environment, the impact of environmental factors, sectoral structure of the economy, the level of competitiveness and financial viability and other parameters.

Conclusion. Orientation of government regulation of hotel and restaurant system ensure its economic security of provides that administrative decisions which taken in the area of state regulation of economy and have an impact on development of entrepreneurship, must be considered and receive an assessment in terms of their impact on the economic security of the sector hotel and restaurant enterprises as in the current time period and in the future. So, organization of economic security for enterprises in the hotel and restaurant sector obliges make management decisions governmental authorities, taking into account the totality of factors external and internal environment, and predict the measures to protect the interests of subjects of hotel and restaurant activities in future periods.

In article reviewed of material on theoretical values and concepts of the term «economic security of enterprises». Were singled out external and internal factors of the threats to economic security hotel and restaurant enterprise, which are based on technical, economic, financial, personnel, information of components.

Concluded the formulas of cumulative criterion of economic safety of economic entity, which depends on the value of a separate criteria for the functional component, the specific gravity of the functional component and the quantity of functional components of economic security of enterprise, considering the indicators of internal and external factors that affect the economic security of hotel and restaurant enterprises.

In article are presented the basic requirements of the concept of economic security sector of hotel and restaurant enterprises on the basis of scientific works and research materials in which substantiated

interests of the administration of national and regional economic security.

Generalized views that the specificity of the adaptability of the system of management of economic security of hotel and restaurant enterprises means that the system must consider the existing state and the changes in resourcing the business environment of the influence of environmental factors, of the sectoral structure of the economy, competitiveness and financial sustainability of the enterprise and other parameters.

Results of the research which are listed in the article can be used as a source of information for the determining of research, for development and improvement of the ways of economic security for enterprises in the sector hotel and restaurant.

REFERENCES:

1. «About tourism» (Law of Ukraine), 18.11.2013, № 1282-IV, 2013. N 13. P. 180.
2. Shevchenko I. (2012) Peculiarities of formation of economic safety of the enterprise. *Journal Young science*. P. 178–181.
3. Shumaieva L. (2009) Economic security of enterprises in strategic cooperation with external environment subjects. Kiev. 41 p.
4. Ambler T. (2014) *Marketing and the Bottom Line: The Marketing Metrics to Pump up Cash Flow*. Hemel Hempstead: FT Prentice Hall, 334 p.
5. Clegg J. (2009) *Multinational Enterprises and World Competition*. Harvard University Press Manual request] [Infotrieve]. 134 p.
6. Swarbrooke J. (2008) *Sustainable tourism management* by CABI Publishing / Division of CABI International, New York. 371 p.
7. Theobald W. (2014) *Global Tourism*. Third Edition. Publisher: Butterworth-Heinemann; 3-ed. 588 p.
8. Westing A. (2014) *Global Resources and International Conflict*. Environmental Factors in Strategy Policy and Action. Oxford. 181 p.

Kozhukhivska R.B.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Affairs,
Uman National University of Horticulture

Tranchenko L.V.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at Department of Tourism, Hotel and Restaurant Affairs,
Uman National University of Horticulture

METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Ensuring economic security of hotel and restaurant business provides selection, analysis, and assessment of existing threats from each of the functional components and development on their basis of counteracting measures that prevent the beginning of negative phenomena in enterprise activity. The system of assessment and analysis of economic security encompasses the totality of consecutive interconnected among themselves blocks, stages of systematized and adapted to these tasks techniques, methods, models that allow detecting, evaluating, and reducing the action of economic risks to the acceptable level with minimal expenses of corporate resources. Functioning business from the perspective of action of external factors is constantly threatened by the deterioration of results of the activity because there is always a possible violation of necessary regional, branch and inter-branch flows. Such violations occur through the action of various business partners – suppliers, customers, investors, and others. Factors should be attributed to risk only if possible changes in input and output flow, it is impossible to predict in advance and clearly. Success and failure in business should be seen as the interaction of a number of factors because the risk is an objective basis due to the uncertainty of the external environment and subjective through the decision-making of concrete person.

During the research, there is a disclosed systematic and functional characteristic of enterprises of hotel and restaurant business. The theoretical concepts and definitions of the term “economic security of enterprise of hotel and restaurant business” based on the use of system approach methods. The author proposed his own definition of the term “economic safety of enterprise of hotel and restaurant business” based on an analysis of literary sources. The research allowed singling out external and internal threats to the economic security of enterprises of hotel and restaurant business, based on technical, economic, financial, personnel, information components using marketing methods of research. There are defined the main directions for improving the quality and organizational-economic provision of the functioning of hotel and restaurant complexes using the methods of analysis and synthesis, comparison, SWOT-analysis.

Also, specific adaptability of management system of economic security for enterprises of hotel and restaurant business means that this system must timely consider the status and changes in resource provision of the business environment, the impact of environmental factors, sectoral structure of the economy, the level of competitiveness and financial sustainability of the enterprise and other parameters.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»

URGENT PROBLEMS OF PERSONNEL MANAGEMENT OF UKRAINIAN RAILWAYS PJSC

У статті визначено коло проблем, рішення яких може сприяти досягненню стратегічних цілей ПАТ «Укрзалізниця» та відповідати сучасним вимогам залізничної галузі. Визначено, що управління персоналом повинне сприяти вирішенню завдань, прямо пов'язаних зі здійсненням основної діяльності ПАТ «Укрзалізниця». Для сприяння цьому процесу необхідно: розширення аналітичних і планових функцій, що спрямовані на прийняття випереджальних, перспективних рішень; активна координація з іншими підрозділами й службами; реалізація комплексу заходів щодо активного залучення всіх працівників у досягнення запланованих економічних показників на основі нових управлінських підходів і впровадження сучасних технологій.
Ключові слова: управління персоналом, залізничний транспорт, мотивація, оцінка, навчання, підготовка, соціальна політика.

В статье определен круг проблем, решение которых может способствовать достижению стратегических целей ПАО «Укрзалізниця» и отвечать современным требованиям железнодорожной отрасли. Определено, что управление персоналом должно способствовать решению задач, напрямую связанных с осуществлением основной деятельности ПАО «Укрзалізниця». Для содействия этому процессу необходимо: расширение аналитических и плановых функций, направленных на

принятие опережающих, перспективных решений; активная координация с другими подразделениями и службами; реализация комплекса мер по активному привлечению всех работников для достижения запланированных экономических показателей на основе новых управленческих подходов и внедрение современных технологий.

Ключевые слова: управление персоналом, железнодорожный транспорт, мотивация, оценка, обучение, подготовка, социальная политика.

The article outlines a range of problems whose decisions may contribute to the achievement of the strategic objectives of PJSC "Ukrainian Railways" and meet the modern requirements of the railway industry. It has been determined that personnel management should contribute to solving tasks directly related to the implementation of the main activities of PJSC "Ukrainian Railways". To facilitate this process, we need: an expansion of analytical and planning functions aimed at adopting forward-looking, forward-looking decisions; active coordination with other departments and services; Implementation of a set of measures to actively involve all employees in achieving planned economic indicators based on new managerial approaches and the introduction of modern technologies.

Key words: personnel management, railway transport, motivation, assessment, training, preparation, social policy.

УДК 331.108.2:656.2

Крихтіна Ю.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
і адміністрування
Український державний університет
залізничного транспорту
Ямпольський Д.В.
магістрант
Український державний університет
залізничного транспорту

Постановка проблеми. Протягом останніх років теорія та практика управління виробничими процесами вітчизняних компаній зазнали дуже швидких змін, що зумовлено об'єктивними зрушеннями в конкурентному середовищі організацій і розвитком внутрішніх чинників виробництва, технології виробництва, інформаційних систем, виробничого обладнання. У сфері залізничного транспорту ці процеси призвели до реформування (корпоратизації) галузі та утворення Публічного акціонерного товариства «Українська залізниця» (ПАТ «Укрзалізниця»).

ПАТ «Укрзалізниця» – державне акціонерне товариство залізничного транспорту загального користування, яке було утворене на першому етапі реформування залізничного транспорту, внаслідок чого трансформувалася організаційна структура управління залізничним транспортом, змінилася форма власності. На другому етапі реформування триває зміна внутрішньої організаційної структури залізничного транспорту, розвиваються корпоративні відносини в галузі. Транспортна система інтенсивно розвивається, впроваджуються нова техніка та технології. І якщо обсяги підготовки фахівців на цьому етапі істотно

не змінюються, то якість підготовки повинна відповідати вимогам і потребам корпорації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Істотний внесок у вирішення проблем організації виробництва на транспорті, організації процесів підготовки керівників і фахівців, кадрового забезпечення підприємств залізничного транспорту, що послужили методологічною основою розроблення технології й організації управління персоналом в умовах реформування залізничного транспорту, зробили такі вчені: В.Л. Дикань [1], Н.В. Гриценко [2], Л.Л. Калініченко [3], М.В. Найдьонова [4], І.В. Токмакова [5] та ін.

Однак не всі аспекти проблеми, що досліджується, знайшли відображення у теорії та практиці організації управління персоналом. Осмислення сутності реформування залізничного транспорту висуває необхідність проведення подальших досліджень, спрямованих на вдосконалення процесу підготовки фахівців відповідно до корпоративних умов господарювання.

Постановка завдання. Метою статті є визначення шляхів управління персоналом, які можуть сприяти досягненню стратегічних цілей ПАТ «Укрзалізниця» та відповідати сучасним вимогам залізничної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Минулий рік був визначальним для ПАТ «Укрзалізниця», оскільки вперше за останні три роки компанія закінчила 2017 р. із прибутком у майже 114 млн. грн., тобто отримала позитивний фінансовий результат за міжнародними стандартами фінансової звітності, на які компанія перейшла минулого року. 2017 р. також ознаменований розгортанням повномасштабної діяльності ПАТ «Укрзалізниця», що стало найважливішим етапом реалізації реформи залізничної галузі.

Змінився й сам підхід до управління трудовими відносинами. Безсумнівно, спостерігається відхід від поняття «кадри». Однак сутність полягає не у формальній зміні термінів, не в тому, що поняття «кадри» є більш характерним для системи державного, а не господарського управління. Саме поняття «управління персоналом» більш точно визначає єдність підходу щодо стратегічних питань до всіх працівників ПАТ «Укрзалізниця». У сукупності все вищесказане відображає той факт, що в роботі служб персоналу, крім традиційних форм роботи, на перший план усе більше повинні виходити такі аспекти, як планування потреб, пошук і підготовка, мотивація, оцінка, навчання і перепідготовка, що відповідає об'єктивним вимогам персоналу.

У найближчі роки цим завданням потрібно не тільки приділяти підвищену увагу, а й надавати їм системний, комплексний характер, розглядаючи їх у єдності зі стратегічними та оперативними завданнями ПАТ «Укрзалізниця» у цілому і за кожним конкретним підприємством, найтіснішим чином координуючи їх планування і реалізацію з керівництвом та іншими службами та підрозділами.

Для цього необхідно сформулювати навіть не самі завдання у галузі політики управління людськими ресурсами ПАТ «Укрзалізниця» на найближчий період, а визначити їхню сутність та цільову спрямованість, що може проявлятися у таких аспектах.

По-перше, працівники повинні реально відчувати, що зміна організаційно-правової форми діяльності, передача функцій господарюючого суб'єкта від Міністерства в ПАТ ніякою мірою не завдає шкоди персональній соціальній захищеності людини, стабільності трудового статусу, престижу їхньої праці.

По-друге, кінцева стратегічна мета управління персоналом тісно пов'язана зі стратегічними цілями ПАТ «Укрзалізниця» у цілому, а саме з організацією активної та усвідомленої участі працівників у досягненні суспільством своїх статутних цілей і підвищенні ефективності його економічної діяльності.

По-третє, працівники ПАТ «Укрзалізниця» не просто формально отримали новий статус персоналу публічного акціонерного товариства. Сформульовані нові завдання припускають і нові підходи до їх вирішення. У цих умовах

ПАТ «Укрзалізниця» може розвиватися передусім як за рахунок модернізації технічних засобів, так і за рахунок підвищення кваліфікаційного рівня фахівців, що освоюють нову техніку та технології, зростання ефективності праці всього персоналу. Але цей процес може ґрунтуватися тільки на врахуванні взаємних інтересів. Ефективність діяльності ПАТ «Укрзалізниця» залежить від ефективності праці його працівників, а благополуччя працівників – від ефективності роботи ПАТ. Персонал розглядається як один з основних ресурсів ПАТ «Укрзалізниця». За цих умов необхідний постійний пошук дієвих механізмів мотивації та стимулювання праці, що відображають визначений діалектичний зв'язок.

Реалізація зазначених цілей можлива тільки за умови поєднання модернізації нормативної бази, впровадження нових управлінських рішень і технологій.

Які б кроки не мали місце, багато що залежить від ясного інформування про них самих працівників, досягнення ними їх повного розуміння, виходу на практичну віддачу з їхнього боку у вигляді реальної підтримки заходів, що проводяться. Об'єктивне інформування працівників щодо цілей політики у сфері персоналу і створення максимально зрозумілої і ясної нормативної бази, що визначає права й обов'язки всіх сторін трудових відносин, – запорука активної реалізації поставлених завдань.

Як удосконалення нормативної бази доцільно впровадити стандарт управління якістю ПАТ «Укрзалізниця» у сфері людських ресурсів, основні положення якого можуть служити орієнтиром для визначення змісту роботи з персоналом та прийнятих для її здійснення документів. Ціль стандарту полягає у: сприянні ефективній діяльності ПАТ «Укрзалізниця» і підвищенні конкурентоспроможності послуг, що надаються, за рахунок оптимізації управління персоналом; установленні критеріїв і принципів взаємин керівників і працівників; впровадженні норм корпоративної культури; підвищенні зацікавленості працівників у результатах роботи підрозділів і ПАТ у цілому. В основу стандарту слід покласти положення про принципи соціального партнерства, саморозвитку, заохочення ініціативи персоналу та впровадження прогресивних технологій і форм праці, винаходів та інновацій, орієнтації на довгострокові трудові відносини з персоналом і турботу про колишніх працівників.

Ведеться активна постійна робота над уточненням діючих і над новими корпоративними локальними нормативними актами у цій сфері, у тому числі «Типового положення про службу управління персоналом державного органу». Дане Положення повинно слугувати гідним зразком для документального оформлення завдань і функцій служб з управління персоналом.

Але, крім нормативної, потрібно вдосконалювати й технологічну базу, що забезпечує реалізацію нових управлінських рішень. Треба мати на увазі той факт, що процес розвитку та впровадження нових технологій активно розвивається не тільки у виробничій сфері, що пов'язано з технікою, а й в сфері управління. Управління персоналом вирішує широке коло завдань за рахунок застосування певних технологій. Зі збільшенням і видозміною функцій у нових умовах повинні впроваджуватися й нові технології.

Так, до основних завдань управління персоналом ПАТ «Укрзалізниця» можна й потрібно віднести підбір, облік і розміщення персоналу, який забезпечує грамотне управління та кваліфіковане виконання завдань на оперативному, тактичному і стратегічному рівнях.

У зв'язку із цим великого значення набуває автоматизована система управління персоналом АСУ «Кадри», яка нині успішно функціонує.

Актуальним залишається завдання оптимізації чисельності персоналу й укомплектування підприємств працівниками основних професій.

Головний орієнтир під час планування необхідної кількості робочих місць – реальні виробничі потреби, у тому числі й з урахуванням перспективи, гнучке рішення в інтересах ефективності виробництва. При цьому головним завданням залишається максимально дбайливе ставлення до наявних працівників. Необхідним під час планування є ретельний середньо- і довгостроковий аналіз стану ринку праці, демографічних тенденцій у суспільстві, розвитку економічної кон'юнктури, у тому числі й у регіональному плані.

Для укомплектування підприємства потрібною кількістю кваліфікованих працівників та подальшої підтримки стабільності персоналу ПАТ узят курс на заохочення персоналу до встановлення тривалих трудових відносин, створення сприятливих умов й оплати праці. Особливого значення набувають й соціальний пакет, гарантії надійної зайнятості, що пропонуються компанією.

Звичайно, повністю виключити плінність персоналу неможливо. Існують певні середньозважені величини, що зумовлені природною міграцією населення, іншими об'єктивними причинами. Завдання управління персоналом полягає у тому, щоб за рахунок грамотної політики щодо профорієнтації та наймання максимально нейтралізувати наслідки ризиків плінності персоналу, мати можливість швидко заповнювати виникаючі вакансії кваліфікованими працівниками. Дуже важливо мінімізувати плінність, яка зумовлена незадоволеністю працівників умовами та оплатою праці, іншими суб'єктивними чинниками, домагатися зниження числа звільнень із дисциплінарних підстав за рахунок підвищення дисципліни праці.

Наступним важливим завданням, на якому необхідно зробити наголос, є планування, пошук і розвиток керівників і фахівців.

В основу заміщення посад керівників і фахівців треба покласти принцип планування та поетапного розвитку трудової кар'єри з урахуванням ділових якостей працівника. Разом із тим можливо залучення фахівців ззовні, але тих, хто має унікальні знання або досвід роботи у сфері, яка цікавить компанію.

Розвиток професійної кар'єри в системі ПАТ «Укрзалізниця» повинен передбачати, зокрема:

- постійне, у рамках системи безперервної освіти, підвищення професійної кваліфікації фахівців і керівників, одержання ними спеціальних знань, обмін досвідом;
- упровадження об'єктивної системи оцінки ділових і професійних якостей працівників, можливо, з присвоєнням посадових рангів;
- удосконалення системи ротації, що передбачає планування службового зростання та просування на вищі посади відповідно до трудових досягнень і рівня кваліфікації.

Найголовнішим завданням нині є розроблення адекватного комплексу заходів із мотивації персоналу, що відповідає сучасним умовам та враховує взаємозв'язок інтересів працівників і компанії.

Природно, що одним з основних чинників, що стимулюють працівників, є гідна оплата праці, адекватна витраченим зусиллям, яка враховує реальні витрати на забезпечення нормального рівня життя.

У нинішніх умовах треба побудувати таку систему мотивації, яка б об'єктивно та справедливо враховувала як успішність діяльності ПАТ «Укрзалізниця» у цілому, так і виробничого підрозділу, в якому обіймає посаду працівник, а також його особистий трудовий внесок у досягнення визначених економічних показників. Для цього слід використовувати сучасні інструменти (модернізовану систему преміювання), сформувати спеціальний мотиваційний фонд.

У стадії становлення знаходиться система мотиваційних виплат керівникам різного рівня, яка побудована на комплексній оцінці успішності діяльності компанії й виробничого підрозділу за окремий період часу. Однак тут основний акцент надається тому, щоб з урахуванням цілої низки критеріїв об'єктивно оцінити частку праці власне керівника, його особистий внесок у досягнення отриманих результатів. Для цього на основі зважених критеріїв аналізуються та оцінюються за сукупною математично визначеною оцінкою різні компоненти його діяльності: фінансову, роботу з клієнтською базою, керівництво бізнес-процесами, управління персоналом. Саме така система являє собою приклад технологічного управління.

Політика у сфері управління персоналом є невід'ємним складником соціального розвитку ПАТ «Укрзалізниця».

Соціальна політика ПАТ «Укрзалізниця» передбачає діяльність з управління соціальним розвитком, а саме створення та цільове спрямування матеріальних і духовних благ на забезпечення гідного рівня й якості життя всіх працівників компанії.

Соціальна сфера компанії є важливим складником забезпечення сталої роботи ПАТ «Укрзалізниця». Компанія забезпечує доступність соціального потенціалу та відповідний рівень соціального захисту кожного працівника в прямій залежності від персонального трудового вкладу, послідовно і зважено здійснює заходи щодо підвищення рівня та адресності наданих соціальних гарантій, поетапного заміщення соціальних гарантій підвищенням заробітної плати, розвитком індивідуальних і корпоративних систем страхування соціальних ризиків.

Зміст основних стратегічних завдань підвищення ефективності соціальної політики та системних заходів щодо їх реалізації можна визначити так: підвищення мотиваційного складника в системі соціального захисту працівників компанії; поетапний перехід до персоніфікації та адресності соціальної підтримки працівників і надання соціальних пільг; послідовне заміщення соціальних гарантій і пільг системою підвищення заробітної плати в пропорції до зростання продуктивності праці й з урахуванням особистого внеску працівника; структуризація та оптимізація видатків на утримання об'єктів соціальної сфери; здійснення компенсаційних і попереджувальних заходів, які спрямовані на підтримку рівня соціального захисту, що перевищує державні гарантії; формування системи заходів, що не допускають додаткових соціальних виплат і видатків без досягнення встановлених виробничо-економічних результатів; розвиток і підвищення фінансової стабільності недержавної пенсійної системи, системи страхування соціальних ризиків, персоніфікація соціальної допомоги; розширення сфери й підвищення якості послуг торгівлі та громадського харчування для технологічних потреб і в місцях віддаленого мешкання працівників і т. д.

Очікуваними системними результатами підвищення ефективності соціальної політики в компанії є: зниження питомих показників соціальних видатків компанії за збільшення рівня соціального захисту працівників; підвищення рівня відшкодування видатків на утримання об'єктів соціальної сфери за рахунок збільшення частки дохідних видів послуг; здійснення переходу від планування граничних рівнів видатків до показників прибутковості окремих видів соціальних послуг; підвищення ступеня відповідності обсягів соціальних виплат результатам фінансово-господарської діяльності; формування широкого спектра страхового захисту соціальних ризиків; підвищення ступеня задоволення житлових потреб працівників і забезпеченості соціально-побутовими умовами

більш високої якості; зростання рівня охоплення працівників і членів їхніх родин послугами підрозділів соціальної сфери; підвищення рівня соціального захисту переважно за рахунок зростання показників виробничо-економічної ефективності.

Відповідні положення отримають свій розвиток у Соціальному стандарті, стратегічних програмах соціального розвитку й інших документах ПАТ «Укрзалізниця».

Управління персоналом повинне сприяти вирішенню завдань, прямо пов'язаних з основною діяльністю компанії. Тут, зокрема, не можна залишити без уваги такі завдання управління персоналом, як забезпечення безпеки руху поїздів, зміцнення трудової та технологічної дисципліни.

Отже, забезпечення безпеки руху є питанням не стільки технічним або технологічним, скільки зумовленим людським фактором. За наявними даними, у різних сферах виробничої діяльності як мінімум більше половини аварійних ситуацій прямо або побічно викликані саме неправильними діями працівників, що пов'язані з експлуатацією техніки.

Загальні причини ситуації із забезпеченням безпеки руху на залізницях України, яку можна охарактеризувати як нестабільну, полягають у недостатності вживання діючих заходів щодо підвищення технологічної дисципліни й професійної майстерності персоналу, пов'язаного з рухом поїздів, уваги з боку керівників усіх рівнів до профілактичних запобіжних заходів з аварійності. Потрібно вдосконалювати й комплекс заходів, пов'язаних із попередженням аварійності та підвищенням рівня трудової і технологічної дисципліни, вимогами до підбору й розміщення керівників та працівників, дотриманням режиму праці й норм охорони праці, суворої відповідності посадовим інструкціям і розпорядженням, у тому числі й щодо допуску до робіт, що пов'язані з рухом, проведенням медобстеження поїзних бригад.

Заходи у цьому напрямі повинні бути предметом серйозної, продуманої, планової роботи з упором на дотримання всіх супутніх норм і попереджень порушень трудової та технологічної дисципліни.

Загалом завдання, що стоять перед службами управління персоналом, є дуже різноманітними, їхня кількість у нових умовах зростає. Разом із цим зростає й якісний зміст та внесок у роботу компанії, який отримується внаслідок вирішення цих завдань.

Політика роботи з персоналом ПАТ «Укрзалізниця» будуватиметься на принципах забезпечення корпорації висококваліфікованими фахівцями та робітничими кадрами, піднесення на якісно новий рівень системи професійного розвитку персоналу, яка передбачає проведення безперервного навчання працівників та оволодіння ними новими професіями.

Велика увага приділяється питанню формування потенціалу кваліфікованих робітничих кадрів, кількість яких становить близько 70% від загальної чисельності працюючих.

Як підсистема, що виконує функції підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців, структура кадрового забезпечення базується на галузевій системі професійної освіти (ГСПО). Розглянемо стійкість функціонування системи кадрового забезпечення галузі з позиції її здатності зберігати на заданому рівні якість цього процесу в умовах дії зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих чинників.

За такого підходу очевидно, що стійкість функціонування кадрового забезпечення галузі визначається здатністю галузевої системи професійної освіти забезпечувати підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації фахівців гарантованої якості й у кількості, яка потрібна для формування кадрового ресурсу галузі в умовах дії збурень.

До структури ГСПО входять усі навчальні заклади професійної освіти (3 заклади вищої освіти, 12 коледжів, 10 центрів професійного розвитку персоналу). Таким чином, забезпечується безперервна багаторівнева професійна підготовка кадрів. Удосконалення і розвиток рівня підготовки забезпечуються у системі внутрішньофірмового навчання (навчальні центри, дорожньо-технічні школи, курсова підготовка).

Підготовка та перепідготовка фахівців в ГСПО забезпечує: усунення дисбалансу між кваліфікацією працівників і рівнем розвитку техніки і технологій виробничого процесу; формування і розвиток інтелектуального потенціалу корпорації; управління професійним розвитком персоналу; адаптацію державних освітніх стандартів, навчальних планів і програм дисциплін до вимог корпорації; контроль якості підготовки фахівців; налагодження договірних механізмів підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців; зниження витрат на виробництво за рахунок стабілізації персоналу на основі підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації.

Корпорація зацікавлена в професійному розвитку своїх працівників. Це дасть змогу впроваджувати у виробничий процес нові технології, підвищити віддачу від праці постійних працівників та ефективність виконання технологічних операцій, узгодити свою політику у сфері освіти з державою.

Галузь під свою специфіку вкладає фінансові та матеріально-технічні кошти, впроваджує організаційні засоби в роботу ГСПО. Наявність ГСПО сприяє ефективному освоєнню цих коштів та отриманню від них найвищого результату, про що свідчать рівень і якість сформованої залізничної освіти. Результативність освітньої діяльності в ГСПО тісно пов'язана з ефективністю наукових досліджень, що виконуються, і застосуванням передових інформаційних технологій. Для забезпечення безперервної ступеневої освіти в сучасних умовах корпоративних відносин у галузі ГСПО повинна містити нові форми підготовки фахівців: цільову підготовку за замовленням підприємств; наскрізну підготовку «коледж – заклад

вищої освіти»; прискорену підготовку у закладі вищої освіти випускників коледжів; отримання другої вищої освіти; отримання додаткової освіти; післявузівську підготовку; стажування випускників на підприємствах галузі; навчання та зарубіжне стажування.

Для кожної форми підготовки розроблені методологія та механізми. Для забезпечення стійкості функціонування і розвитку ГСПО потрібне забезпечення її моніторингу. Процес моніторингу містить: формування, прогнозування та аналіз зовнішніх умов розвитку ГСПО, виявлення і структурування дестабілізуючих чинників; створення бази даних показників стану об'єктів моніторингу; діагностування стану; оцінку стійкості й якості функціонування системи; розроблення концепції підвищення ефективності функціонування; прогнозування показників розвитку; розроблення напрямів розвитку потенціалу системи.

Для впровадження інноваційних технологій в освітні процеси професійного навчання працівників залізниць, удосконалення системи підвищення кваліфікації керівних працівників та фахівців галузі, формування безперервності та індивідуалізації професійного розвитку персоналу планується у 2018 р. співпраця з компанією Deutsche Bahn AG у сфері управління персоналом, організації системи інжинірингу та інноваційного розвитку. Крім того, планується розширення співпраці з Організацією співробітництва залізниць (ОСЗ), участь у якій для ПАТ «Укрзалізниця» має, безумовно, позитивні наслідки й є необхідною умовою інтеграції залізничного транспорту України в транспортну систему Європи та Азії, а також з АТ «Національна компанія «Казахстан Темір Жоли» (ТМЖЛ).

Висновки з проведеного дослідження. Управління персоналом має бути спрямованим на досягнення стратегічних цілей ПАТ «Укрзалізниця» і передусім на підвищення фінансово-економічної ефективності діяльності компанії. Для сприяння цьому процесу необхідно: розширення аналітичних і планових функцій, що спрямовані на прийняття випереджальних, перспективних рішень; активна координація з іншими підрозділами та службами; реалізація комплексу заходів щодо активного залучення всіх працівників у досягнення запланованих економічних показників на основі нових управлінських підходів і впровадження сучасних технологій.

Як підсистема, що виконує функції підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців, структура кадрового забезпечення базується на галузевій системі професійної освіти (ГСПО). Встановлено, що стійкість функціонування кадрового забезпечення галузі визначається здатністю галузевої системи професійної освіти забезпечувати підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації фахівців встановленої якості й у кількості, яка необхідна для формування кадрового ресурсу галузі в умовах дії збурень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дикань В.Л., Єлагін Ю.В., Сухорукова Т.Г. Економіка праці на підприємствах залізничного транспорту: підручник. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 275 с.

2. Гриценко Н.В. Діяльність менеджера в сфері управління людськими ресурсами. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. Вип. 54. С. 345–349.

3. Калініченко Л.Л. Методологічний підхід до управління персоналом підприємств залізничного транспорту в умовах реформування галузі: монографія. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 420 с.

4. Найдьонова М.В., Кибенко А.Ю. Організаційні засади управління персоналом на залізничному транспорті України. Збірник наукових праць Української державної академії залізничного транспорту. 2013. Вип. 135. С. 136–139.

5. Токмакова І.В., Кузуб А.В. Стратегічне управління персоналом на підприємствах залізничного транспорту. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. Вип. 53. С. 110–114.

REFERENCES:

1. Dykan V.L., Yelahin Yu.V., Sukhorukova T.H. (2012) *Ekonomika pratsi na pidpriemstvakh zaliznychnoho*

transportu: pidruchnyk. [Labor Economics at Railway Enterprises: Textbook]. Kharkiv: UkrDAZT (in Ukrainian).

2. Hrytsenko N.V. (2016) *Diialnist menedzhera v sferi upravlinnia liudskymy resursamy [Activity of the manager in the field of human resources management].* The bulletin of transport and industry economics, vol. 54, p. 345–349.

3. Kalinichenko L.L. (2012) *Metodolohichniy pidkhid do upravlinnia personalom pidpriemstv zaliznychnoho transportu v umovakh reformuvannia haluzi: monohrafiia. [Methodological approach to the management of personnel of railway enterprises in the conditions of reforming the industry: monograph].* Kharkiv: UkrDAZT (in Ukrainian).

4. Naidonova M.V., Kybenko A.Y. (2013) *Orhanyzatsiini zasady upravlinnia personalom na zaliznychnomu transporti Ukrainy [Organizational fundamentals of personnel management in the railway transport of Ukraine].* Collection of scientific works of the Ukrainian State Academy of Railway Transport. 2013. vol. 135, p. 136–139.

5. Tokmakova I.V., Kuzub A.V. (2016) *Stratehichne upravlinnia personalom na pidpriemstvakh zaliznychnoho transport [Strategic personnel management at railway transport enterprises].* The bulletin of transport and industry economics, vol. 53, p. 110–114.

Krikhtina Y.O.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management and Administration
Ukrainian State University of Railway Transport

Yampolsky D.V.

Master
Ukrainian State University of Railway Transport

URGENT PROBLEMS OF PERSONNEL MANAGEMENT OF UKRAINIAN RAILWAYS PJSC

The purpose of the article is to identify ways to manage personnel that can contribute to the achievement of the strategic goals of PJSC "Ukrainian Railways" and meet the modern requirements of the railway industry.

It is established that in the work of personnel services, in addition to traditional forms of work, such aspects as planning needs, search and preparation, motivation, evaluation, training and retraining should come to the fore, which corresponds to the objective requirements of the staff. It is proved that in order to improve the quality of the regulatory framework, it is advisable to introduce the quality management standard of PJSC "Ukrainian Railways" in the field of human resources, the main provisions of which can serve as a guide for determining the content of work with personnel and documents accepted for its implementation.

It is determined that the main tasks of personnel management in Ukrainian Railways PJSC can and should be recruited, recorded and deployed personnel that provides competent management and qualified performance of tasks at the operational, tactical, and strategic levels. The actual task of optimizing the number of personnel and staffing the enterprises by employees of the main professions remains also topical.

The next important task, on which it is necessary to focus, is the planning, search, and development of managers and specialists. The basis for the replacement of positions of managers and specialists must be based on the principle of planning and gradual development of the career path, taking into account the employee's business qualities. At the same time, it is possible to recruit specialists from outside, but those who have unique knowledge or experience in the field that interests the company.

The policy in the field of personnel management is an integral part of the social development of Ukrainian Railways PJSC. Social policy of PJSC "Ukrainian Railways" provides for the management of social development, namely, the creation and targeted direction of material and spiritual benefits to ensure a decent level and quality of life for all employees of the company.

It is determined that the management of personnel should contribute to the solution of tasks directly related to the implementation of the company's core business. Here, in particular, one cannot ignore such a task of personnel management, as ensuring the safety of train traffic, strengthening labour and technological discipline.

As a subsystem, performing the functions of training, retraining, and advanced training of specialists, the structure of personnel support is based on the sectoral system of vocational education. It is established that the stability of the functioning of the personnel supply of the industry is determined by the ability of the industrial vocational education system to provide training, retraining, and professional development of specialists of the established quality and in the quantity that is necessary for the formation of the human resource of the industry under the conditions of perturbations.

Thus, the personnel management should be aimed at achieving the strategic goals of PJSC "Ukrainian Railways" and, first of all, increasing the financial and economic efficiency of the company's activities. To facilitate this process, we need: an expansion of analytical and planning functions aimed at making advanced, forward-looking solutions; active coordination with other units and services; implementation of a set of measures to actively attract all employees to achieve the planned economic indicators based on new management approaches and the introduction of modern technologies.

ПОЄДНАННЯ ПОНЯТТЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА І СТУПЕНЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО ТЯГАРЯ

COMBINATION OF THE CONCEPT OF ENTERPRISE'S TAX BURDEN AND THE LEVEL OF INSTITUTIONAL BURDEN

УДК 336.22

Кудріна О.Ю.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри бізнес-економіки
та адміністрування
Сумський державний університет
імені А.С. Макаренка

Саєнко О.О.

к.е.н., доцент кафедри публічної
служби та управління навчальними
й соціальними закладами
навчально-наукового інституту
публічного управління
Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка

У статті досліджено елементи теорії щодо розуміння та трактування поєднання поняття податкового навантаження підприємства і ступеня інституційного тягара та їх поєднання вітчизняними та зарубіжними науковцями. Зазначено, що в науці існують певні вимоги до визначення термінів (об'єктивність, чіткість визначення, завершеність пояснення). Зроблено висновок, що для характеристики податкового навантаження має значення не тільки кількість, а й структура сплачуваних податків. Обґрунтовано декілька способів регулювання податкового тягара підприємства.

Ключові слова: податкове навантаження, підприємство, податки, податкова сума, фінансовий показник, податкова ставка.

В статье исследованы элементы теории относительно понимания и трактовки сочетания понятий налоговой нагрузки предприятия и степени институционального бремени и их сочетания отечественными и зарубежными учеными. Отмечено, что в науке существуют определенные требования к определению сроков (объек-

тивность, четкость определения, завершенность объяснения). Сделан вывод, что для характеристики налоговой нагрузки имеет значение не только количество, но и структура уплачиваемых налогов. Обосновано несколько способов регулирования налогового бремени предприятия.

Ключевые слова: налоговая нагрузка, предприятие, налоги, налоговая сумма, финансовый показатель, налоговая ставка.

The article explores the elements of the theory of understanding and interpretation of the combination of the concept of tax burden of the enterprise and the degree of institutional burden and their combination, both domestic and foreign scholars. It is noted that in science there are certain requirements for the definition of terms (objectivity, clarity of definition, completeness of explanation). It is concluded that for the characterization of the tax burden, not only the quantity but also the structure of the taxes to be paid is important. Several ways of adjusting the tax burden of the enterprise are substantiated.

Key words: tax burden, enterprise, taxes, tax amounts, financial indicator, tax rates.

Постановка проблеми. Один із найважливіших аспектів функціонування податкової системи – це проблема податкового навантаження і його вплив на господарську активність підприємства. Показник податкового навантаження на платника податків є важливим вимірником якості податкової системи країни. Оптимально збудована податкова система країни повинна забезпечувати потреби держави у фінансових ресурсах, не знижуючи при цьому стимули платника податків до підприємницької діяльності і зобов'язуючи його до постійного пошуку шляхів підвищення ефективності господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічною основою дослідження є економічна теорія та наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених-економістів, зокрема: Г.В. Козаченко, Я.В. Литвиненко, І. Лукінова, В.М. Федосова, В.М. Опаріна, Г.О. П'ятаченко, О.М. Тимченко, Л.М. Шабліста, І.Д. Якушика. Науковим підґрунтям роботи також є чисельні статистичні дані, емпіричні напрацювання відомих фахівців-економістів тощо.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд варіантів розрахунку показника податкового тягара з урахуванням різних методичних підходів і вивчення можливості створення інтегральної оцінки податкового навантаження з урахуванням можливих структурних зрушень в інституційних транзакційних витратах підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Оптимальний розмір податкового тягара – центральна макроекономічна проблема будь-якої держави. Іноді як у спеціальній, так і в публіцистичній літературі доводиться стикатися з думкою про те, що чим нижче рівень податкового тягара, тим стрімкіше і динамічніше розвивається економіка держави: чим менше податки – тим вище економіка [2, с. 313]. Як головний приклад такого стану зазвичай наводять реформи президента США Р. Рейгана, що здійснив на початку 80-х років глобальні податкові перетворення. Проте зараз навіть у США до податкових реформ «рейганоміки» ставлення неоднозначне, а в теорії оподаткування постулат «низькі податки – висока економіка» досі не доведений і не обґрунтований [4, с. 407].

Відомий американський економіст А. Лаффер [5] виявив закономірність, що характеризує зв'язок між податковим навантаженням підприємства і доходами держави, що надходять у вигляді податків. Він обґрунтував висновок про те, що зниження податкових ставок стимулює зростання виробництва і розширює податкову базу, а збільшення податкового тягара є першопричиною розвитку тіньового сектору економіки. Оптимальний відсоток вилучень визначається економічними умовами, що складаються в кожній країні: структурою власності, трудовитратами, податковою мораллю, рівнем податкового адміністрування, входженням країни у світовий ринок [5]. Проте можливість для

дії відкритої А. Лаффером закономірності й ослаблення податкового преса з'являється тільки в умовах відносної фінансової стабільності.

З мікроекономічного погляду, тобто окремо взятого підприємства, рівень податкового тягара є індикатором доцільності ведення бізнесу взагалі і ведення його в легальному полі зокрема [3]. І. Лукинов зазначає: «В економіці будь-якої країни підприємство не зможе існувати, якщо йому доводиться віддавати у вигляді податків більше половини своїх доходів. З іншого боку, дуже мала частка доходів, сплачена у вигляді податків, не дає підприємству відчуття причетності до формування макроекономічного добробуту в країні. Тому можливість знати і контролювати свій рівень податкового тягара для будь-якого підприємства – це важливий інструмент у процесі ухвалення фінансових рішень» [7, с. 17].

Під час побудови механізмів податкової оптимізації підприємства практично завжди ігнорують факт причетності податків до інституційних трансакційних витрат. Більше того, податки є одним із найбільших структурних елементів трансакційних витрат, і їх (податків) зміна завжди викликає структурні зрушення у загальній сумі трансакційних витрат. Прагнення підприємства зменшити податковий тиск може призводити до різкого зростання витрат на забезпечення альтернативної діяльності або діяльності в тіньовому секторі, через що загальна сума трансакційних витрат може істотно вирости і, отже, погіршиться загальний фінансовий результат.

Саме тому показник податкового тягара повинен бути методично прив'язаний до величин трансакційних витрат у розрізі «ціни підпорядкування закону» і «ціни позалегалності».

На макроекономічному рівні податковий тягар (податковий гніт) – це узагальнений показник, що характеризує роль податків у житті суспільства і визначається як відношення загальної суми податкових зборів до сукупного національного продукту [16]. Податки і збори, що формують сучасну податкову систему України, розрізняються за об'єктами обкладення і джерелами сплати, тому в мікроекономіці неправомерно, на нашу думку, знеособлене застосування поняття «податкове навантаження» без співвідношення суми податку з конкретним фінансово-економічним показником – об'єктом обкладення податку або джерелом його сплати. Термін «податкове навантаження» є відносним показником, оскільки співвідносить податкові суми з певним фінансовим показником. Саме таке співвідношення величин дає можливість провести порівняльний аналіз податкових вилучень за окремі періоди часу, в окремих підприємств або у підприємств різних галузей. Іншими словами, податковий тягар відображає ту частину виробленого суспільством продукту, яка перерозподіляється за допомогою бюджетних механізмів [10, с. 28].

Податковий менеджмент безпосередньо пов'язаний із тяжкістю податкового тягара. При цьому, на думку О.М. Медведєва, прийнята така градація [8, с. 80–100].

Якщо податковий тягар становить 10–15%, то податковий менеджмент може обмежуватися рамками чіткого ведення бухгалтерського обліку, внутрішнього документообігу і використанням прямих пільг. Для цього достатньо рівня бухгалтера і, можливо, разових послуг зовнішнього консультанта [8, с. 84].

За податкового тягара 20–40% регулярне податкове планування і контроль стають частиною загальної системи фінансового управління і контролю. Необхідні спеціальна підготовка і планування контрактних схем типових, великих і довгострокових контрактів. Необхідні наявність спеціально підготовленого персоналу, контроль і керівництво з боку фінансового директора. Бажане абонентське обслуговування в спеціалізованій юридичній і (або) аудиторській фірмі [8, с. 85].

Якщо податковий тягар досягає 45–60%, то податковий менеджмент стає найважливішим елементом організації діяльності підприємства в його поточній щоденній діяльності за всіма зовнішніми і внутрішніми напрямками. Потрібні спеціально підготовлений персонал і організація тісної взаємодії з усіма службами з організацією і контролем із боку дирекції. Постійна робота із зовнішнім податковим консультантом життєво необхідна. Знадобляться й спеціальна програма розвитку, обов'язковий податковий аналіз і експертиза будь-яких організаційних, юридичних або фінансових заходів та інновацій податковими консультантами [8, с. 93].

Якщо ж податковий тягар перевищить 60%, то ніякий податковий менеджмент не допоможе. Треба змінювати вид діяльності або країну [8, с. 94].

Потребує уточнення і саме поняття «податкове навантаження підприємства». Одна з думок полягає у тому, що це комплексна характеристика, яка, крім співвідношення нарахованих податків і доходів підприємства, повинна включати: кількість податків та інших обов'язкових платежів; структуру податків; механізм стягування податків [1, с. 36].

Для характеристики податкового навантаження має значення не тільки кількість, а й структура сплачуваних податків. Найбільш «важкими» є податкові платежі, що обчислюються незалежно від отриманого доходу і лише частково перекладаються на кінцевого споживача. Це податки, сплачувані як відрахування від обороту і майнові податки.

Наукою обґрунтовано декілька способів регулювання податкового тягара підприємства.

Одним зі способів державного регулювання податкового тягара платників-підприємств пропонується використовувати так зване правило червоної межі [13]. Згідно із цим правилом, загальна сума податкових і аналогічних ним вилучень у промислових підприємств повинна бути обмежена

певним відсотком від їх обороту. Застосовувати це правило потрібно протягом трьох-п'яти років, а за його рамки можуть виходити тільки рентні платежі та деякі фіскальні акцизи. Такий захід, уведений на нормативному рівні, на думку авторів [10; 13], сприятиме приведенню цін у відповідність із реальним рівнем попиту і пропозиції.

Іншим поширеним способом розрахунку податкового тягара є показник ефективної податкової ставки, яка є часткою податку в сумарному оподаткованому доході платника податків. Податкові ставки, що використовуються під час розрахунку методом складної прогресії, показують розмір обкладення лише для окремих частин доходу платника податків. Для того щоб визначити ефективну податкову ставку, необхідно спочатку обчислити частку, що вилучається податком з кожної окремої частини доходу, а потім їх суму віднести до загальної суми доходів [16, с. 37].

Відомі методики розрахунку податкового тягара за способом ефективної ставки (відношення загальної суми податків до доданої вартості, створеної підприємством), запропоновані фахівцями Д.Г. Черниковим, М.Ю. Алексєєвим, Н.А. Брусиловською [9, с. 370]. Ефективна ставка характеризує загальний податковий тягар із погляду доцільності інвестицій. У зв'язку із цим автори вводять поняття «податкова пастка», що є ситуацією, за якої частка доданої вартості підприємства, що вилучається через податки, робить не вигідними інвестиції в розширення виробництва. Приймаючи граничний рівень ефективної ставки за західними стандартами 35,4%, автори визначили вітчизняну ефективну ставку в розмірі 58,9%, що на 15 пунктів вище за податкову пастку і практично повністю виключає розвиток процесів інвестування в Росії [9, с. 371].

Усі дискусії про податкове навантаження на підприємства залишаються безпредметними до того часу, доки не буде досягнута згода в питанні про методику розрахунку зведеного показника, що характеризує це навантаження. Існує декілька методик розрахунку податкового навантаження для підприємства.

Згідно з методикою, запропонованою А. Поддєрьогіним [13], податкове навантаження дорівнює відношенню всіх податків, сплачуваних підприємством, до виручки від реалізації, включаючи виручку від іншої реалізації. «Даний показник не враховує структуру податків у виручці, тому за ним не можна судити про вплив податків на фінансовий стан підприємства. Співвідношення всіх податків до виручки характеризує тільки динаміку податкоємності продукції за різні періоди виробництва» [13].

Ще одну методику пропонує А. Медведєв [8]. У його підході до показника податкового навантаження враховується те, що кожна група податків залежно від джерела їх сплати має свій критерій оцінки важкості податкового тягара. За цією мето-

дикою податковий тягар розраховується як відношення суми всіх податків до прибутку підприємства. Ця методика аналізує дію прямих податків на фінансовий стан підприємства, проте має серйозний недолік, оскільки не враховує вплив непрямих податків на діяльність підприємства. ПДВ і акцизи не приймаються до розгляду як податки, що не впливають на величину прибутку підприємства [8].

У статті [12] опублікований підхід М.І. Литвина до визначення показника податкового навантаження. До складу податків, що сплачуються підприємством, автор включає всі податки без винятку: ПДВ, акцизи, податок на доходи фізичних осіб, відрахування до позабюджетних соціальних фондів. М.І. Литвин аргументує свою позицію тим, що для підприємства не існує нейтральних податків, джерелом сплати податків є дохід підприємства, «...сплата всіх податків здійснюється за рахунок поточних грошових надходжень, а ступінь їх перекладення непостійна». Абсолютно нейтральних для підприємства податків просто не існує: вони реально сплачуються за рахунок поточних грошових надходжень, а ступінь їх «перекладення» непостійний і здійснюється не в повному обсязі. Це «перекладення», як відомо, залежить від еластичності попиту на відповідну продукцію. За сталого рівня цін і високих ставок непрямого оподаткування їх подальше підвищення призведе до істотних утрат доходів у товаровиробників [12].

Показник податкового навантаження М.І. Литвин розраховує як відношення суми податків до суми джерела коштів для сплати. Спільним знаменником для всіх податків автор пропонує використовувати додану вартість, що обчислюється як валовий дохід мінус матеріальні витрати на виробництво і реалізацію. Цей показник зіставляється з показником, на основі якого обчислюється макроекономічне податкове навантаження. Застосування даного методу дає цінні відомості. Видно, яка частина доданої вартості йде в податки і скільки прибутку витрачається на податки, а також враховується частка матеріальних витрат, амортизації, трудовитрат у доданій вартості конкретного підприємства [12].

Т.Ф. Юткіна пропонує розрізняти відносне й абсолютне податкове навантаження. «Абсолютне податкове навантаження – це податки і страхові внески, що підлягають перерахуванню до бюджету і до позабюджетних фондів» [16, с. 333]. У цьому разі податкове навантаження не спотворюють такі чинники, як матеріаломісткість виробництва, чисельність працівників, сума податків у ціні продукції. Автор вважає, що непрямі податки повинні включатися до складу податкових платежів. Проте показник абсолютного податкового навантаження не порівнює величину податкових платежів із джерелом їх сплати, не відображає напруженість податкових зобов'язань, тому автор пропонує використовувати поняття відносного податкового

навантаження. Це – відношення її абсолютної величини до наново створеної вартості, тобто частка податків і страхових внесків, включаючи недоїмку, у наново створеній вартості. Наново створену вартість пропонується обчислювати так [16, с. 345]:

$$НСВ = В - МВ - А + ІД - ІВ, \quad (1)$$

або

$$НСВ = ОП + В + П + ПП, \quad (2)$$

де НСВ – наново створена вартість;

В – виручка від реалізації товарів, продукції, робіт, послуг;

МВ – матеріальні витрати;

А – амортизація;

ІД – інші доходи;

ІВ – інші витрати (без урахування податкових платежів);

ОП – оплата праці;

В – відрахування на соціальні потреби;

П – прибуток підприємства;

ПП – податкові платежі.

Переваги цього методу полягають у тому, що податкові платежі співвідносяться тільки з наново створеною вартістю, податковий тягар визначається щодо джерела сплати податків.

Цікавий підхід до характеристики податкового навантаження підприємства описаний В.П. Павіною [12]. Вона пропонує використовувати для цього систему показників (коефіцієнтів податкового навантаження ($K_{пн}$)):

$K_{пн}$ за виручкою (брутто);

$K_{пн}$ за виручкою (нетто);

$K_{пн}$ за доданою вартістю;

$K_{пн}$ за чистою доданою вартістю;

$K_{пн}$ за умовним прибутком;

$K_{пн}$ за прибутком до сплати відсотків;

$K_{пн}$ за чистим прибутком.

Кожен із цих показників важливий для аналізу податкових відносин і для фінансового планування як на рівні підприємства, так і на всіх рівнях бюджетної системи, хоча дана система показників дуже обширна та здатна ускладнити процес вибору оптимальних податкових параметрів для підприємства. Тому серед них слід визначити такий, який може служити інструментом оптимізації податкової системи, інструментом вирівнювання податкового тягара різних суб'єктів господарювання [12]. На нашу думку, цей показник повинен обчислюватися на основі співвідношення податкових платежів і тієї частини вартості, яка за своїм змістом може підлягати розподілу між державою і суб'єктом господарювання.

Згідно із законами відтворення, частина виручки, рівна величині матеріальних витрат і амортизації, повинна залишатися на підприємстві і спрямовуватися на відшкодування спожитих засобів виробництва. Вона не може перерозподілятися

за допомогою податків. Об'єктом розподілу, основою для визначення показника податкового навантаження, придатного для міжгалузевих порівнянь, може бути або чиста додана вартість, або умовний прибуток. Теоретично найбільш точним показником податкового навантаження з погляду міжгалузевих порівнянь є відношення податків, що сплачуються підприємством, до умовного прибутку. Умовний прибуток – це розрахунковий показник, що характеризує величину прибутку, яку б отримало підприємство в умовах відсутності податкових платежів. Він визначається як різниця наново створеної вартості і витрат на оплату праці (УП = НСВ – ОП). По суті, це прибуток до сплати податків і відсотків, тобто та частина чистої доданої вартості, яка підлягає розподілу між підприємством і державою. У нормальній ринковій економіці, де сформувалася система оплати праці і високий ступінь захисту інтересів найнятих робітників, саме цей показник може найточніше характеризувати податковий тягар підприємств [17, с. 125].

Проте в сучасній економіці застосування цього показника на практиці ускладнено, тому що рівень оплати праці й її частка в чистій доданій вартості різко диференціюється не тільки за регіонами, галузями і секторами економіки, а й у рамках одного виду діяльності на одній території. Тому в реальних сучасних умовах найбільш відповідним показником для порівняння податкового навантаження підприємств є коефіцієнт податкового навантаження за чистою доданою вартістю [17, с. 175].

Складнішу й цікавішу методику визначення податкового навантаження підприємства з урахуванням галузевих особливостей пропонує Г. Девлікамова [12]. Ця методика дає змогу не тільки визначити ступінь податкового тиску на підприємство і виявити необхідність і глибину застосування методів податкового планування, а й ураховувати виробничі особливості, які б давали можливість проводити порівняльний аналіз дії змін у податковому та господарському законодавстві на підприємство.

Аналіз податкового навантаження підприємства включає декілька етапів. Протягом першого етапу визначається динаміка сум податків і зборів за досліджуваний період часу. Розраховуються ланцюгові і базисні темпи зростання платежів за кожної позиції. Виявляються ті податки, у динаміці яких відбулися найбільш значущі зміни. Заздалегідь визначаються причини, що викликали їх [12].

Далі розраховують структуру сум податків і зборів за кожен рік досліджуваного періоду. Виявляються платежі, що мають найбільшу питому вагу в загальній сукупності податків. Дається характеристика змін, подій за період у співвідношеннях питомих вагів податків. Заздалегідь визначаються причини динаміки податкової структури. Потім виявляються чинники, під впливом яких відбулися

найбільш значущі зміни в динаміці та структурі податків і зборів. Таким чином, перший етап дає змогу охарактеризувати абсолютне податкове навантаження на підприємство. Проте його величина не дає повного та остаточного уявлення про ступінь дії сукупності податків і зборів на результати діяльності підприємства [12].

На другому етапі розраховуються коефіцієнти, які характеризують ступінь тиску податкового пресу на основні фінансово-економічні показники суб'єкта господарювання: виручку від реалізації продукції, балансовий і чистий прибуток, витрати виробництва й обігу. При цьому всі коефіцієнти діляться на групи. Групу А становлять коефіцієнти податкового навантаження на виручку від реалізації. Вони розраховуються почерговим діленням на величину виручки від реалізації продукції (брутто і нетто) таких показників [12]: суми всіх непрямих податків і зборів; суми всіх прямих податків і зборів; податку на прибуток підприємств; податків на майно підприємств.

Ці коефіцієнти характеризують ступінь дії на виручку відповідно до непрямого оподаткування, прямого оподаткування, оподаткування на прибуток і майнового обкладення [12].

У групу Б зведені коефіцієнти, що характеризують рівень дії обкладення податком на прибуток підприємства і майнового обкладення підприємства. Вона включає такі співвідношення:

відношення податку на прибуток і різновидів податків на майно до суми валового прибутку;

відношення суми податків і зборів, що стягуються з фінансового результату, до валового прибутку;

відношення суми податків і зборів, що стягуються з чистого прибутку, до чистого прибутку [12].

І, нарешті, група В включає коефіцієнти, що характеризують податкове навантаження на величину витрат виробництва й обігу. Ці коефіцієнти розраховуються співвідношенням сум податків і зборів, що включаються до собівартості продукції [12].

Усі отримані аналітичні коефіцієнти зводяться в таблицю й аналізуються за роками. Даними коефіцієнтами є стійкі кількісні характеристики, динаміка яких дає змогу зробити висновки про тенденції, що склалися у системі оподаткування підприємства, і про рівень її дії на об'єкт дослідження за даний період [12].

Пропоновані характеристики абсолютного і відносного податкового навантаження на підприємство достатньо повно відображають рівень дії системи оподаткування на кінцеві результати діяльності суб'єкта господарювання. Отже, ця методика дає змогу зіставляти ступені податкового навантаження у підприємств суміжних галузей народного господарства по виробничому ланцюжку. Проте слід зазначити, що дана методика враховує той факт, що податкове і господарське законодавство постійно змінюється, можуть відбу-

ватися істотні структурні зміни в діяльності самого підприємства, тому сукупність чинників впливу, які доводиться враховувати під час використання цієї методики, обширна і включає показники економічного й технологічного характеру, які не завжди співставні за роками. Проведення факторного аналізу вимагає від аналітика знань у суміжних галузях: у податковому і господарському праві, у виробничій технології. Вказані моменти ускладнюють використання даної методики [12].

Перераховані методики визначення показника податкового навантаження підприємств зводяться до співвідношення суми податків, що сплачуються підприємством, до суми доходів. Відмінності між цими методиками полягають у тому, які податки включаються у чисельник показника й які форми доходів використовуються у знаменнику. Одні дослідники виходять з того, що під час визначення податкового навантаження на підприємство не повинні враховуватися непрямі податки (ПДВ, акциз тощо) внаслідок їх перекидання на споживача. Інші – навпаки, включають у чисельник усі податки, що сплачуються підприємством як за своїми зобов'язаннями, так і за зобов'язаннями працівників, включаючи податки та платежі, що стягуються з оплати праці. Треті – визначають податкове навантаження виходячи тільки з тих податків, які сплачує підприємство як платник (податки, за якими підприємство є податковим агентом, у розрахунок не приймаються) [15, с. 200].

Як знаменник під час розрахунків податкового навантаження у різних методиках використовується весь спектр найважливіших вартісних показників діяльності підприємства – від виручки до прибутку [15, с. 202]. Це відбувається тому, що джерелом сплати може бути тільки дохід підприємства в його різних формах, а саме:

виручка від реалізації продукції (робіт, послуг) – для ПДВ і акцизів;

собівартість продукції з подальшим покриттям витрат із виручки від реалізації – для комунального і соціальних податків і зборів;

прибуток підприємства в процесі його формування – для різновидів податку на майно;

прибуток підприємства в процесі його розподілу – для податку на прибуток;

чистий прибуток підприємства – для економічних санкцій, що вносяться до бюджету, деяких місцевих податків і ліцензійних зборів [15, с. 203].

Платник податків зазвичай вважає справедливим податкове навантаження до 30% від суми виручки, важко сприймає навантаження у 40% і не вважає його прийнятним, коли воно перевищує 50%. Світовий досвід оподаткування показує, що вилучення у платника податків до 30–40% доходу – та межа, за якою починається процес скорочення заощаджень і тим самим інвестицій в економіку. Якщо ж податкове навантаження дося-

гає рівня 40–50%, то це повністю ліквідує стимули до підприємницької ініціативи і розширення виробництва [11, с. 27].

Висновки з проведеного дослідження.

Узагальнюючи сутність усіх визначень, можна констатувати: термін «податкове навантаження» є відносним показником, оскільки співвідносить податкові суми з певним фінансовим показником. Саме таке співвідношення величин дає можливість провести порівняльний аналіз податкових вилучень за окремі періоди часу, у окремих підприємств або у підприємств різних галузей. Для характеристики податкового навантаження має значення не тільки кількість, а й структура сплачуваних податків. Ученими обґрунтовано декілька способів регулювання податкового тягара підприємства. Найбільш застосовувані з них – правило червоної межі та використання рівня ефективної податкової ставки. Відомі на цей час методики визначення показника податкового навантаження підприємств зводяться до співвідношення суми податків, що сплачуються підприємством, до суми доходів. Відмінності між цими методиками полягають у тому, які податки включаються у чисельник показника й які форми доходів використовуються у знаменнику.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про податки і збори населенню України / М.Я. Азаров, Г.І. Бондаренко, П.В. Мельник; Державна податкова адміністрація України; Академія державної податкової служби України. К., 2000. 182 с. ISBN 966-7257-2-7.
2. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика: учеб. пособ. СПб.: Питер, 2003. 368 с.
3. Де Сото Э. Иной путь. Невидимая революция в третьем мире. М.: ИСАРП, 1998. 486 с.
4. Долан Э.Дж., Линдсней Д. Микроэкономика; пер с англ.; под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. СПб.: Литера Плюс, 1994. 448 с.
5. История экономических учений (современный этап): учебник / под ред. А.Г. Худокормова. М.: Инфра-М, 1999. 733 с.
6. Управління затратами промислового підприємства: монографія / Г.В. Козаченко, Ю.С. Погорелов, Л.Ю. Хлапьянов. Київ: Лібра, 2007. 320 с.
7. Лукинов І. Економічні трансформації. К.: Книга, 1997. 568 с.
8. Медведев А.Н. Как планировать налоговые платежи. Практическое руководство для предпринимателей. М.: ИНФРА-М, 2000. 142 с.
9. Налоги: учеб. пособ. для студентов вузов / Д.Г. Черник, М.Ю. Алексеев, Н.А. Брусиловская и др.; под ред. Д.Г. Черника; 4-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2004. 542 с.
10. Податкова система України: підручник / В.М. Федосов, В.М. Опарін, Г.О. П'ятаченко та ін.; за ред. В.М. Федосова. К.: Либідь, 1994. 464 с.
11. Тимченко О.М. Податковий менеджмент: навч.-метод. посіб. для самостійного вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2001. 150 с. ISBN 966-574-205-1.
12. Трошин А.В. Сравнительный анализ методик определения налоговой нагрузки на предприятия. Финансы. 2005. № 5. С. 44–50.
13. Фінанси підприємств: підручник / керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін; 3-е вид., перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2000. 460 с.
14. Основы налоговой системы: учеб. пособ. для вузов / Д.Г. Черник, А.П. Починок, В.П. Морозов. М.: Финансы, ЮНИТИ, 1998. 265 с.
15. Шаблыста Л.М. Податки як засіб структурної перебудови економіки. К., 2000. 218 с. ISBN 966-02-1506-1.
16. Юткина Т.Ф. Налоги и налогообложение: учебник. М.: ИНФРА-М, 1998. 429 с.
17. Якушик І.Д., Литвиненко Я.В. Податки в країнах світу: довідник. К.: МП Леся, 2004. 480 с. ISBN 966-8126-43-2.

REFERENCES:

1. Azarov M.Y., Bondarenko H.I., Melnyk P.V. (2010) Pro podatky i zbory naselenniu Ukrainy. Ukrainy. Kyiv: Akademiia derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy, p. 182 (in Ukrainian).
2. Vechkanov G.S. (2003) Mikroekonomika: [uchebn. posob.]. Piter: SPb. (in Russian).
3. De Soto E. (1998) Inoy put'. Nevidimaya revolyutsiya v tret'em mire. Moskva: ISARP (in Russian).
4. Dolan E.Dzh., Lindsney D. (1994) Mikroekonomika [pod obshch. red. B. Lisovika i V. Lukashevicha]. Sankt-peterburg: Litera Plyus (in Russian).
5. Istoriya ekonomicheskikh ucheniy (sovremennyy etap) (1999) [uchebn.]. Moskva: Infra-M (in Russian).
6. Kozachenko H.V. (2007) Upravlinnia zatratamy promyslovoho pidpriemstva : [monohrafiia]. Kyiv: Libra (in Ukrainian).
7. Lukinov I. (1997) Ekonomichni transformatsii. Kyiv: Knyha. (in Ukrainian)
8. Medvedev A. N. (2000) Kak planirovat' nalogovye platezhi. Prakticheskoe rukovodstvo dlya predprinimateley. Moskva: INFRA-M (in Russian).
9. Nalogi : [uchebn. posob. dlya studentov vuzov] (2004) [Chernik D.G., Alekseev M.Yu., Brusilovskaya N.A. i dr]. Moskva: Finansy i statistika (in Russian).
10. Podatkova systema Ukrainy (1994) [pidruchn.]. Kyiv.: Lybid (in Ukrainian).
11. Tymchenko O.M. (2001) Podatkovyi menedzhment: [navch.-metod. posib. dlia samostiinoho vvych. dystsypliny]. Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
12. Troshin A.V. (2005) Sravnitel'nyy analiz metodik opredeleniya nalogovoy nagruzki na predpriyatiya. Kyiv: Finansy (in Ukrainian).
13. Finansy pidpriemstv: [pidruchn] (2000) Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
14. Chernik D.G. (1998) Osnovy nalogovoy sistemy: [uchebn. posob. dlya vu-zov]. Moskva: Finansy, YuNI-TI. (in Russian).
15. Shablysta L.M. (Podatky yak zasib strukturnoi perebudovy ekonomiky / L.M. Shablysta. Kyiv (in Ukrainian).
16. Yutkina T.F. (1998) Nalogi i nalogooblozhenie: [uchebn.]. Moskva: INFRA (in Russian).
17. Yakushyk I.D. (2004) Podatky v krainakh svitu: [dovidn.]. Kyiv: MP Lesia (in Ukrainian).

Kudrina O.Y.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Department of Business Economics and Administration
Sumy State A.S. Makarenko Pedagogical University

Saienko O.A.

Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer at Department
of Public Service and Management of Educational and Social Establishments
Luhansk Taras Shevchenko National University

COMBINATION OF THE CONCEPT OF ENTERPRISE'S TAX BURDEN AND THE LEVEL OF INSTITUTIONAL BURDEN

One of the most important aspects of the functioning of the tax system is the problem of the tax burden and its impact on the economic activity of the enterprise. An indicator of the tax burden on the taxpayer is an important measure of the quality of the tax system of the country. The optimally built tax system of the country should provide the state's needs for financial resources, while not reducing the incentives of the taxpayer to engage in entrepreneurial activity and oblige him to constantly search for ways to improve the efficiency of management.

The optimal size of the tax burden is the central macroeconomic problem of any state. Sometimes both special and journalistic literatures have to face the notion that the lower the tax burden, the more rapidly and more dynamically the state's economy is developing: the fewer taxes – the higher the economy.

When constructing tax optimization mechanisms, enterprises almost always ignore the fact of the involvement of taxes in institutional transaction costs. Moreover, taxes are one of the largest structural elements of transaction costs and their change always causes structural shifts in the total transaction costs. The desire of the enterprise to reduce the tax pressure can lead to a sharp increase in the cost of providing alternate activities or activities in the shadow sector, which means that the total transaction costs can substantially increase and, consequently, the overall financial result will deteriorate.

At the macroeconomic level, the tax burden is a generalized indicator characterizing the role of taxes in the life of society and is defined as the ratio of the total amount of tax collections to the aggregate national product. Taxes and fees forming the modern tax system of Ukraine differ in the objects of taxation and sources of payment. Therefore, in microeconomics illegitimate is, in our opinion, an impersonal application of the concept of "tax burden" without the ratio of the amount of tax to a specific financial and economic indicator – the subject of taxation or source of payment. The term "tax burden" is a relative indicator, since it correlates tax amounts with a certain financial indicator. It is this ratio of values that makes it possible to conduct a comparative analysis of tax seizures for particular periods of time, in individual enterprises or from enterprises in different industries. In other words, the tax burden reflects a part of society's product, which is redistributed through budget mechanisms.

To characterize the tax burden, not only the quantity, but also the structure of the taxes is important. The most "heavy" are tax payments, calculated independently of the income received and only partially translated to the end user. These taxes are payable as deductions from sales and property taxes.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

ANALYSIS OF THE UKRAINIAN PUBLISHING AND PRINTING INDUSTRY'S CURRENT STATE

У статті розглянуто сучасні умови функціонування підприємств видавничо-поліграфічної галузі України. Проаналізовано сучасний стан дослідженості умов функціонування підприємств видавничо-поліграфічної галузі України у спеціальній і науковій літературі. Узагальнено основні чинники, що впливають на умови функціонування видавничо-поліграфічних підприємств в Україні. Проаналізовано основні середньогалузеві показники діяльності видавничо-поліграфічних підприємств, за результатами оцінки яких можливо сформулювати висновки щодо фінансового стану видавничо-поліграфічної галузі України. Зроблено загальні висновки за результатами проведеного аналізу.

Ключові слова: видавничо-поліграфічна галузь, показники діяльності підприємств видавничо-поліграфічної галузі, умови функціонування, структура витрат на інноваційну діяльність підприємств видавничо-поліграфічної галузі, оцінка фінансового стану галузі.

В статье рассмотрены современные условия функционирования предприятий издательско-полиграфической отрасли Украины. Проанализировано современное состояние исследованности условий функционирования предприятий издательско-полиграфической отрасли Украины в специальной и научной литературе. Обобщены основные факторы, которые влияют на условия функционирования издательско-полиграфических предприятий в Украине. Проанализированы основные среднеотраслевые показатели деятельности изда-

тельско-полиграфических предприятий, по результатам оценки которых можно сформировать выводы о финансовом состоянии издательско-полиграфической отрасли Украины. Сделаны общие выводы по результатам проведенного анализа.

Ключевые слова: издательско-полиграфическая отрасль, показатели деятельности предприятий издательско-полиграфической отрасли, условия функционирования, структура затрат на инновационную деятельность предприятий издательско-полиграфической отрасли, оценка финансового состояния отрасли.

The article considers modern functioning conditions of Ukrainian publishing and printing industry's enterprises. The present state of the research of functioning conditions of Ukrainian publishing and printing industry's enterprises in the special and scientific literature has been analysed. The main factors influencing the functioning conditions of publishing and printing enterprises in Ukraine have been summarized. The main industry-specific indicators of publishing and printing enterprises' activity have been analysed, according to the results of which it is possible to form conclusions about the financial state of the publishing and printing industry in Ukraine. General conclusions have been done based on the results of the analysis.

Key words: publishing and printing industry, indicators of activity of publishing and printing industry's enterprises, conditions of functioning, structure of expenses for innovative activity of publishing and printing industry's enterprises, assessment of industry's financial state.

УДК 655.1:311.3

Куцинська М.В.

к.е.н.,

доцент кафедри економіки
промисловості та організації
виробництва

Український державний

хіміко-технологічний університет

Куцинський А.В.

студент

Український державний

хіміко-технологічний університет

Постановка проблеми. За сучасних умов функціонування економіки України та світового економічного простору, швидких трансформацій та змін обставин здійснення господарської діяльності для прийняття зважених управлінських рішень на мезо-, мікро- та нанорівнях економіки щодо подальших напрямів діяльності та розвитку суб'єктів господарювання великого значення набувають питання оцінки загальних тенденцій, притаманних тій галузі економіки, в якій функціонують конкретні організації, підприємства та установи. Виняток не становлять і підприємства видавничо-поліграфічної галузі України, які сьогодні зазнали значних змін в умовах свого функціонування, котрі викликані передусім розвитком сучасних комп'ютерних та Інтернет-технологій. Отже, для формування обґрунтованих рекомендацій щодо поліпшення діяльності конкретного видавничо-поліграфічного підприємства необхідним є оцінка та аналіз тенденцій, притаманних сучасній видавничо-поліграфічній галузі України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сьогодні в науковій та спеціальній літературі питанням дослідження сучасного стану видавничо-поліграфічної галузі України приділяється належна увага. Так, розглядається територіальне розміщення підприємств галузі та аналізуються обсяги реалізації галузі [1]; досліджуються регіональні аспекти розвитку підприємств поліграфічної діяльності [2]; визначається роль видавничо-поліграфічних підприємств у розвитку національної економіки, обґрунтовується вплив чинників на процес функціонування та окреслюються подальші напрями розвитку видавництва і поліграфічних підприємств з урахуванням специфіки галузі [3]; визначаються ключові тенденції розвитку видавничо-поліграфічної галузі України [4]; аналізуються погляди вчених на проблеми економічного зростання і розвитку економіки для визначення основних чинників та встановлення пріоритетів їхнього впливу на результати функціонування видавничо-поліграфічної галузі України [5]; пропонуються підходи до формування страте-

гії розвитку підприємств видавничо-поліграфічної галузі [6] та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасного стану видавничо-поліграфічної галузі України шляхом оцінки основних середньогалузевих показників діяльності в динаміці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дані Державної служби статистики дають можливість зробити певні висновки щодо стану видавничо-поліграфічної галузі, досліджуючи середньоринкові показники діяльності підприємств видавничо-поліграфічної галузі за КВЕД 22.2 «Поліграфічна діяльність». Показники діяльності підприємств видавничо-поліграфічної галузі України за 2007–2016 рр. за КВЕД 22.2 [7] наведено в табл. 1.

Протягом 2007–2013 рр. обсяг ринку видавничо-поліграфічної продукції в Україні постійно зростав. Так, якщо наприкінці 2007 р. підприємствами видавничо-поліграфічної галузі було вироблено продукції на суму 7,415 млн. грн., то протягом 2013 р. ця сума становила 10,79 млн. грн., зростання сягнуло 45%. Показник прибутку відображає нестабільність, оскільки у 2008 р. було значне падіння рівня прибутку, майже на 23% порівняно з 2007 р., і повільне зростання протягом наступних років. Починаючи з 2014 р. всі показники за видавничо-поліграфічною галуззю України мають тенденцію до зниження. Така тенденція зумовлена, перш за все, впливом чинників, притаманних сьогоднішнім умовам господарювання видавничо-поліграфічних підприємств в Україні, а саме: нестабільністю правового середовища; нестабільністю політичної ситуації; низьким рівнем державної підтримки видавничо-поліграфічної галузі; відсутністю імпорتنих обмежень на видавничо-поліграфічну продукцію; високим рівнем конкуренції між суб'єктами господарювання видавничо-поліграфічної галузі; низь-

ким рівнем інвестицій у видавничо-поліграфічну галузь; високою вартістю використання позикових коштів; низьким рівнем платоспроможності населення; зміною вимог споживачів до поліграфічної продукції; високою вартістю видавничо-поліграфічного обладнання; безперервним розвитком технологій друку та устаткування для нього; масовою комп'ютеризацією усіх сфер життєдіяльності суспільства; широкою мережею Інтернет-видань, що здатна в короткі строки донести інформацію до кінцевого споживача, виключаючи витрати на верстку, друк та розповсюдження видавничо-поліграфічної продукції.

Про нестабільне становище у видавничо-поліграфічній галузі свідчить і значна частка збиткових підприємств – у межах 33–59% за 2007–2016 рр. [7] (табл. 2).

На початок 2014 р. видавничо-поліграфічна галузь України нараховувала 2 499 підприємств, із них переважна більшість – малі підприємства (91,3%). Частка суб'єктів приватної форми власності у видавничо-поліграфічній галузі України станом на 01.01.2017 більше 88% [7].

Динаміка обсягу інвестицій в основний капітал видавничо-поліграфічних суб'єктів господарювання у фактичних цінах за 2007–2016 рр., згідно з даними Державної служби статистики [7], наведена в табл. 3.

Починаючи з 2013 р. обсяг інвестицій у видавничо-поліграфічну діяльність продовжив зменшуватися, що пов'язано, перш за все, з політичними та економічними чинниками в межах країни у цілому. Така тенденція продовжує існувати й сьогодні.

Великого значення за сучасних умов функціонування світової економіки набуває оцінка структури витрат суб'єктів господарювання та безпосередньо структури витрат на інноваційну діяльність.

Таблиця 1

Показники діяльності підприємств видавничо-поліграфічної галузі України за 2007–2016 рр. за КВЕД 22.2

Показник	Роки									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Обсяг виробленої продукції, млн. грн.	7,415	9,18	9,375	9,936	10,625	10,74	10,79	10,70	10,33	10,11
Прибуток, млн. грн.	0,286	0,222	0,289	0,301	0,305	0,311	0,298	0,295	0,280	0,275
Збиток, млн. грн.	0,11	0,881	0,429	0,272	0,403	0,395	0,408	0,410	0,415	0,417

Таблиця 2

Основні дані збиткових підприємств поліграфічної галузі в 2007–2016 рр.

Показник	Роки									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Фінансовий результат прибуткових підприємств, млн. грн.	0,286	0,222	0,289	0,301	0,305	0,311	0,298	0,295	0,280	0,275
Частка прибуткових підприємств, %	66,5	60,7	61,8	64,5	43,1	44,1	42,2	42,0	41,9	40,8
Фінансовий результат збиткових підприємств, млн. грн.	0,110	0,881	0,429	0,272	0,403	0,395	0,408	0,410	0,415	0,417
Частка збиткових підприємств, %	33,5	39,3	38,2	35,5	56,9	55,9	57,8	58,0	58,1	59,2

Таблиця 3

Динаміка обсягу інвестицій в основний капітал видавничо-поліграфічних суб'єктів господарювання у фактичних цінах за 2007–2016 рр.

Показник	Роки									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Обсяг інвестицій, млн. грн.	621,3	674,1	485,3	431,2	516,4	529,5	504,9	502,3	502,0	499,8
Темп зростання, %	–	108,50	71,99	88,85	119,76	102,54	95,35	99,49	99,94	99,56

Результати аналізу середньогалузевої структури витрат на інноваційну діяльність видавничо-поліграфічних підприємств за 2007–2016 рр. узагальнено у вигляді діаграми на рис. 1.

Аналізуючи дані рис. 1, слушно зазначити, що найбільшу питому вагу серед витрат на інноваційну діяльність видавничо-поліграфічних підприємств за період, що аналізувався, мають витрати на придбання машин та обладнання. Частіше за все таке придбання видавничо-поліграфічними суб'єктами господарювання здійснювалося за рахунок позикових коштів, зокрема довгострокових та короткострокових кредитів.

Базуючись на даних Державної служби статистики України, проведемо аналіз змін показників у середньому за галузю, а саме: витрат на одиницю продукції; фондовіддачі; рентабельності продукції; продуктивності праці співробітників; коефіцієнту автономії; платоспроможності; коефіцієнту абсолютної ліквідності; коефіцієнту покриття; коефіцієнту наукомісткості виробництва; рентабельності продажу; коефіцієнту завантаження виробничих потужностей.

Результати проведеного аналізу відображено на рис. 2–12.

Зміни середньогалузових витрат на одиницю продукції видавничо-поліграфічних підприємств (рис. 2) пов'язані з подорожчанням сировини та

матеріалів, а також з інфляційними та кризовими процесами, які відбулися у нашій країні та на ринку.

Фондовіддача основних виробничих фондів (рис. 3) істотно коливається, що пов'язано з різним рівнем господарювання, неоднаковою оснащеністю їх цим ресурсом, різним співвідношенням його складових елементів, ступенем придатності та ін.

Показник рентабельності продукції на підприємствах видавничо-поліграфічної галузі (рис. 4) мав тенденцію до зниження. Такий стан свідчить про те, що попит на продукцію видавничо-поліграфічних підприємств протягом 2007–2016 рр. знижувався. Це пояснюється існуванням кризового стану всередині країни, що змушувало компанії, які користувалися видавничо-поліграфічними послугами та продукцією, значно зменшити свої потреби у цій продукції.

Зменшення продуктивності праці персоналу (рис. 5) у конкретні роки вказує на зменшення можливостей використання трудових ресурсів і характеризує зниження рівня ефективності управління трудовими ресурсами.

Коефіцієнт автономії свідчить про незалежність фінансового стану від позикових коштів. Якщо цей показник більший за нормативний (0,5), це свідчить про незалежний стан підприємства і дає йому змогу розраховуватися з кредиторами власними силами. Значення середньогалузевого

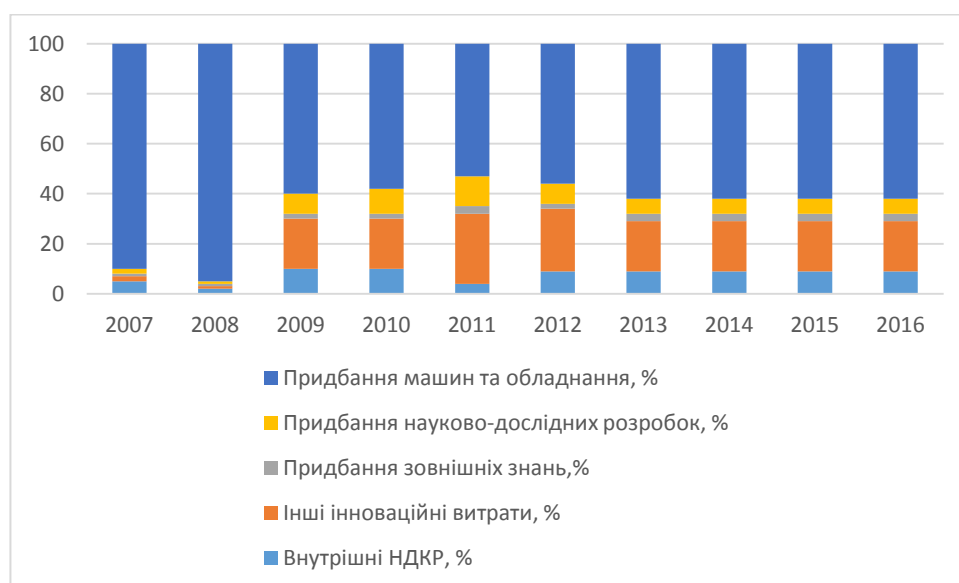


Рис. 1. Середньогалузева структура витрат на інноваційну діяльність видавничо-поліграфічних підприємств за 2007–2016 рр.

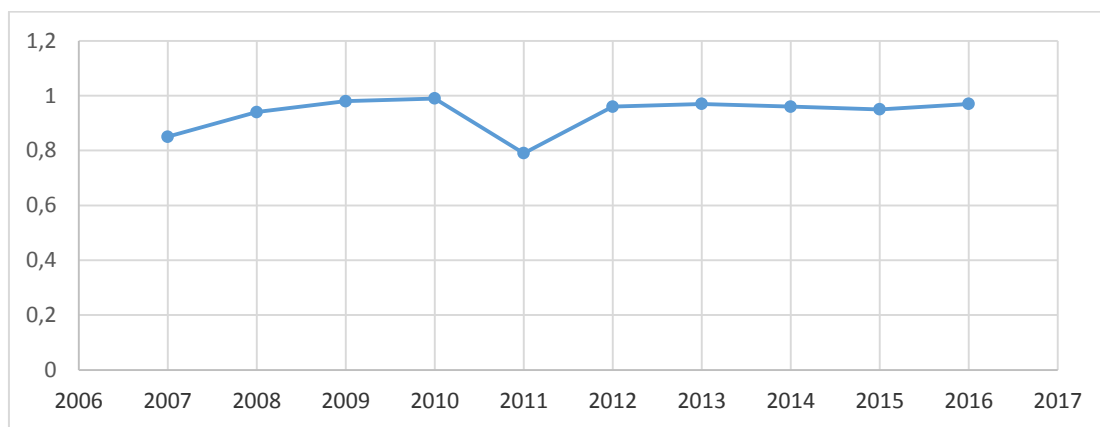


Рис. 2. Динаміка зміни середньогалузових витрат на одиницю продукції видавничо-поліграфічних підприємств

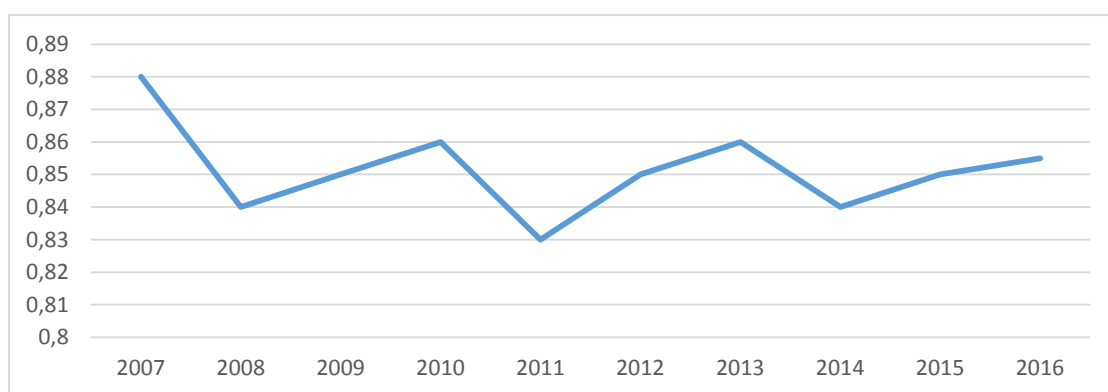


Рис. 3. Динаміка зміни середньогалузових показників фондівіддачі видавничо-поліграфічних підприємств

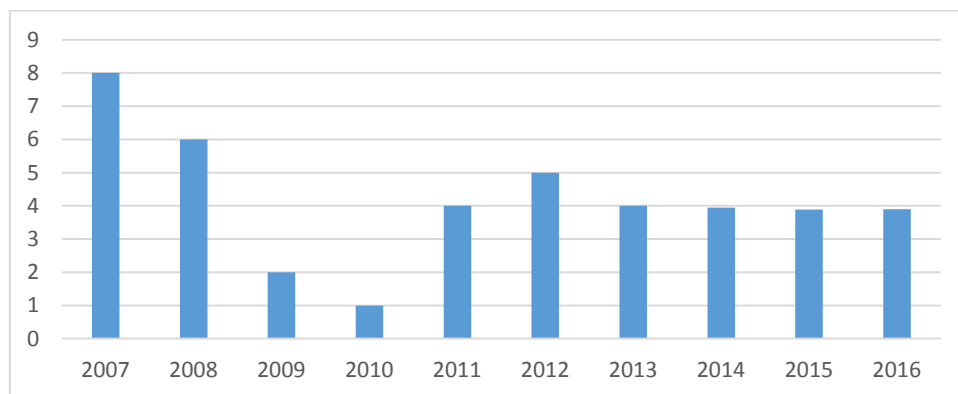


Рис. 4. Динаміка зміни середньогалузового показника рентабельності продукції видавничо-поліграфічних підприємств

коефіцієнту автономії видавничо-поліграфічних підприємств за період, що аналізувався, наведені на рис. 6.

Результати аналізу середньогалузових показників платоспроможності та коефіцієнта абсолютної ліквідності (рис. 7 та 8) свідчать, що період, який аналізувався, характеризується коливанням показників. Зниження коефіцієнту абсолютної ліквідності було зумовлене зниженням фінансових

інвестицій підприємств з одночасним збільшенням величини поточних зобов'язань. Ураховуючи те, що значення цього коефіцієнта вважається достатнім, якщо воно знаходиться у межах 0,2–0,35, на видавничо-поліграфічних підприємствах цей показник був дещо заниженим.

Коефіцієнт покриття показує достатність оборотних засобів для того, щоб погасити свої борги протягом року. Аналіз цього середньогалузового

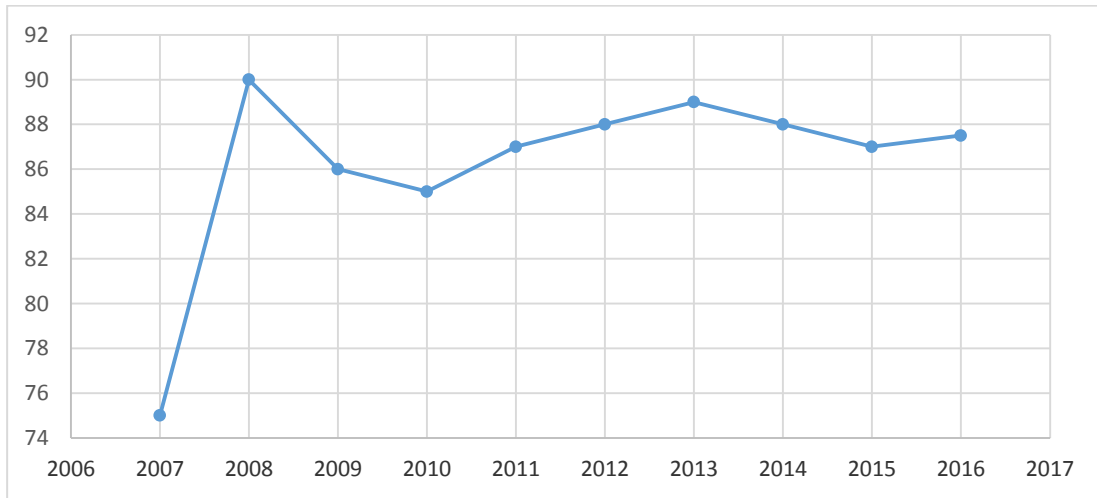


Рис. 5. Динаміка зміни середньогалузевої продуктивності праці співробітників видавничо-поліграфічних підприємств

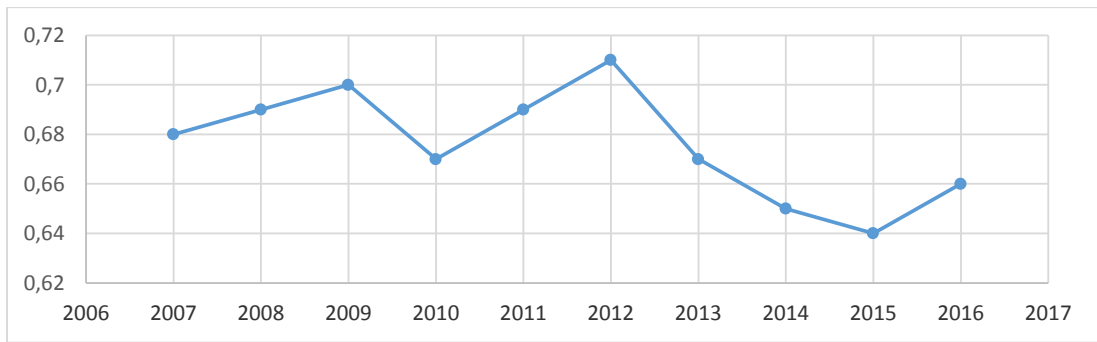


Рис. 6. Динаміка зміни середньогалузевого коефіцієнту автономії видавничо-поліграфічних підприємств

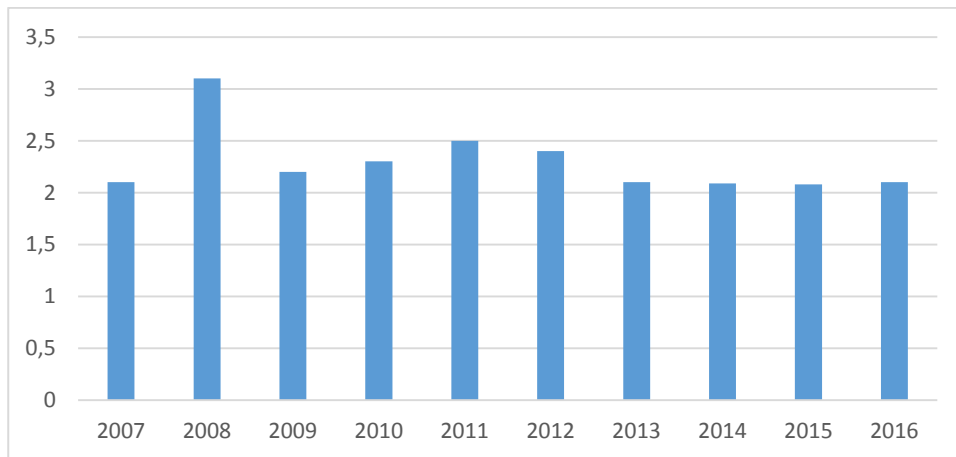


Рис. 7. Динаміка зміни середньогалузевої платоспроможності видавничо-поліграфічних підприємств

показника видавничо-поліграфічних підприємств дає можливість констатувати, що підприємства знаходяться на оптимальному значенні цього показника >1 (рис. 9).

Протягом років, що досліджувалися, на підприємствах видавничо-поліграфічної галузі спостерігається зростання частки вартості науково-дослідних інвестиційних проектів у загальній вартості інвестиційних витрат (рис. 10). Це пояснюється

тим, що з початком кризи на підприємствах значно скоротилися інвестиційні витрати, але при цьому витрати на інноваційні продукти зменшувалися значно повільніше. Видавничо-поліграфічні підприємства стали витрачати більше коштів на інвестиційні проекти в 2011–2016 рр., намагаючись вивести підприємства з кризи.

Рентабельність продажів видавничо-поліграфічної продукції мала тенденцію до зниження (рис. 11).

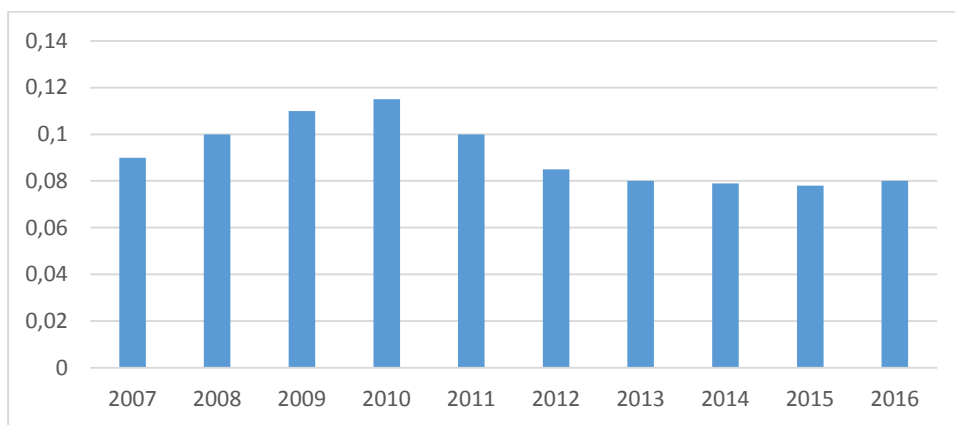


Рис. 8. Динаміка зміни середньогалузового коефіцієнта абсолютної ліквідності видавничо-поліграфічних підприємств

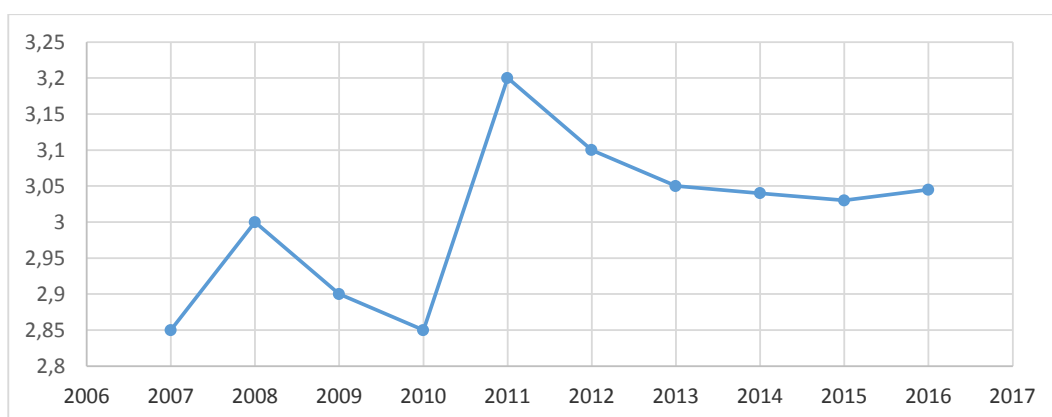


Рис. 9. Динаміка зміни середньогалузового коефіцієнту покриття видавничо-поліграфічних підприємств

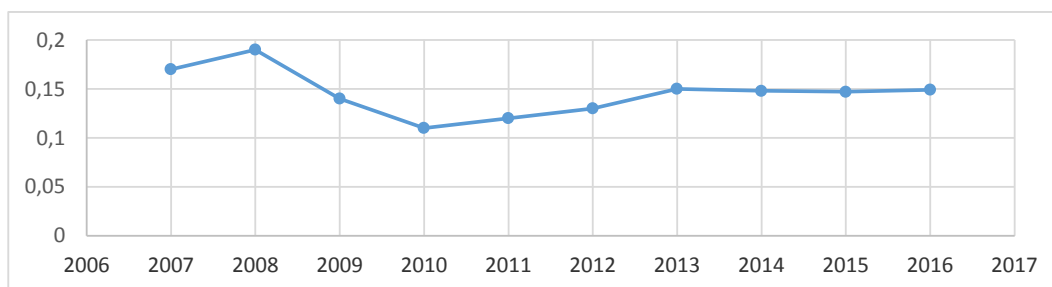


Рис. 10. Динаміка зміни середньогалузового коефіцієнту наукомісткості виробництва видавничо-поліграфічних підприємств

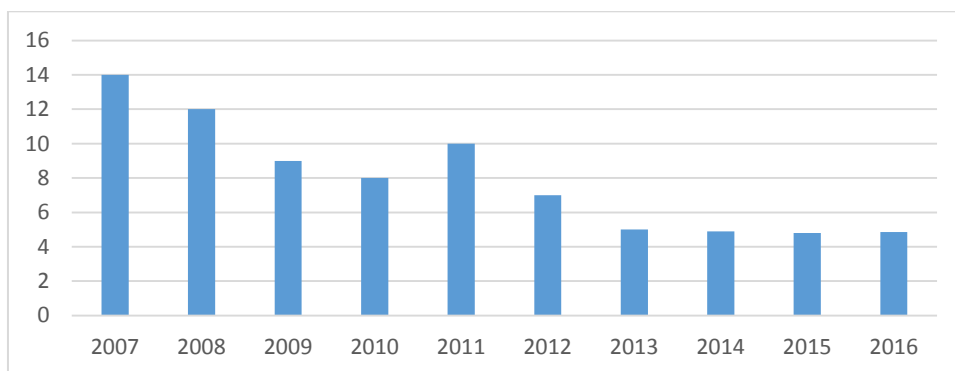


Рис. 11. Динаміка зміни середньогалузової рентабельності продажу видавничо-поліграфічних підприємств

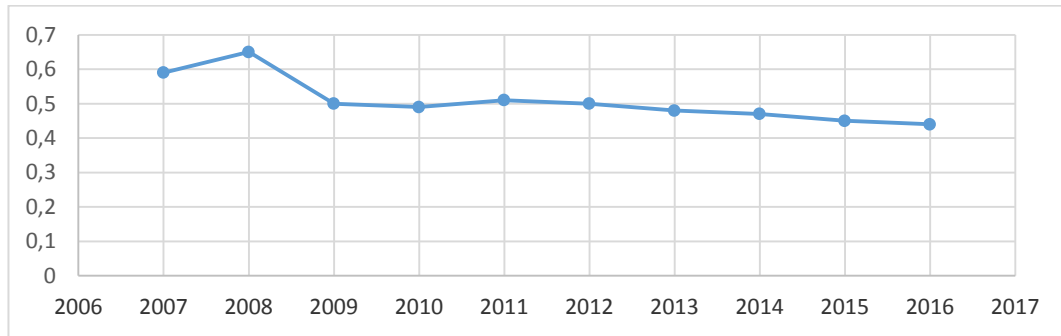


Рис. 12. Динаміка зміни середньогалузевого коефіцієнту завантаження виробничих потужностей видавничо-поліграфічних підприємств

Причиною зниження цього коефіцієнта є, насамперед, зростання витрат на виробництво і реалізацію продукції. Собівартість видавничо-поліграфічної продукції значно зросла через зростання вартості матеріалів. Ще однією причиною стало падіння загального обсягу продажів.

Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей дає можливість визначити, наскільки ефективно використовується обладнання під час виготовлення продукції. Такий показник для видавничо-поліграфічних підприємств є одним з основних в оцінці ефективності виробництва і збуту. Протягом досліджуваного періоду завантаження видавничо-поліграфічного обладнання зменшилося (рис. 12). Зниження завантаження виробничих потужностей було зумовлено тим, що кризовий стан у країні спонукав більшість компаній скоротити свої витрати на рекламну та поліграфічну продукцію.

Висновки з проведеного дослідження.

Узагальнюючи результати проведеного дослідження щодо сучасного стану видавничо-поліграфічної галузі України, доцільно зазначити, що сьогодні є певні проблеми, наявність яких підтверджують проаналізовані фактичні значення відповідних середньогалузевих показників стосовно фінансового стану суб'єктів господарювання галузі, вирішення котрих потребує вдосконалення підходів до побудови такої системи управління ресурсами видавничо-поліграфічних підприємств, функціонування якої відповідатиме сучасним вимогам ринкового простору та реаліям здійснення діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кожемяченко О.О., Бойко Т.О. Сучасний стан видавничо-поліграфічної галузі України. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. URL: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/46967/43125>.
2. Довгань Л.Є., Воржакіна Ю.П. Стан та перспективи розвитку поліграфічної промисловості України. Економіка та держава. 2013. № 6. С. 34–38.
3. Палига Є.М., Босак І.П. Сучасні тенденції функціонування підприємств видавничо-поліграфічної

галузі та альтернативи їх розвитку. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2016. Випуск 1(47). Т. 2. С. 285–290.

4. Штангрет А.М., Шляхетко В.В. Сучасні тенденції розвитку підприємництва у видавничо-поліграфічній галузі України. Вісник економічної науки України. 2008. № 2(14). С. 160–162.

5. Економічний розвиток видавничо-поліграфічної галузі України: дослідження сутності, показників, факторів і результатів / Л.А. Швайка, В.М. Сеньківський, О.В. Мельников. Наукові записки. 2012. № 4(41). С. 95–102.

6. Приб К.А. Формування стратегії розвитку підприємств видавничо-поліграфічної галузі. Інтелект XXI. 2014. № 6. С. 30–38.

7. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.org/uk>.

REFERENCES:

1. Kozhemiachenko O.O. Suchasnyi stan vydavnycho-polihrafichnoi haluzi Ukrainy [The current state of the publishing and printing industry of Ukraine] / O.O. Kozhemiachenko, T.O. Boiko // Suchasni problemy ekonomiky i pidpriemnytstvo [Elektronnyi resurs]. – Rezhyim dostupu: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/46967/43125> (in Ukrainian).
2. Dovhan L.Ie. Stan ta perspektyvy rozvytku polihrafichnoi promyslovosti Ukrainy [The state and prospects of the printing industry in Ukraine] / L.Ie. Dovhan, Yu.P. Vorzhakova // Ekonomika ta derzhava. – 2013. – № 6. – P. 34–38 (in Ukrainian).
3. Palyha Ye.M. Suchasni tendentsii funktsionuvannia pidpriemstv vydavnycho-polihrafichnoi haluzi ta alternatyvy yikh rozvytku [Modern tendencies of the enterprises of the publishing and printing industry and alternatives to their development] / Ye.M. Palyha, I.P. Bosak // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya Ekonomika. – 2016. – Vypusk 1(47). – T. 2. – P. 285–290 (in Ukrainian).
4. Shtanhret A.M. Suchasni tendentsii rozvytku pidpriemnytstva u vydavnycho-polihrafichnii haluzi Ukrainy [Modern tendencies of business development in the publishing and printing industry of Ukraine] / A.M. Shtanhret, V.V. Shliakhetko // Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy. – 2008. – № 2(14). – P. 160–162 (in Ukrainian).

5. Shvaika L.A. Ekonomichniy rozvytok vydavnycho-polihrafichnoi haluzi Ukrainy: doslidzhennia sutnosti, pokaznykiv, faktoriv i rezultativ [Economic development of Ukrainian publishing and printing industry: research of essence, indicators, factors and results] / L.A. Shvaika, V.M. Senkivskyi, O.V. Melnykov // Naukovi zapysky. – 2012. – № 4(41). – P. 95–102 (in Ukrainian).

6. Prib K.A. Formuvannia stratehii rozvytku pidpriemstv vydavnycho-polihrafichnoi haluzi [Formation of the strategy of development of enterprises of the publishing and printing industry] / K.A. Prib // Intelekt XXI. – 2014. – № 6. – P. 30–38.

7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://ukrstat.org/uk> (in Ukrainian).

Kutsynska M.V.

Candidate of Economic Science,
Senior Lecturer at Department of Industrial
Economy and Manufacture Organization
Ukrainian State University of Chemical Technology

Kutsynskyi A.V.

Student
Ukrainian State University of Chemical Technology

ANALYSIS OF THE UKRAINIAN PUBLISHING AND PRINTING INDUSTRY'S CURRENT STATE

Under current conditions, the functioning of the Ukrainian economy and the world economic space, rapid transformations and changes in the circumstances of economic activity for making management decisions on the further directions of activity and development of enterprises, of great importance are issues of evaluation of general tendencies inherent in the branch of the economy, in which specific enterprises operate. Enterprises of the publishing and printing industry of Ukraine, which for today have undergone significant changes in the conditions of their functioning, which are caused, above all, by the development of modern computer and Internet technologies, do not exclude the exception. An evaluation and analysis of the trends inherent in the modern Ukrainian publishing and printing industry are necessary for the formation of substantiated recommendations for the improvement of the activity of a particular publishing and printing company.

The main factors influencing the functioning conditions of the publishing and printing enterprises in Ukraine have been summarized. Such factors include: instability of the legal environment; instability of the political situation; low level of state support to the publishing and printing industry; the absence of import restrictions on publishing and printing products; high level of competition between business entities of the publishing and printing industry; low investment in the publishing and printing industry; high cost for using borrowed funds; low level of solvency of the population; changing the requirements of consumers for printing products; high cost of publishing and printing equipment; continuous development of printing technologies and equipment for it; mass computerization of all spheres of vital activity of society; a wide network of Internet publications that can quickly convey information to the end user, excluding the cost of layout, printing, and distribution of publishing products.

The main industry-specific indicators of publishing and printing enterprises' activity have been analysed (unit cost of production; return on capital; cost-effective products; labour productivity of employees; coefficient of autonomy; solvency; absolute liquidity ratio; coefficient of coverage; coefficient of science-intensive production; profitability of sales; load factor of production capacity).

General conclusions have been done based on the results of the analysis.

ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

USE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN THE FIELD OF THE HOTEL BUSINESS

УДК 338.48

Малюга Л.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет
садівництва

Кожухівська Р.Б.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет
садівництва

У статті проаналізовано динаміку та розвиток інновацій у сфері готельного господарства. Встановлено, що інновації є стимулом для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі позиції у своїх ринкових сегментах, а й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування. Обґрунтовано необхідність впровадження інновацій у діяльність вітчизняних готельних підприємств для охоплення більшої кількості потенціальних споживачів готельно-ресторанного продукту.

Ключові слова: інноваційна стратегія, готельне господарство, конкурентоспроможність, фінансовий ризик, процес обслуговування, довгострокова стратегія.

В статье проанализированы динамика и развитие инноваций в сфере гостиничного хозяйства. Установлено, что инновации выступают стимулом дальнейшего развития гостиничного бизнеса, позволяют предприятиям не только занимать лидирующие позиции в своих рыночных сегментах, но и соответствовать мировым стандартам гостиничного обслуживания. Обоснована необходимость внедрения инноваций на отечественных гостиничных предпри-

ятиях для охвата большего количества потенциальных потребителей гостинично-ресторанного продукта.

Ключевые слова: инновационная стратегия, гостиничное хозяйство, конкурентоспособность, финансовый риск, процесс обслуживания, долгосрочная стратегия.

This article was aimed to analyse the dynamics of development and innovation in the hospitality industry. Author was established that innovation act as a stimulus for further development of the hotel business, allow companies not only to occupy leading positions in their respective market segments, but also meet international standards of hotel service. The need to introduce innovations in domestic hotel companies to reach more potential customers hotel-restaurant-sheet is grounded. Author did conclusions on the feasibility of using innovation as an important tool of development for hotel management companies on the basis of the study. The conclusions were made on the feasibility of using of innovations as an important of development tool for hotel management companies based on the research.

Key words: innovation strategy, hotel industry, competitiveness, financial risk, process of service, long term strategy.

Постановка проблеми. У сучасних умовах особливого значення набули проблеми пошуку інвестицій, на основі яких може здійснюватися розвиток підприємств готельного бізнесу відповідно до міжнародних стандартів гостинності. Однак специфіка готельних підприємств у цьому плані поки що не повністю проаналізована та досліджена, адже економічна теорія дотепер пропонувала вирішення цих проблем переважно для галузей матеріального виробництва. Готельні інновації продовжують розглядатися лише в обмеженому спектрі додаткових послуг, а їх інвестиційне забезпечення залишається поза межами комплексного економічного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблем інноваційного розвитку готельного бізнесу та дослідженню основ впровадження науково-технічного прогресу присвячено праці І.М. Грищенко, А.П. Гречан, М.П. Денисенко, Л.І. Михайлової [3], Н. Тейлор [5], Дж. Холлоуей [5]. Також економічну сутність науково-технічного прогресу та його взаємозв'язок із підприємницькими процесами досліджували О.С. Булко [1], К.А. Галасюк [2], Р.А. Фатхутдінов [6], А. Яхтер [7] та ін.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз динаміки інноваційного розвитку та його впливу на підприємства готельного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм – складна соціально-економічна система, що

включає у себе велику кількість елементів. Одним із них є високорентабельний багатогалузевий виробничий комплекс – готельно-туристична індустрія.

Міжнародний готельний бізнес – особливий сегмент готельно-туристичної індустрії, що вирізняється високим рівнем інтернаціоналізації капіталу, міжнародним характером операцій та розглядає весь світ як свою сферу діяльності. Саме тому міжнародний готельний бізнес виконує важливу роль в інтегруванні економіки будь-якої країни у світову економіку та залучення інвестицій у реальний сектор економіки.

Інноваційність є провідним атрибутом сучасної економіки та потужним стратегічним і антикризовим інструментом. Інновація в туризмі – система організаційно-економічних, науково-дослідних, технологічних та інших заходів і їх результатів, спрямованих на докорінне перетворення й оновлення туристичного продукту, механізму його просування та реалізації для досягнення економічного, соціального, екологічного або іншого ефекту [8, с. 16]. Впровадження інновацій у сферу туризму значно полегшує процес надання туристичних послуг починаючи з інформування та закінчуючи їх кінцевим споживанням. Наприклад, поява світової мережі Інтернет призвела до спрощення обміну інформацією, розвитку електронних засобів розрахунку з клієнтами, вдосконалення засобів маркетингу в туризмі тощо [2, с. 100].

Гостинність є основою туристичного бізнесу як виду економічної діяльності [5, с. 88]. Впровадження інновацій у готельному бізнесі економічно вигідне та ефективне за умови, що вони приносять готелю додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю у цілому [3, с. 49].

Успіх підприємництва багатьох галузей економіки прямо залежить від швидкості передачі та обміну інформацією, від своєчасності її отримання та актуальності [7, с. 133]. Стосується це й будь-якого засобу розміщення. Вдалий розвиток готельного бізнесу включає у себе широке використання інноваційних технологій як у сфері введення нових готельних послуг, так і в їх просуванні на ринок. Саме введення новітніх технологій стає головною умовою підвищення конкурентоспроможності підприємства готельного бізнесу та сприяє вдосконаленню якості обслуговування [1, с. 138].

Завдяки впровадженню та комбінуванню сучасних форм управління, таким як франчайзинг і управління за контрактом, готельні підприємства змогли зменшити витрати у процесі виходу на ринок, більш централізовано розпоряджатися фінансовими ресурсами, мінімізувати поточні витрати, проводити ефективну цінову політику [6, с. 47]. Саме тому розвиток сучасного готельного бізнесу характеризується зростанням значення у ньому міжнародного бізнесу, а у світі проходить глобальний економічний поділ на потужні блоки, такі як Європейський союз (ЄС), Північноамериканський договір про вільну торгівлю, укладений між США і Мексикою, тощо. Європейським Союзом скасовано національні обмеження не тільки на торгівлю, а й на переміщення праці і капіталу. Співпраця, що виникає між усіма країнами-учасницями, сприятливо позначається на їхньому розвитку.

Під час формування стратегії державної політики у сфері туризму національні адміністрації переважної більшості країн ураховують прогноз розвитку туризму в світі, складений UNWTO, – найбільшою міжурядовою організацією, яка є спеціалізованою установою ООН і нараховує у своєму складі 153 країни. Згідно з дослідженням UNWTO «Туризм – панорама 2020», у період 2018–2020 рр. прогнозується збільшення світових туристичних прибуттів більше ніж удвічі. Після того як показник у 996 млн. туристів у 2016 р. виріс на 39 млн. у 2017 р., число міжнародних туристичних прибуттів уперше в історії перевищило мільярд (1,035 млрд). UNWTO прогнозує, що до 2020 р. число міжнародних туристичних прибуттів у світі становитиме 1,7–1,9 млрд. [4].

В Україні вдосконалення інфраструктури готельного бізнесу визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки. Світові готельні корпорації активно опановують україн-

ський ринок. Згідно з прогнозами Держкомтуризму, у 2019 р. в'їзний і виїзний туристичні потоки в Україні зростуть до 10%. У 2017 р. нашу країну відвідали понад 28 млн. закордонних мандрівників. Таким чином, кількість міжнародних прибуттів в Україну в 2017 р. зросла на 13% порівняно з 2016 р. Однак із туристичними цілями в Україну в 2017 р. приїхали лише 2,5 млн. іноземних туристів [10].

У багатьох містах України протягом 2010–2017 рр. відкрилися сучасні готелі. Нині в низці міст зводяться готелі, які будуть працювати відповідно до міжнародних стандартів готельного сервісу. Так, нові готелі зводяться в Харкові, Дніпрі, Львові, Запоріжжі, інших містах і регіонах.

Загалом в Україні відзначається щорічне зростання внутрішнього туристичного потоку, що спричинило ажіотаж будівництва малих готелів, особливо в курортних регіонах, а також збільшення кількості готелів міжнародних готельних ланцюгів у Києві, Харкові та інших найбільших містах країни, створення вітчизняних готельних мереж. Значно збільшилися обсяги інвестицій у готельне будівництво в регіонах України як із боку іноземних, так і вітчизняних інвесторів. Особливо слід відзначити розвиток курортно-туристичного комплексу Одеської області. Завдяки цьому здобули всесвітню популярність не тільки м. Одеса, а й уся Одеська область, що зумовлює довгостроковий бізнес-інтерес до розвитку туристичної інфраструктури цього регіону і гарантію того, що через кілька років Чорноморське узбережжя стане розвиненим курортним центром світового рівня.

На сучасному етапі основними інструментами під час формування ефективної системи управління готельним комплексом є використання передових технологій (у тому числі Інтернету), енергоефективність, адаптація до попиту користувачів, багатофункціональність, гнучкість, соціальна та екологічна відповідальність, регулювання операційних витрат. Розвиток мережі Інтернет приносить готельному і туристичному бізнесу такі переваги, як зниження витрат, зростання ефективності, полегшення доступу до споживачів навіть для невеликих компаній. Електронний маркетинг розвивається особливо швидко. Останнім нововведенням мережі Інтернет є розвиток соціальних мереж, таких як Facebook і MySpace. Тепер і готельні, і туристичні компанії беруть участь у них. Іншими словами, ефективний готельний менеджмент включає у себе однаковий облік економічних, екологічних та функціональних аспектів, а також капіталовкладень, витрат виробництва та якості процесів поряд із комфортом, здоров'ям і задоволенням потреб. Цей підхід міжнародних забудовників та інвесторів отримав назву the blue way. Поняття «блакитна стійкість», що з'явився в Україні відносно недавно, однак широко використовується спеціалістами готельного бізнесу, включає комплекс заходів щодо економії витрат, ефективного планування, підвищення рівня сервісу, переорієнтацію на

користь екологічних технологій. The blue way – це пакет послуг, у тому числі й у готельному господарстві, що формується відповідно до принципів енергоефективного та екологічного використання. При цьому екологічність, що характеризується поняттям green, входить у поняття the blue way.

Однією з популярних світових тенденцій готелів класу «бізнес» і «люкс» є залучення бізнес-туристів наявністю предметів мистецтва. Готельні оператори співпрацюють із провідними галереями і музеями, декоруючи холи, ресторани та номери предметами мистецтва та антикваріату, пропонуючи своїм клієнтам квитки на різнопланові виставки. Наприклад, готельний ланцюг Radisson Blu Edwardian (Англія, Лондон) співпрацює із Музеєм Вікторії та Альберта, пропонуючи клієнтам пакет, що включає розміщення, сніданок і квитки на виставку, присвячену легендарному музиканту Девіду Боуї. Популярний бізнес-готель Crowne Plaza Canberra у Відні пропонує квитки на виставки, які проходять у Національній галереї Австрії. У готелі Siam Kempinski Hotel Bangkok у Таїланді кожні три місяці змінюється експозиція картин місцевих художників, які виставляються паралельно з предметами мистецтва з колекції Музею тайського сучасного мистецтва, що налічує більше 4 тис. робіт [11].

Готель класу люкс Alexander, який відкрився у січні 2013 р. в штаті Індіанаполіс (США), відзначається вражаючими картинами та інсталяціями, наданими Музеєм мистецтв Індіанаполісу. Близько 40 робіт сучасних художників презентовано у приміщеннях готелю, 14 із них надано спеціально до церемонії відкриття. Готельні комплекси виставляють у своїх приміщеннях унікальні роботи Енді Ворхола, Сальвадора Далі і Пабло Пікассо, а також твори місцевих художників. Подібна практика спрямована на підвищення лояльності з боку клієнтів. Також поширеною всесвітньою практикою щодо розширення готельних послуг преміум-класу є концентрація на вузькому сегменті клієнтів для створення оригінального готельного продукту. Наприклад, у всьому світі зростає кількість готелів Women only. Перший подібний готель (Barbizon Hotel for Women) з'явився на початку XX ст. в Нью-Йорку. Цей готель «тільки для жінок» повинен був сприйматися як символ фемінізму. З 80-х років XX ст. радикальні правила були пом'якшені, у готелі змогли зупинитися всі бажаючі. Нині готель внесений до Національного реєстру історичних місць США [10]. Слід зазначити, що першопричина створення виключно жіночих готелів – ідея фемінізму – з часом поступилася місцем релігійному аспекту, який пов'язаний із правилами поведінки жінок в ісламському світі. У зв'язку із цим у 2007 р. саудівською принцесою було підтримано ініціативу місцевих бізнес-леді про відкриття особливого готелю Luhtan («Втеча в пошуках притулку») в Ер-Ріяді. Весь обслуговуючий персонал готелю теж жінки. Як зазначено на

сайті booking.com, «чоловікам, парам і дітям не дозволяється перебувати в готелі».

У середині XX ст. в низці готелів з'явилися особливі готельні поверхи для жінок. Вони існують і зараз, наприклад у Grange City Hotel (Лондон), де 68 номерів, обладнані всіма необхідними предметами комфорту, виключно жіночі. У готелі Hampton Inn в Олбані (США) жінкам пропонують, окрім кави з печивом, м'які шкарпетки, зволожуючий крем, а також півгодинний сеанс масажу на масажному кріслі. Однак на вихідних чоловіки також можуть замовити номери на «жіночому» поверсі. Однією з найбільш вагомих жіночих вимог є гарантія абсолютної чистоти і гігієнічності.

Дослідження, показали, що великій кількості мандрівниць важливо, щоб до них у номері жили, користувалися сантехнікою і прибирали номер виключно жінки. Враховуючи це, у готелі Bella Sky Comwell (Копенгаген) у травні 2013 р. відкрився поверх з апартаментами виключно для жінок. Дещо по-іншому вирішили питання гігієни у Lady's First Hotel (Цюрих). Готель приймає всіх, однак SPA-салон – це територія, відвідування якої дозволено лише жінкам. Компанія Hyatt Hotels Corporation, вивчивши думки та ідеї своїх клієнтів серед різних категорій мандрівників, започаткувала зміни в готелях, завдяки яким клієнти зможуть отримувати послуги, зважаючи на індивідуальні потреби. Їх дослідження охопило більше 40 фокус-груп у всьому світі. Оскільки жінки все частіше подорожують, Hyatt сконцентрувала увагу на створенні умов, що враховують саме їхні інтереси, і запустила спеціальну програму, завдяки якій у готелі можна взяти напрокат або придбати необхідні предмети туалету та вжитку. Незважаючи на те що нові послуги зумовлені потребами жінок, усі гості зможуть скористатися перевагами від нововведень. Усі нововведення пройшли перевірку в декількох готелях Hyatt, вибраних як «лабораторії» спеціально для впровадження програми на глобальному рівні. У вітчизняних підприємствах ця послуга виявилася незатребуваною через непродуманість пропозицій та неграмотної маркетингової політики менеджерів готельної сфери.

Сучасний ринок готельних послуг є дуже динамічним, що спричинено необхідністю постійно відповідати на виникаючі запити клієнтів. Бізнес-туристи, яким необхідно зняти номер лише на декілька годин, стали основою появи на ринку нової послуги – денних готелів. Ділові люди, які приїхали в інше місто, відчують потребу привести себе до ладу перед важливою зустріччю або просто відпочити після тривалого перельоту, а потім покинути готель. Уже більше десяти років цю послугу пропонують готелі при аеропортах; починаючи з 2010 р. така ідея поширилася серед міських готелів. Денних відвідувачів зазвичай просять виїхати до 18.00 або 19.00, щоб встигнути підготувати номери до вечір-

нього заїзду наступних відвідувачів. При цьому з відвідувача береться не погодинна оплата, а фіксована вартість номера за день. Примітно: незважаючи на те що таку послугу пропонують багато аеропортових готелів, до таких великих готельних мереж, як Holiday Inn, Ibis, Novotel, Hilton, Sheraton, на Інтернет-сайтах готелів можливість денного розміщення афішується рідко.

Існують спеціальні сайти для зручності туристів, яким необхідний денний перепочинок у готелі, такі як бельгійський Between9and5, у числі партнерів якого – готельні мережі Radisson, Hyatt, Best Western, Marriott. У них можна забронювати «проживання» з ранку і до сьомої години вечора, а ціни залежать від завантаженості готелю в конкретний період та день.

Подібний по суті французький Dayuse-hotels, який співпрацює із 400 готелями в дев'яти країнах – від Італії до США – і безперервно розширює базу пропозицій. На цьому порталі можуть запропонувати також користуватися готельними номерами для тимчасових офісів або зберігання багажу.

Інший варіант короткочасного і бюджетного поселення у великих містах пропонують туристам капсульні готелі, що складаються з невеликих за розміром номерів. Простір у цих готелях є двох типів: спільний та індивідуальний, а обов'язкова вимога – великий суспільний простір. Хол, кімната відпочинку, бар, сауна, іноді й басейн існують спеціально для спілкування. Готелі-капсули є в Токіо, Йокогамі, Осаці, Голе, Саппоро. Найбільший капсульний готель Японії Green Plaza Shinjuku знаходиться у Токіо. Шестиповерхове приміщення містить 630 житлових капсул, установлених у два яруси. Довжина кожної кабіни, оснащеної централізованим кондиціонуванням, – 190 см, ширина – 90 см, висота – 100 см. Для зручності мешканців другого ярусу на стінах зроблено маленькі заступки.

Японська ідея капсул у Європі перетворилася з мінімалістичної на дизайнерську. Європейські капсульні готелі більше схожі на каюти сучасних круїзних лайнерів. При цьому капсульний готель – це безпосередній конкурент хостелів, які складаються з багатомісних номерів.

Велике значення в готельному бізнесі має визначення вірних оціночних критеріїв під час розроблення стратегії ціноутворення. Так, розвиток бюджетних готелів у світі безпосередньо пов'язаний із розвитком недорогих авіаперевезень (Low Cost): пасажирів із середнім та низьким статками перетворилися на потенційних туристів, задовольнити запити яких можна лише двома способами: звести до мінімуму набір послуг або максимально зменшити площу номера. Так, власники компанії Yotel вирішили створити в європейських аеропортах невеликі обгороджені просторі номери-кабіни. Нині відкрито чотири готелі Yotel у Гатвіку (Лондон), Хітроу (Лондон), Схіпхолі (Амстердам) і Нью-Йорку з номерами площею 7–10 кв. м. Вони

обладнані ліжком, письмовим столом, Wi-Fi, ТБ і невеликою ванною кімнатою. Їжа та напої надаються за потребою. Вартість проживання – від 50 євро за чотири години [9; 11].

На думку аналітиків, найбільше підходить для розвитку в регіонах України лідер у сфері бюджетних готелів – французька корпорація Accor, що включає у себе більше 3,5 тис. готелів, розташованих у 92 країнах світу. Готелі Accor працюють під різними брендами. Sofitel або Pullman, наприклад, представляють розкішні готелі 5* або навіть 5*+. Бренд Novotel об'єднує 3–4-зіркові готелі. У сфері економпослуг потрібно виділити також ланцюжок Ibis Budget, в активі якого – 492 готелі у Берліні, Мадриді, Парижі, Празі. У будь-якій точці світу Ibis Budget забезпечує схожі умови проживання за невисокими цінами. Основним каналом бронювання для Ibis по всьому світу є сайт ibishotel.com, що використовують більше 24 млн. осіб на рік.

До готелів зі специфічною концепцією і дизайном слід віднести і Bubble-готелі – готель-куля, що нагадує мильну бульбашку. Базовою ідеєю відкриття подібного готелю є прагнення дизайнера створити місце для тимчасового відпочинку. Розташований він у мальовничому місці на околицях Парижу і приваблює туристів тихим та затишним розташуванням, що дає змогу відчути себе ближче до природи. При цьому готель повністю відповідає усім прийнятим стандартам традиційних готелів, що забезпечує гостей необхідними зручностями і комфортним проживанням.

Проект нового готелю-кулі ґрунтується на таких принципах: мінімум енергії, мінімум матеріалу, максимальний комфорт і максимальний вплив навколишнього середовища. Всі ці характеристики дають змогу готелю претендувати на звання екологічного готелю, заснованого на принципах дбайливого ставлення до природи і раціонального використання її ресурсів. Конструкція готелю-кулі не має жодних кутів і ребер жорсткості. Форма кулі підтримується завдяки повітрю, яке дає змогу створити всередині кулі приємну комфортну вологість. Найбільш просторі моделі колекції номерів – це Cristal Bubble і Bubble Room, які ідеально підійдуть для проживання великої родини.

Відкриття в Україні нових готельних об'єктів, у тому числі за участі іноземних інвесторів, свідчить про невпинний розвиток готельного бізнесу. Лідерами готельної сфери є Київ, Одеса, Львів. Окрім того, швидко розвивається готельна індустрія у Закарпатській, Івано-Франківській, Херсонській та Запорізькій областях. Очікується збільшення номерного фонду готелів за рахунок розвитку мережевих операторів у містах країни. При цьому найбільш активними операторами, які планують розвивати мережі в Україні, є Accor, Rezidor Hotels Group, Kempinski Hotels, Hilton Hotel Corporations.

Портфель Hilton, якщо всі заявлені проекти будуть реалізовані, планує приріст номерного

фонду на 916 номерів, французька мережа Accor має за мету вивести на ринок більше 2 500 номерів, а американська Inter Continental Hotel Group – збільшити свій номерний фонд на 1 000 номерів. Такі масштабні перспективи призведуть до значної зміни в структурі міжнародних операторів на українському ринку. Лідером до 2020 р. стане французька мережа Accor, яка, за прогнозами, займе 22% ринку проти 10% у 2017 р, змістивши з першого місця Inter Continental Hotel Group [5].

Висновки з проведеного дослідження.

Розвиток вітчизняного ринку готельних послуг відзеркалює основну сучасну практику та світові тенденції, а саме: впровадження інноваційних дизайнерських рішень; поліпшення стандартів обслуговування; формування унікального готельного продукту, орієнтованого на потреби вузького сегмента клієнтів; розвиток новітніх готельних послуг (денні й капсульні готелі); застосування принципів екологічності, зниження витрат, заощадження ресурсів тощо. Однак іноді українським підприємствам готельного бізнесу не вистачає ресурсів і продуманості маркетингової стратегії для досягнення ефективного управління готельним бізнесом, тому дослідження, адаптація та використання міжнародного досвіду інноваційних готельних концепцій є актуальними питаннями сфери готельних послуг в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Булко О.С. Інновації в сфері услуг Республіки Беларусь. Економічний вісник Донбасу. 2018. № 1. С. 137–142.
2. Галасюк К.А. Аналіз існуючих методик оцінки інноваційного потенціалу підприємств сфери послуг. Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. 2015. С. 98–102.
3. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія / М.П. Денисенко, Л.І. Михайлова, І.М. Грищенко, А.П. Гречан та ін.; за ред. д.е.н., проф., акад. М.П. Денисенка, д.е.н., проф. Л.І. Михайлової. Суми: Університетська книга, 2008. 1050 с.
4. Прогноз ВТО, приведений в докладі «Туризм – панорама 2020» (Tourism: 2020-Vision). Доклади Всемирной туристической организации «Барометр мирового туризма» / UNWTO Tourism Barometer. Edition, 2016, 2017 (01). URL: <http://www.unwto.org>.
5. Холловей Дж.К., Тейлор Н. Туристический бизнес; пер. с 7-го англ. изд. К.: Знання, 2012. 798 с.
6. Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: економіка, маркетинг, менеджмент. М.: Маркетинг, 2002. 892 с.
7. Яхтер А. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження інноваційної діяльності. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2015. Вип. 39(1). С. 132–137.
8. Balmer J.M., Thomson I. The shared management and ownership of corporate brands: the case of Hilton. Oxford, 2016. Vol. 34. № 4. P. 15–37.

9. Developments and challenges in the hospitality and tourism sector. Global Dialogue Forum for the Hotels, Catering, Tourism Sector (23-24 November 2017). Geneva, 2017. URL: https://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm/public/eddialogue/sector/documents/meetingdocument/wcms_162202.pdf.

10. Official site of the organization The World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org>.

11. Tourisme international: les résultats des premiers mois 2018 sont supérieurs aux attentes. URL: <http://media.unwto.org/fr/press-release/2018-06-25/tourisme-international-les-resultats-des-premiers-mois-2018-sont-superieurs>.

REFERENCES:

1. Bulko O.S. (2018) Innovatsii v sfere uslug Respublika Belarus [Innovations in the service sector of the Republic of Belarus]. Ekonomichnyi visnyk Donbasu, № 1, p. 137–142.
2. Halasiuk K.A. (2015) Analiz isnuichykh metodyk otsinky otsinky innovatsiinoho potentsialu pidpriemstv sfery posluh [An analysis of existing methods for assessing the innovation potential of service enterprises]. Naukovyi visnyk imeni V.O. Sukhomlynsokoho, no. 1, p. 98–102.
3. Denysenko M.P., Mykhailova L.I. (ed.) (2008) Investytsiino-innovatsiina diialnist: teoriia, praktyka, dosvid [Investment and innovation activity: theory, practice, experience]. Sumy: VTD "Universytetska knyha".
4. WTO forecast, presented in the report "Tourism – panorama 2020» (Tourism: 2020 Vision). Reports of the World Tourism Organization Barometer of World Tourism, UNWTO Tourism Barometer. Edition, 2016, 2017 (01) Access mode: <http://www.unwto.org>.
5. Holloway J.K., Taylor N. (2012) Turisticheskiy biznes [Tourist business]. Kyiv. Knowledge.
6. Fatkhutdinov R.A. (2002) Konkurentospromozhnist orhanizatsii v umovakh kryzy: ekonomika, marketing, menedzhment [Competitiveness of the organization in a crisis: economics, marketing, management]. Moscow: Vydavnycho-knyhotorhovyi tsentr "Marketynh".
7. Yakhter A. (2015) Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv restorannoho hospodarstva za rakhunok uprovozhdzhennia innovatsiinoi diialnosti [Increasing the competitiveness of restaurants in the enterprise by introducing innovative activities]. Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu, Serii: Ekonomichni nauky [Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University, Series: Economic Sciences], vol. 39(1), p. 132–137.
8. Balmer J.M., Thomson I. (2016). The shared management and ownership of corporate brands: the case of Hilton. Oxford. Vol. 34. N 4. P. 15–37.
9. Developments and challenges in the hospitality and tourism sector. URL: https://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm/public/eddialogue/sector/documents/meetingdocument/wcms_162202.pdf.
10. Official site of the organization The World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org>.
11. Tourisme international: les résultats des premiers mois 2018 sont supérieurs aux attentes. 2018. URL: <http://media.unwto.org/fr/press-release/2018-06-25/tourisme-international-les-resultats-des-premiers-mois-2018-sont-superieurs>.

Maliuga L.M.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Affairs,
Uman National University of Horticulture

Kozhukhivska R.B.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Affairs,
Uman National University of Horticulture

USE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN THE FIELD OF THE HOTEL BUSINESS

The introduction of innovations in the hotel business is economically profitable and effective, provided they bring the hotel additional revenues, provide competitive advantages in the market, increase market share, reduce costs, improve the process of service, increase the efficiency of work of separate units and hotel in general.

In general, in Ukraine, the annual growth of the domestic tourist flow has grown, which has caused a boom in the construction of small hotels, especially in resort regions, as well as an increase in the number of hotels in international hotel chains in Kyiv, Kharkiv, and other major cities of the country, and the creation of domestic hotel chains.

Effective hotel management involves the same accounting of economic, environmental and functional aspects, as well as capital investment, production costs and quality of processes along with comfort, health and needs. This approach of international developers and investors is called "the blue way".

One of the most popular international tendencies of hotels of the "business" and "luxury" class is the attraction of business tourists by the presence of art objects. Hotel operators cooperate with leading galleries and museums, decorating halls, restaurants, and rooms with art and antiques, offering their clients tickets for diverse exhibitions. For example, the Radisson Blu Edwardian hotel chain (England, London) collaborates with the Victoria and Albert Museum, offering customers a package that includes accommodation, breakfast, and tickets for the show dedicated to musician David Bowie. The popular business hotel Crowne Plaza Canberra in Vienna offers tickets to exhibitions in the National Gallery of Australia. Siam Kempinski Hotel Bangkok in Thailand changes the exposition of paintings by local artists, exhibited in parallel with the art objects from the collection of the Thai contemporary art museum, which has more than 4,000 works every three months. Also, the widespread worldwide practice of expanding premium hotel services is concentration on a narrow segment of clients to create the original hotel product. For example, the number of hotels Women only grows around the world.

Business tourists, who need to take a room for only a few hours, became the basis for the emergence of a new service in the market – day-care hotels. There are special sites for the convenience of tourists who need a daytime rest in the hotel, such as the Belgian Between9and5, among which partners – hotel chains Radisson, Hyatt, Best Western, Marriott. Another option for short-term and budget settlements in large cities is offered for tourists by capsular hotels, which consist of small-sized rooms.

The opening of new hotel facilities in Ukraine, including the participation of foreign investors, testifies to the steady development of the hotel business. The leaders of the hotel industry are the cities: Kyiv, Odesa, Lviv. In addition, the hotel industry is rapidly developing in the Transcarpathian, Ivano-Frankivsk, Kherson, and Zaporizhzhia regions. Thus, the number of hotel rooms is expected to increase due to the development of network operators in the cities of the country. At the same time, the most active operators planning to develop networks in Ukraine are Accor, Rezidor Hotels Group, Kempinski Hotels, Hilton Hotel Corporations.

ПРОБЛЕМАТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ КОУЧИНГУ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF COACHING IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM OF ORGANIZATION

УДК 331.1

Маховка В.М.

к.е.н., доцент кафедри туризму
та адміністрування
Полтавський національний технічний
університет імені Юрія Кондратюка

Козик М.В.

аспірант кафедри туризму
та адміністрування
Полтавський національний технічний
університет імені Юрія Кондратюка

У статті розглянуто сутність коучингу і проблеми впровадження коучинг-методу в навчання персоналу організації для підвищення його професійних якостей. Наголошено, що коучинг передбачає систему принципів та методів, які орієнтовані на стимулювання розвитку потенційних можливостей персоналу та конкретного працівника. Визначено етапи процесу коучингу: аналіз ситуації та збір інформації, підвищення системи відповідальності, реалізація плану, вибір відповідного варіанту, оцінка результативності. Наведено шляхи вирішення проблем упровадження коучинг-методу.

Ключові слова: коучинг, навчання персоналу, розвиток персоналу, корпоративна культура, ефективність.

В статье рассмотрены сущность коучинга и проблемы внедрения коучинг-метода в обучение персонала организации для повышения его профессиональных качеств. Отмечено, что коучинг предполагает систему принципов и методов, ориентированных на стимулирование развития потенциальных возможностей персонала и конкретного работника. Определены этапы процесса

коучинга: анализ ситуации и сбор информации, повышение системы ответственности, реализация плана, выбор подходящего варианта, оценка результативности. Приведены пути решения проблем внедрения коучинг-метода.

Ключевые слова: коучинг, обучение персонала, развитие персонала, корпоративная культура, эффективность.

In this article the essence of coaching and the problem of introducing the coaching method in training the personnel of the organization to improve its professional qualities are considered. Coaching is foreseen to provide a system of principles and methods that are aimed at stimulating the development of potential capabilities of staff and specific employee. The stages of the coaching process are determined: situation analysis and information gathering, improvement of the system of responsibility, implementation of the plan, selection of the appropriate option, evaluation of the effectiveness. Also, ways to solve the problems of introducing the coaching method are given.

Key words: coaching, staff training, staff development, corporate culture, efficiency.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому суспільстві існує необхідність удосконалення процесу управління персоналом для досягнення найкращих результатів діяльності підприємства. Найкращим варіантом, на нашу думку, є процес упровадження коучингу. У процесі управління персоналом сучасної дійсності актуальні різні методи і підходи. У рамках цього процесу коучинг визнаний як один із найважливіших інструментів, що впливають на результативність роботи діяльності окремих людей і організації у цілому, й як один з універсальних інструментів, які об'єднують у собі різні техніки і методики та дає нові можливості й перспективи успішної самореалізації і розвитку. Основна проблема впровадження коуч-технологій – недосконале вивчення цього поняття і нерозуміння основних завдань коучера.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Коучинг з'явився в Америці у 80-ті роки, його засновниками вважаються Т. Гелві, Т. Дж. Леонард та Д. Уйтмор. Нині найпопулярнішим є освітній коучинг, який застосовують у професійній освіті, на курсах підвищення кваліфікації, навчанні на підприємствах.

В Україні поняття «коучинг» недостатньо вивчений, однак є актуальним з огляду на сучасні соціальні потреби як за кордоном, так і в Україні. Технології коучингу в професійній освіті на теренах нашої держави здійснила С.М. Романова, зазначивши, що коучинг – це передусім взаємо-

відносини між учителем та учнем, коли викладач ефективно організовує роботу пошуку студентами кращих відповідей на запитання, що їх цікавлять.

Питання самоосвіти досліджували О. Айзенберг, С. Архангельський, А. Громцева, Г. Гусев, Ю. Дмитрієв, Л. Колесник, І. Малкін, П. Підкасистий, Б. Райський, О. Фоміна, О. Ястребцева та ін. Нові визначення коучингу подають Л. Уйтворт, Г. Кімсі-Хаус, Ф. Сендел, стверджуючи, що коучинг – це свідомо створені партнерські стосунки, спрямовані на допомогу людині самореалізуватися, ефективно діяти і навчатися новому впродовж усього життя [1].

У процесі дослідження нами було визначено мету: дослідити особливості коучингу в системі управління персоналом організації та розробити пропозиції щодо його впровадження на сучасному етапі.

Постановка завдання. Основною метою дослідження є вивчення поняття коучингу як процесу управління персоналом підприємства, а також визначення необхідності його застосування на підприємствах і виявлення основних проблем упровадження.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі спостерігається тенденція постійних змін і перетворень усіх процесів і явищ. Економіка і ринок знаходяться у безперервному русі, чим зумовлена поява нових технологій і нових виробництв. І в цих умовах для компанії важливою стає можливість побачити і скоординувати роботу пер-

соналу відповідно до поставлених цілей, а також налагодити ефективний процес управління організацією відповідно до змін зовнішнього середовища.

Саме тому у сфері управління персоналом з'явилося багато різних технологій, що дають змогу більш успішно організовувати робочий процес у компанії. Так, широкого поширення набули численні види атестації співробітників, управління за цілями, заходи, спрямовані на розвиток корпоративної культури і підтримку корпоративного духу, тренінги, коучинг, які призначені як для прискорення адаптації фахівців, що приймаються на роботу, так і для підвищення професійного рівня вже працюючих співробітників. Одними із найбільш важливих проблем управління є навчання, своєчасна й якісна підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації персоналу, оскільки це є найважливішими чинниками ефективної роботи компанії [2; 3]. Метою професійного навчання виступає підготовка до більш складної роботи і подальшого кар'єрного просування по службі [4; 5].

Коучинг являє собою комплексну соціально-управлінську технологію розвитку управлінських кадрів, спрямовану на поліпшення кількісних або якісних характеристик діяльності як керівників, так і фахівців, удосконалення його професійних й особистісних навичок за допомогою гнучкого використання методів наставництва, управлінського консалтингу, тренінгу та спеціальних методик. Актуальність коучингу зумовлена також тим, що для формування конкурентних переваг підприємств і організацій майже всіх галузей національної економіки, закріплення позицій на ринку та сталого розвитку необхідний розвиток персоналу, його інтелектуального та професійного потенціалу. Тому в умовах динамічного зовнішнього середовища та значних технологічних змін поста-

ють питання ефективного управління розвитком персоналу як основного джерела економічного росту, що спонукало зміни парадигми лідерства від лідера – організатора процесу управління до лідера – тренера талантів, лідера-коучера [6; 7].

Coaching як наука поєднує у собі основні принципи менеджменту, психології, філософії, логіки та наявних знань і досвіду, який спрямовується на досягнення різнопланових цілей. На думку У.Т. Голви, коучинг необхідно розглядати як мистецтво формування середовища, яке сприятиме досягненню людиною поставленої мети [8]. Дещо схоже тлумачення сутності поняття «коучинг» пропонує П. Вріца: «Мистецтво коучингу полягає у сприянні розвитку інших людей та розвитку потенціалу особистості» [9].

Сутність коучингу необхідно розглядати як своєрідний сучасний, якісно новий стиль управління персоналом підприємства, інструменти, методи та технології якого сприяють мобілізації внутрішніх можливостей та потенціалу працівників, стабільному вдосконаленню їхніх професійних якостей та кваліфікаційного рівня, зростання їхньої конкурентоздатності, що дає змогу забезпечити розвиток компетенцій і, як наслідок, сприяє впровадженню інноваційного підходу до процесу виробництва [10; 11].

Етапи процесу коучингу включають п'ять стадій (рис. 1).

Упровадження в систему управління персоналом такого методу, як коучинг, має на увазі й зміну самої системи управління та її принципів. При цьому основною проблемою, яка виникає у процесі впровадження цього методу, є необхідність зміни наявної корпоративної культури [7].

Іншою істотною проблемою виступає відсутність розуміння управліннями необхідності змін, що має на увазі застосування нових методик навчання персоналу, у тому числі й такої, як коучинг. Час і

його нестача також викликають складність під час реалізації коучинг-методу. Однак із його допомогою можлива економія робочого часу за рахунок поліпшення внутрішніх комунікацій і процесів взаємодії співробітників, розуміння ними бізнес-процесу. Після того як метод освоєний і прижився у компанії, менеджери роздають менше інструкцій і вказівок, їм доводиться виправляти меншу кількість помилок. При цьому підвищується ефективність співробітників на всіх рівнях, і виникає ефект синергії.

Впровадження елементів коучингу передбачає кардинальну зміну мотивації персоналу різного рівня, а це неминуче викликає опір практично всіх учасників процесу. Одних співробітників лякають будь-

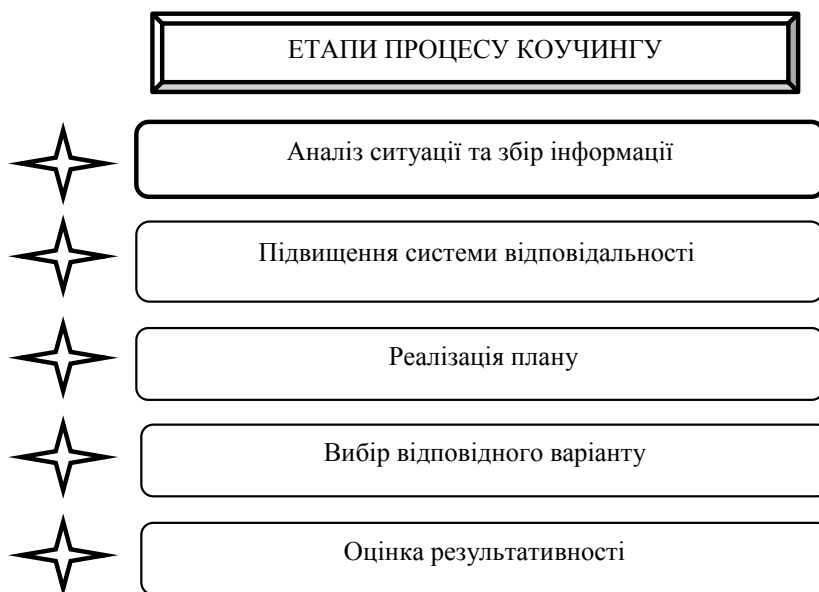


Рис. 1. Етапи процесу коучингу

які зміни, інші в силу усталених звичок або особистісних особливостей характеру не можуть прийняти даний метод управління [12]. Більшість співробітників турбує й необхідність часткової перебудови процесів управління та її можливі наслідки.

Іншими труднощами під час упровадження коучингу є розроблення концепції, процедури цього методу і необхідного інструментарію, оскільки наявну у конкурентів основу буває неможливо застосувати в конкретній компанії. Впровадження коучингу в систему управління персоналом дає змогу компанії знизити витрати на навчання і розвиток персоналу [13; 14]. Коучинг дає змогу підвищити результативність та ефективність діяльності як окремого співробітника, так і підрозділів.

Для зниження опірності персоналу коучингу необхідно [12]:

1. визначити цілі, завдання та потреби компанії;
2. проводити впровадження коучингу «зверху вниз», тобто від керівників вищої ланки до керівників нижчої ланки і далі до кожного співробітника;
3. залучити до розвитку коучингу як формальних, так і неформальних лідерів;
4. сформувати команду, завдання якої – впровадження даного методу;
5. розподілити ролі і функції членів команди;
6. забезпечити тісний зв'язок коучингу з поточною діяльністю і практичними завданнями на даному етапі.

За результатами досліджень найбільше схвалення ідеї коучингу сприймають управлінці у віці 27–35 років, оскільки це, як правило, висококваліфіковані фахівці, що входять до кадрового резерву компаній. Вони активно експериментують і отримують нові знання у галузі ефективного управління. Під час упровадження коучингу труднощі виникають із керівниками більш зрілого віку, оскільки у них уже склалися і закріпилися стандарти поведінки в системі управління, змінити які буває дуже складно. Для того щоб зменшити опір таких керівників, необхідно проводити роз'яснювальну роботу. При цьому можливе використання наочної демонстрації кількісних і якісних результатів, а також позиціонування нововведень як доповнень, що збагачують їхній попередній досвід. Семінари, індивідуальні бесіди і консультації дають змогу донести сутність управління за допомогою коучингу, а також познайомити з базовими принципами цього методу. Варто відзначити також, що приступаючи до роботи з упровадження елементів коучингу в організації, крім опису технології, слід мати розроблену карту процесів коучингу з детально розписаними ролями і функціями учасників процесів [15; 16].

Важливо відзначити, що впровадження коучингу – не одноразовий захід, оскільки проведення одного тренінгу не здатне внести істотні зміни в корпоративну культуру [7]. Основне завдання під час реалізації коучингу полягає у проведенні низки регу-

лярних заходів у вигляді коуч-сесій для співробітників, що проводяться один раз на тиждень або один раз на місяць. На них обговорюються питання, з якими зіткнулися співробітники в ході застосування нових навичок, йде ознайомлення з новими інструментами коучингу, обговорюються робочі проекти.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, коучинг є одним із сучасних інструментів, що застосовується у сучасній практиці управління, за допомогою якого можна забезпечити розвиток підприємства зсередини починаючи з кожного працівника та керівника. У ході дослідження визначено, що впровадження коучингу в систему управління персоналом організації дасть змогу забезпечити не лише підвищення конкурентоздатності на даний момент, а й у перспективі. Коучинг спрямований на мобілізацію внутрішніх ресурсів підприємства, розвиток необхідних умінь та навичок персоналу, що дасть змогу реалізовувати нові стратегії досягнення результату за рахунок високої мотивації праці, сприятливого внутрішнього мікроклімату в колективі, стимулювання ініціативи та творчих процесів, підвищення відповідальності за виконання поставлених завдань. Отже, коучинг допомагає по-іншому поглянути на своє життя і позбутися внутрішніх бар'єрів, що перешкоджають досягненню цілей, і навчитися знаходити власні ресурси, тому дослідження питань упровадження коучингу в систему управління персоналом підприємства є досить актуальним і потребує подальшого розвитку, що буде метою подальших наукових досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Whitworth L., Kimsey-House H., Sandahl P. Co-Active Coaching: new skills for coaching people toward success in work and life. CA: Davis black publishing, 2007. 305 p.
2. Rogers J. Coaching skills: A handbook. New York: Open University Press, 2004. 249 p.
3. Марцінковська О. Роль коучингу в розвитку персоналу. Економічний аналіз. 2011. Вип. 8. Ч. 2. С. 257–260.
4. Thorpe S., Clifford J. Coaching Handbook: An Action Kit for Trainers and Managers. London: Cogan Page, 2003. 229 p.
5. Нагара М.Б. Роль коучингу в забезпеченні конкурентоспроможності персоналу. Вісник Донець. нац. ун-ту економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. 2009. № 4(44). С. 96–101.
6. Ковалев В.И., Хатимлянская К.А. Коучинг как инновационный стиль менеджмента персонала в современном глобализованном обществе. НАУКОВЕДЕНИЕ. 2015. Т. 7. № 6. DOI: 10.15862/142EVN615.
7. Долина Н.В., Андреев А.А. Преподаватель как коуч. Высшее образование в России. 2011. № 8–9. С. 73–78.
8. Голви У.Т. Работа как внутренняя игра. Фокус, обучение, удовольствие и мобильность на рабочем месте. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. С. 194.

9. Врица П., Ардуи Я. Когда качество действий встречается с центровкой. Компас для коучей. М.: Международная академия трансформационного коучинга и лидерства, 2008. С. 18.

10. Уитмор Дж. Coaching новый стиль менеджмента и управления персоналом: практ. пособие. М.: Финансы и статистика, 2005. 160 с.

11. Уитмор Дж. Коучинг высокой эффективности; пер. с англ. М.: Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. 168 с.

12. Проценко О.С. Коуч-технології у формуванні життєвої компетентності учнів професійно-технічних навчальних закладів. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2013. Вип. 29. С. 330–334.

13. Романова С.М. Коучінг як нова технологія в професійній освіті. Вісник Нац. авіац. ун-ту. Серія «Педагогіка. Психологія». 2010. Вип. 3. С. 83–86.

14. Гибнер Я.М. Коучинг как инструмент эффективного обучения и развития персонала. Молодой ученый. 2011. № 8. Т. 1. С. 121–124.

15. Павлов В.І. Коучинг та наставництво у підприємницькій діяльності України. Менеджмент та підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Л.: Львів. політехніка, 2012. С. 276–280.

16. Логвиновський Є.І. Функціональна та змістова сутність коучингу на підприємстві. Європ. вектор екон. розвитку. 2012. № 2(13). С. 297–301.

REFERENCES:

1. Whitworth L., Kimsey-House H., Sandahl P. Co-Active Coaching: new skills for coaching people toward success in work and life. CA: Davis black publishing, 2007. 305 p.

2. Rogers J. Coaching skills: A handbook. New York: Open University Press, 2004. 249 p.

3. Martsinkovska O. Rol kouchynhu v rozvytku personalu. Ekonomichnyi analiz. 2011. Vyp. 8. Ch. 2. S. 257–260.

4. Thorpe S., Clifford J. Coaching Handbook: An Action Kit for Trainers and Managers. London: Cogan Page, 2003. 229 p.

5. Nahara M.B. Rol kouchynhu v zabezpechenni konkurentospromozhnosti personalu. Visnyk Donets. nats. un-tu ekonomiky i torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho : zb. nauk. pr. 2009. № 4(44). S. 96–101.

6. Kovalev V.Y., Khatymlianskaia K.A. Kouchynh kak ynnovatsyonnyi styl menedzhmenta personala v sovremennom hlobalyzyrovannom obshchestve // Ynternet-zhurnal «NAUKOVEDENYE» Tom 7, № 6 (2015). DOI: 10.15862/142EVN615.

7. Dolya N.V., Andreev A.A. Prepodavatel kak kouch. Vysshee obrazovanye v Rossyy. 2011. № 8–9. S. 73–78.

8. Holvy U.T. Rabota kak vnutrenniaia yhra. Fokus, obuchenye, udovolstvo y moybnost na rabochem meste. M.: Alpyna Byznes Buks, 2005. S. 194.

9. Vrytsa P., Arduy Ya. Kohda kachestvo deistvyi vstrechaetsia s tsentrovkoi. Kompas dlia kouchei. M.: Mezhdunarodnaia Akademyia Transformatsyonnoho Kouchynha y Lyderstva, 2008. S. 18.

10. Uytmor Dzh. Coaching novyi styl menedzhmenta y upravleniya personalom: prakt. Posobyie. M.: Yzd-vo «Fynansy y statystyka», 2005. 160 s.

11. Uytmor Dzh. Kouchynh vysokoi efektyvnosti / Dzh. Uytmor / Perev. s anhl. M.: Mezhdunarodnaia akademyia korporativnoho upravleniya y byznesa, 2005. 168 s.

12. Protsenko O.S. Kouch–tekhnohohii u formuvanni zhyttievoi kompetentnosti uchniv profesiino-tekhnichnykh navchalnykh zakladiv. Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh. 2013. Vyp. 29. S. 330–334.

13. Romanova S. M. Kouchinh yak nova tekhnolohiia v profesiinii osviti. Visnyk Nats. aviats. Un-tu. Seriia: Pedahohika. Psykholohiia. 2010. Vyp. 3. S. 83–86.

14. Hybner Ya.M. Kouchynh kak ynsrument efektyvnogo obuchenya y razvytyia personala. Molodoi uchenyi. 2011. № 8. T. 1. S. 121–124.

15. Pavlov V.I. Kouchynh ta nastavnytstvo u pidpriiemnytskii diialnosti Ukrainy. Menedzhment ta pidpriiemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku : zb. nauk. pr. L.: Lviv. politekhnikha, 2012. S. 276–280.

16. Lohvynovskyi Ye.I. Funktsionalna ta zmistovna sutnist kouchynhu na pidpriiemstvi. Yevrop. vektor ekon. rozvytku : zb. nauk. pr. 2012. № 2(13). S. 297–301.

Makhovka V.M.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Tourism and Administration Department
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

Kozyk M.V.

Postgraduate Student at Tourism and Administration Department
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF COACHING IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM OF ORGANIZATION

In this article, the essence of coaching and the problem of introducing the coaching method in training the personnel of the organization to improve its professional qualities are considered. Coaching is foreseen to provide a system of principles and methods that are aimed at stimulating the development of potential capabilities of staff and specific employee. Coaching is a comprehensive social management technology for the development of managerial staff, aimed at improving the quantitative or qualitative characteristics of both managers and professionals, improving their professional and personal skills through the flexible use of mentoring techniques, management consulting, training and specialist methodologies. The urgency of coaching is also due to the fact that the development of personnel, its intellectual and professional potential is necessary for the formation of competitive advantages of enterprises and organizations in almost all branches of the national economy, consolidation of positions in the market and sustainable development. The study found that coaching could be seen as a new style of human resource management, the technologies of which help to mobilize the internal capabilities and potential of employees, continuous improvement of their professionalism and qualifications, increase of their competitiveness, which ensures the development of competence, which induces an innovative approach in production process; disclosure of human potential in order to maximize its effectiveness. The stages of the coaching process are analysed: analysis of the situation and information gathering, improvement of the system of responsibility, implementation of the plan, selection of the appropriate option, and assessment of the effectiveness. Also, ways to solve the problems of introducing the coaching method are given. The introduction of coaching into the HR system allows the company to reduce the costs of training and staff development. Coaching can increase the effectiveness and efficiency of activities, both individual employees and units. The main task for the implementation of coaching is to conduct a series of regular activities in the form of coaching sessions for employees, conducted once a week or once a month. They discuss the issues faced by staff in applying new skills, introducing new coaching tools, and discussing work projects.

ТЕОРЕТИЧНІ І МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РЕГУЛЯТОРІВ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ПАСАЖИРІВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ДАЛЕКОГО СПОЛУЧЕННЯ

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE USE OF MARKETING REGULATORS OF CONSUMER BEHAVIOUR OF LONG-DISTANCE RAILWAY TRANSPORT PASSENGERS

У статті уточнено класифікацію маркетингових чинників впливу на споживчу поведінку. Зроблено опис зовнішніх і внутрішніх маркетингових регуляторів поведінки клієнта. Обґрунтовано їхній вплив на споживчі патерни. Виділено найважливіші аспекти, за якими патерни виступають детермінантами моделей поведінки споживачів. Розроблено основні типи патернів для коригування поведінки пасажирів залізничного транспорту далекого сполучення.

Ключові слова: споживча цінність, споживча поведінка, маркетингові регулятори поведінки споживача послуг, типи патернів, транспортна послуга.

В статье уточнена классификация маркетинговых факторов воздействия на потребительское поведение. Сделано описание внешних и внутренних маркетинговых регуляторов поведения клиента. Обосновано их влияние на потребительские паттерны. Выделены наиболее важные аспекты, по которым паттерны выступают детер-

минантами моделей поведения потребителей. Разработаны основные типы паттернов для корректирования поведения пассажиров железнодорожного транспорта дальнего сообщения.

Ключевые слова: потребительская ценность, потребительское поведение, маркетинговые регуляторы поведения потребителя услуг, типы паттернов, транспортная услуга.

The article specifies the classification of marketing factors of influence on consumer behaviour. The external and internal marketing regulators of the client's behaviour are describes. Their influence on consumer patterns is justified. The most important aspects are highlights, according to which patterns act as determinants of consumer behaviour patterns. The main types of patterns for correcting the behaviour of long-distance rail transport passengers have been develop.

Key words: consumer value, consumer behaviour, marketing regulators of consumer behaviour, types of patterns, transport service.

УДК 658.8

Мельник Т.С.

к.е.н., начальник відділу
прогнозування ризиків
Департамент оперативного моніторингу
Публічне акціонерне товариство
«Українська залізниця»

Постановка проблеми. Питання спільного створення споживчої цінності товару чи послуги такої величини, яка б давала змогу стимулювати попит, регулювати поведінку споживачів та забезпечувати їх максимальне задоволення, останнім часом привертає все більше уваги з боку вчених та практиків.

Відомо, що величина споживчої цінності зумовлюється відповідним співвідношенням вигід (переваг) і витрат (жертв) покупця. Багаточисельні спостереження низки компаній і науковців, включаючи проведені нами серед пасажирів вітчизняного залізничного транспорту далекого сполучення, переконливо свідчать, що негрошові вигоди чинять на покупців великий вплив. Завдяки цьому споживчою поведінкою можна управляти, змінюючи визначальні мотиви і переваги. Регулятори поведінки і стимули визначаються за результатами маркетингових досліджень відповідно до маркетингової концепції й у рамках маркетингового комплексу підприємства. Слід зазначити, що на залізничному пасажирському транспорті цей механізм досі не запроваджений, що знижує ефективність заходів, спрямованих на утримання пасажирів і стимулювання їхнього попиту на додаткові послуги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема формування споживчих мотивацій та управління ними розглядається у багатьох наукових працях іноземних та вітчизняних науковців.

Теоретичні і методологічні основи її дослідження були закладені ще класиками економічної науки, такими як Л. Вальрс, В. Джевонс, Дж. Кейнс, К. Менгер, І. Фішер та ін. У наші часи окремі аспекти цієї проблеми вивчали Н. Белевцова, В. Вонг, Н. Ілляшенко, М. Портер, К. Прахалад і В. Рамасвами, П. Холанд та ін.

Психологічні особливості і мотиви споживчої поведінки, потреби різних типів споживачів розглядаються у працях таких відомих науковців, як А. Маслоу, Дж. Аткинсон, З. Фрейд, Дж. Келлі, Р. Кеттел та ін. З погляду маркетингових можливостей питання регуляції купівельної поведінки висвітлюються у дослідженнях І. Альошиної, О. Бакалінського, Р. Блекуелла, Дж. Енджела, О. Зозульова та С. Солнцева, К. Келлера, Ф. Котлера, П. Мініарда та ін. Проте сьогодні залишається малоозабезпеченою з методологічного погляду проблема управління поведінкою споживачів такого ринкового феномену, як транспортне обслуговування пасажирів залізниці на далеких маршрутах. При цьому якщо особливості транспортних послуг у цілому і залізничного транспорту зокрема їх відмінності від послуг інших сфер діяльності доволі детально розглянуті вченими, то такий бік зазначеної проблеми, як створення цінності послуги на всіх етапах взаємодії з її споживачами та вибір маркетингових регуляторів споживчої поведінки, потребує доробки.

Постановка завдання. Метою дослідження є впорядкування та класифікація чинників маркетингового впливу на вибір споживачів транспортних послуг, а також формування маркетингових регуляторів поведінки пасажирів залізничного транспорту далекого сполучення на всіх етапах створення споживчої цінності послуги бажаної величини. Це дасть можливість певною мірою збалансувати попит на транспортну та додаткові послуги залізниці, значно підвищити лояльність і задоволеність їх споживачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стимули, спрямовані на споживачів, чинять на них як позитивний, так і негативний вплив, причому на кожному етапі процесу прийняття рішення щодо купівлі, включаючи місця продажу товару або надання послуги. Це було доведено ще в 1929 р. розробниками нині відомої моделі « $S - O - R$ » Р. Вудворда [1, с. 19–32] та її модифікації « $S - H - O - H - R$ » Дж. Піджета [2], а в подальшому підтверджено іншими дослідниками різних галузей науки, зокрема докторами психології А. Мехребієном і Д. Расселом (1974 р.), які дали назву цим чинникам – «екологічна психологія» [3, с. 12–14; 4, с. 19–32; 5, с. 21–22]. Автори тези Р. Вудворд і Дж. Піджет також довели тримірність емоційного сприйняття цих чинників, розробивши модель реакцій споживачів у відповідь на дію факторів, відомою під назвою PAD: «задоволення – незадоволення» (*pleasure – dis pleasure*); «збудження – незбудження» (*arousal – no arousal*); «домінування – покірність» (*dominance – submissiveness*). Їхні послідовники А. Мехребієн і Д. Рассел, не виходячи за межі моделі PAD, запропонували своє трактування факторів: *P* – фактори, що викликають скоріше задоволення, ніж незадоволення, та спрямовані на його досягнення; *A* – фактори емоційності, чутливості, зосередженості на власних відчуттях, інтравертність; *D* – фактори, орієнтовані на контролювання ситуації, досягнення переваг, екстравертність.

У цілях маркетингового дослідження зазначених факторів з метою застосування для корегування поведінки пасажирів їх доцільно розділити на фактори маркетингової зовнішньої і внутрішньої регуляції.

Маркетингові зовнішні регулятори складаються з достатньо детально вивчених факторів фізичної природи: освітлення, місця розташування, температурного режиму, кольорів, запахів, звуків та всього іншого, що створює загальну атмосферу місця продажу або місця надання послуги, яку можна розглядати як цілісне поняття та розкладаючи на елементи; всі інші фактори мають соціальну природу, а також відтворюють взаємовідносини між окремими споживачами, між споживачами і продавцями (обслуговуючим персоналом), між споживачами і референтними групами

та між споживачами і суспільством. Кожна група факторів зумовлює відповідні патерни (моделі) поведінки споживачів, які належать до однієї групи. Однак під впливом певних маркетингових прийомів вони можуть прагнути до переходу в іншу групу. Алгоритм впливу на покупця дослідниками Р. Блекуеллом, П. Мініардом і Дж. Енджелом, які вивчали споживчу поведінку, описано так [6, с. 603–605]: соціалізація – навчання основним споживчим патернам своєї групи; формування самооцінки – формування думок про себе, усвідомлення і прийняття найважливіших цінностей; соціальне порівняння – оцінювання себе порівняно з іншими людьми; конформізм – зміна переконань під реальним чи уявним тиском групи, що приводить до зміни поведінки і настанов людини відповідно до раніше не поділюваної позиції.

Роль маркетингових внутрішніх регуляторів поведінки споживача виконують:

психографіка – це методика визначення стилю життя, за допомогою якої можна спрогнозувати поведінку покупця у місті придбання товару чи отримання послуги (однією з найпоширеніших методик психографіки стала «система цінностей та образу життя» (VALS), згідно з якою споживачі здійснюють покупки для отримання досвіду, що відповідає їхнім перевагам, особистим цінностям, образу життя і приносить задоволення;

мотивація – стимули споживачів для задоволення фізіологічних і психологічних потреб виступають основою для прагнення виробників до спонукання споживачів придбавати товари/послуги, створюючи для них асоціації зі значимими потребами. Однак споживачі можуть усвідомлено чи неусвідомлено змінювати пріоритети потреб одного рівня на користь потреб іншого рівня, тоді потрібно вивчати інтенсивність мотивації;

знання – інформація, якою володіє споживач та яка дає йому можливість оцінити повною мірою переваги товару/послуги, завдяки чому він розуміє, на які атрибути варто звертати увагу, а які не варто. Зазвичай виділяють чотири види інформації, якою володіє споживач: знання про купівлю; знання про споживання і використання; знання про цілі й тактики комунікаторів; знання споживачів про себе. Кожна з перелічених груп знань дає можливість змінювати думки й переваги споживача і тим самим впливати на його вибір;

переваги та вподобання – результат упорядкування споживачем варіантів покупки за бажаністю, зумовлені особистими симпатіями, звичками та іншими внутрішніми психологічними факторами. В їх основі лежить здатність споживача порівнювати варіанти покупки, а цей процес є регульованим, тому хоча переваги та вподобання носять доволі стійкий характер, вони здатні змінюватися під впливом маркетингових регуляторів споживчої поведінки;

настанови – інтегральні оціночні судження споживача відносно товару/послуги, які носять сформований характер, однак не є переконаннями, тому здатні змінюватися під тиском маркетингових заходів та завдяки зміні складників інтегральної оцінки;

наміри – напрям власних дій споживача, характер власної поведінки відносно купівлі товару/послуги, оснований на мотивації, знаннях, досвіді та інших чинниках внутрішньої регуляції. На наміри також можна впливати, застосовуючи маркетингові прийоми;

переконання – виступають результатом взаємозв'язку між знаннями, перевагами та вподобаннями, настановами і намірами; являють собою судження споживача відносно сформованого вибору варіанту купівлі та відповідні очікування від споживання (користування) товару/послуги. Оскільки очікування формуються під впливом рекламованих вигід товару/послуги та інших маркетингових регуляторів, можна зробити висновок, що переконання також є регульованим внутрішнім концептом;

почуття – афективний стан, або реакції, які відчуває покупець унаслідок споживання товару/послуги. Отже, цей чинник поповнює досвід споживача і може впливати на його поведінку під час наступної покупки товару, однак відносно послуги почуття можуть змінюватися за умови коригування процесу обслуговування і тим самим впливати на поведінку споживача ще в ході отримання ним послуги.

Зовнішні і внутрішні чинники та маркетингові прийоми спочатку формують, а потім регулюють споживчі патерни. Поряд із реальними практиками і досвідом патерни мають великий вплив і значення у психології та культурі споживання окремих індивідів, референтних і соціальних груп. Їхня роль в індивідуальній або колективній поведінці споживачів можна охарактеризувати такими аспектами:

– патерни виступають детермінантами моделей поведінки споживачів – індивідуальної та групової: оскільки вибір споживачем товарів і послуг диктується його потребами, інтересами, вподобаннями та іншими рисами індивіда чи групи, до якої він належить, ці товари, послуги та все інше, що належить споживачу, про що він може сказати «моє», стає частиною його особистості, його «Я». Цей аспект був помічений і відображений у працях деяких психологів ще на початку ХХ ст. Однак міра стійкості до регулювання, здатності до коригування, схильності до розвитку та впливу на активність споживача, прагнення до звуження або інтеграції в ході набуття реальних практик і досвіду споживання виступають індивідуальними властивостями патернів;

– патерни слугують чинниками фрагментації і сегментації споживачів, а також групової ідентифікації (агрегування) їх носіїв; в основу цього аспекту лягла теорія «довгого хвоста» американ-

ського автора К. Андерсона [7, с. 4–5], яка показує, як товари-хіти («голова»), попадаючи на ринок масових товарів («тіло»), виводять виробників на безліч ніш попиту, ланцюг («хвіст») яких може бути нескінченним. Звуження цих ніш, їх інтеграція і спеціалізація відбуваються через коригування, зміну споживчих патернів. Цей процес потребує виділення однієї-двох домінуючих характеристик споживчої поведінки, на підставі яких можна об'єднати в кілька груп усе різноманіття варіантів поведінки. Отже, такі визначальні патерни, слугуючи основою фрагментації загальної аудиторії споживачів, потім виконують об'єднувальну, інтегративну функцію;

– патерни формують індивідуальну і групову (колективну) культуру споживання: акумулюючи знання і набутий досвід споживання, вони проєктують індивідуальне і групове сприйняття товарів і послуг, відчуття та інтерпретації, реагування на них і ставлення до них. Це зумовлює напрям подальшого розвитку знань і досвіду, тим самим детермінуючи та коригуючи поведінку їх носіїв.

Здатність патернів змінюватися має велике значення для регулювання як індивідуальної, так і колективної споживчої поведінки. Цю властивість патернів підкреслював, зокрема, відомий британський психолог Е. де Боно, який в одній зі своїх праць писав: «...патерни іноді піддаються зміні шляхом додавання чого-небудь до них... Вони також можуть бути змінені шляхом зміни їх емоційного навантаження...» [8, с. 146]. Процес зміни споживчих патернів стисло можна описати так: нові знання і досвід додаються до наявних, розширюючи і поглиблюючи їх, що й призводить зрушення патернів, модифікація яких, як правило, відбувається шляхом злиття менших патернів із більшими. Пояснення причини інтеграційної модифікації можна знайти, зокрема, в книзі американського психолога, автора низки праць із когнітивної психології Р. Солсо: «Те, що ми відчуваємо... майже завжди є частиною складного патерну, що складається із сенсорних стимулів» [9, с. 26].

Динаміка, темпи, діапазони зміни патернів носять індивідуальний характер, тобто є відмінними для різних споживачів (колективних, індивідуальних) і різних товарів/послуг. Це потрібно враховувати під час вибору маркетингових регуляторів споживчої поведінки і формуванні планів їх застосування, оскільки від цього залежить як подальша активність споживачів, інтенсивність їхніх покупок, прив'язаність до даного виробника, так і бюджет витрат на маркетингові заходи.

Приймаючи до уваги вищевикладене, на рис. 1 і 2 нами представлено можливі варіанти маркетингових регуляторів споживчих патернів, які можна застосувати для наявних послуг і для нових (оновлених) послуг, пропонує пасажиром залізничного транспорту далекого сполучення.

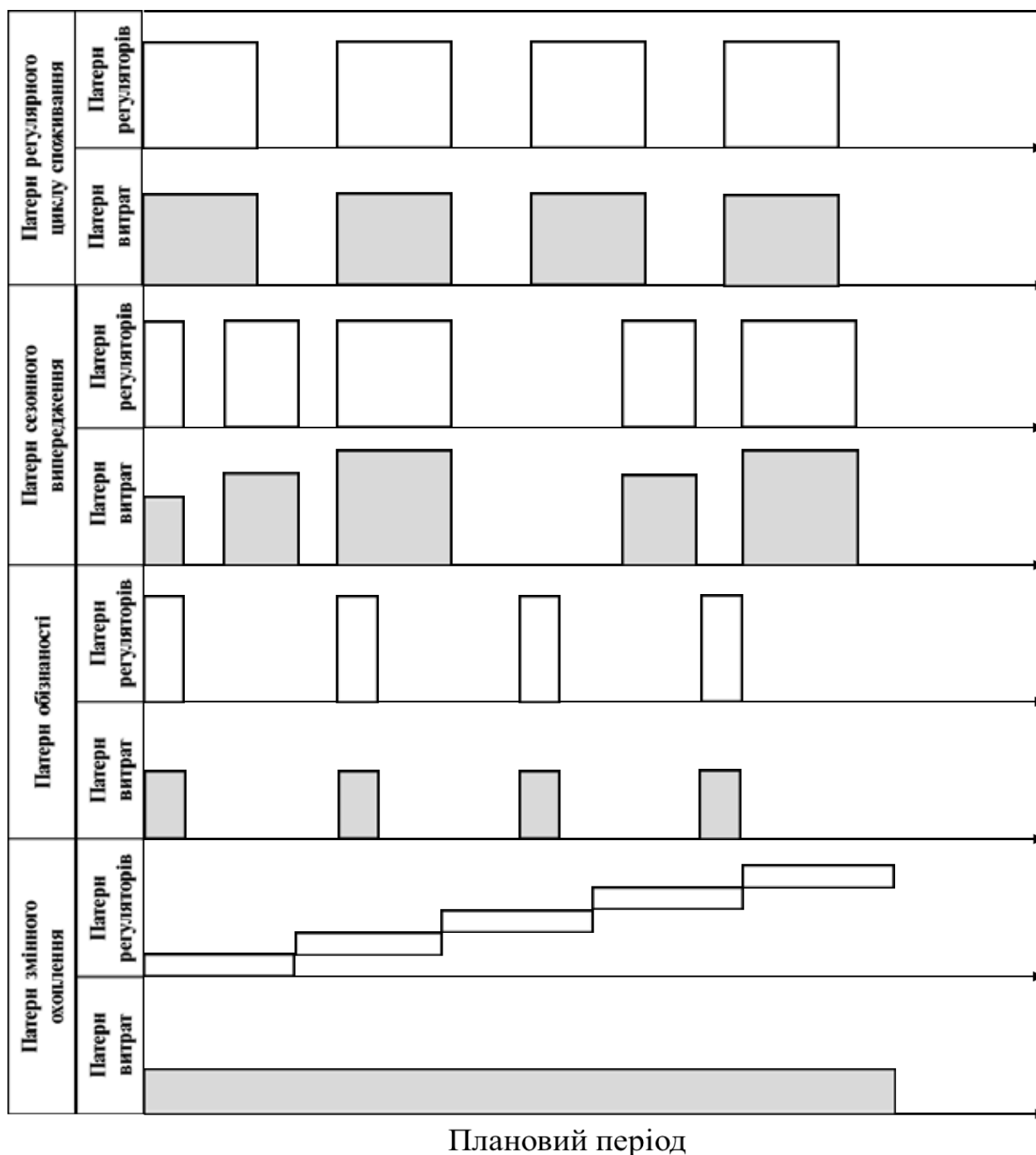


Рис. 1. Маркетингові регулятори споживчої поведінки, рекомендовані для наявних послуг для пасажирів залізничного транспорту далекого сполучення

Джерело: розроблено автором з використанням [10]

Із представлених схем видно, що типи патернів залежать від ступеня новизни товару/послуги, цілей, які ставить перед собою виробник стосовно даного продукту, і часу, який є в розпорядженні виробника для зміни споживчої поведінки.

Висновки з проведеного дослідження. Існує низка підходів і методів регулювання споживчої поведінки пасажирів залізничного транспорту, особливо далекого сполучення, і ще більше – маркетингових прийомів та інструментів впливу на них.

Дослідження умов, обмежень, переваг і недоліків застосування кожного з них є досить важливим та актуальним завданням, оскільки в нинішніх умовах украї зростає необхідність підвищення доходності пасажирського сектору, а це можливе, по-перше, за рахунок активізації попиту не на соціальні, а на більш дорогі послуги і, по-друге, завдяки утримуванню наявних користувачів залізничного транспорту.

Маркетингові зовнішні і внутрішні чинники та прийоми здатні формувати споживчі патерни і

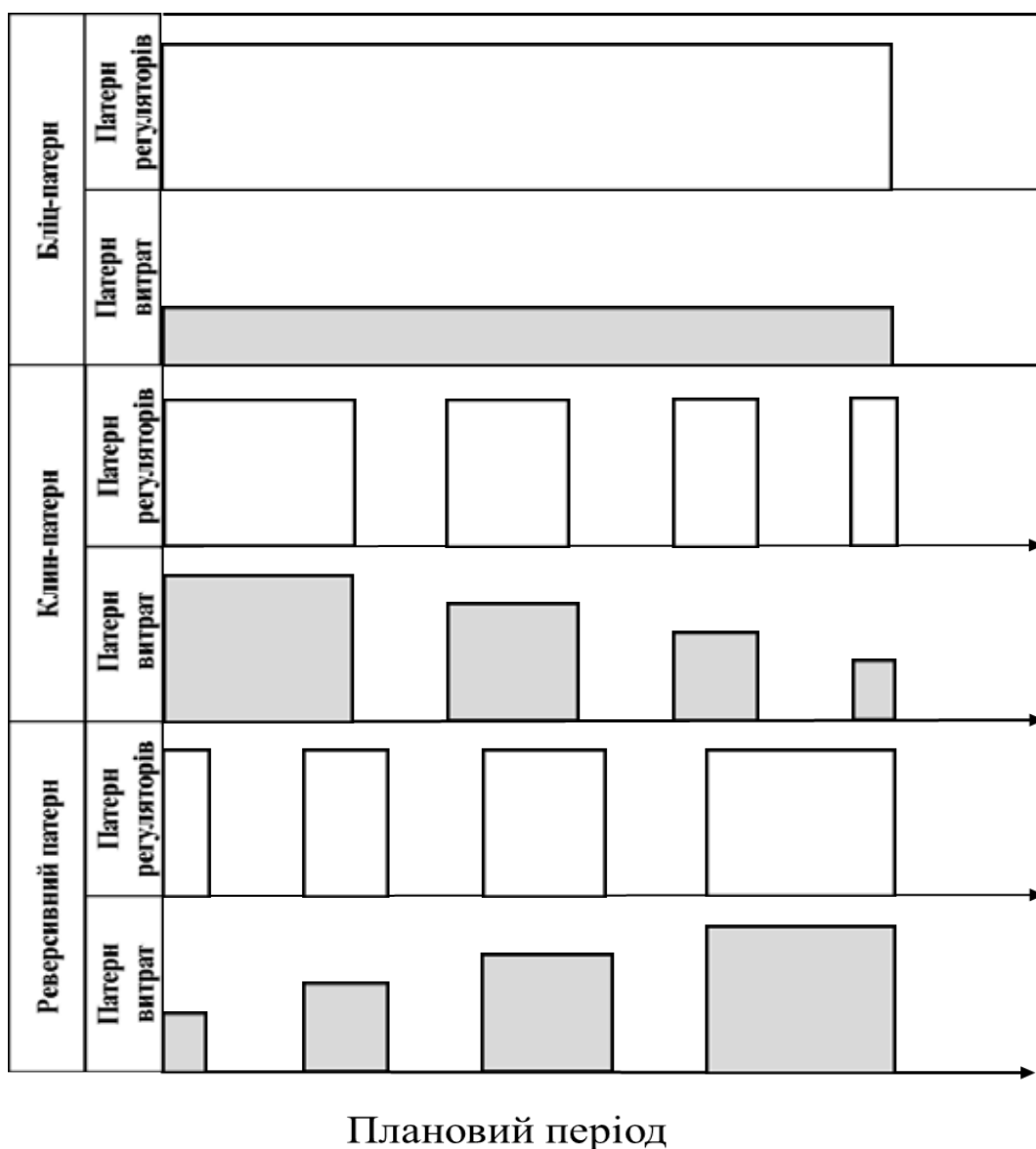


Рис. 2. Маркетингові регулятори споживчої поведінки, рекомендовані для нових (оновлених) послуг для пасажирів залізничного транспорту далекого сполучення

Джерело: розроблено автором з використанням [10]

регулювати поведінку споживачів. Властивість патернів змінюватися у часі і під впливом певних сил має велике значення для регулювання як індивідуальної, так і колективної споживчої поведінки.

Спираючись на виявлені в ході дослідження аспекти, що визначають роль маркетингових чинників в індивідуальній або колективній поведінці споживачів, нами розроблено і запропоновано можливі варіанти маркетингових регуляторів споживчих патернів, які можна застосувати відносно наявних послуг та нових (оновлених) послуг для пасажирів залізничного транспорту далекого сполучення. Їх запровадження у практику маркетингової діяльності дасть можливість певною мірою збалансувати попит на основну послугу по періодах часу і по типах рухомого складу (класи вагонів,

поїздів), а також активізувати продажі додаткових послуг, що гарантує підвищення доходності пасажирських перевезень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Woodward J. Management and Technology. London: H.M. Stationery Off., 1958. 40 p.
2. Piaget J. The Mechanisms of Perception. London: Rutledge & Kegan Paul, 1969. 384 p.
3. Mehrabian A., Russel J.A. An approach to environmental psychology. Cambridge, MA, USA; London, UK: MIT Press, 1974. 331 p.
4. Андреева И.В. Экономическая психология. Социокультурный подход. СПб.: Питер, 2000. 511 с.
5. Стерлигова Е.А. Экологическая психология: учеб. пособ. Пермь: Перм. гос. нац. иссл. ун-т, 2012. 212 с.

6. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2007. 944 с.
7. Andreasen A. Social Marketing in the 21st Century. Thousand Oaks, Calif: Sage, 2006. 280 p.
8. Боно Э. Я прав – вы заблуждаетесь. Минск: Попурри, 2006. 368 с.
9. Солсо Р.Л. Когнитивная психология. СПб.: Питер, 2011. 589 с.
10. Хелпикс Орг. Интернет-помощник. URL: <http://helpiks.org/6-16640.html> (дата звернення: 14.07.2018).

REFERENCEС:

1. Woodward J. (1958) Management and Technology. London: H.M. Stationery Off.
2. Piaget J. (1969) The Mechanisms of Perception. London: Rutledge & Kegan Paul.
3. Mehrabian A., Russel J.A. (1974) An approach to environmental psychology. Cambridge, MA, USA; London, UK: MIT Press.
4. Andreyeva I.V. (2000) Ekonomicheskaya psikhologiya. Sotsiokulturnyy podhod [Economic psychology. Sociocultural approach]. Sankt-Peterburg: Piter (in Russian).
5. Sterligova Ye.A. (2012) Ekologicheskaya psikhologiya [Ecological psychology]. Perm: State National Research University of Perm (in Russian).
6. Blacwell P., Miniard P., Engel J. (2006) Povedeniye potrebiteley [Consumer behavior]. Sankt-Peterburg: Piter (in Russian).
7. Andreasen A. (2006) Social Marketing in the 21st Century. Thousand Oaks, Calif: Sage.
8. Bono E. (2006) Ya prav – vy zabluzhdayetes [I'm right – you are mistaken]. Minsk: Popurri (in Belarus).
9. Solso R.L. (2011) Kognitivnaya psikhologiya [Cognitive Psychology]. Sankt-Peterburg: Piter (in Russian).
10. Khelpiks, Org. Internet-pomoshchnik [Internet Assistant] [online]. URL: <http://helpiks.org/6-16640.html> (date of the application 14.07.2018).

Melnik T.S.

Candidate of Economic Sciences, Head of Risk Forecasting
Department of the Operational Monitoring Department,
Public Joint Stock Company "Ukrainian Railways"

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE USE OF MARKETING REGULATORS OF CONSUMER BEHAVIOUR OF LONG-DISTANCE RAILWAY TRANSPORT PASSENGERS

The article substantiates the need to improve the methodological basis for regulating the behaviour of consumers of public transport services. This requires the specificity of transport services, especially such a complex market facility, as passenger long-distance railway transport. It is emphasized that the correction of the behaviour of passengers is necessary at every stage of the consumption of the service. This is justified by the fact that consumer value is formed at each stage of customer service, and each of them can affect its value.

The classification of marketing factors of influence on consumer behaviour is specified. It is emphasized that the factors have both a positive and a negative impact. This influence is manifested even before the consumption of the service begins and ends after some time after the completion of the service.

A particular attention is paid to the division of marketing factors into external and internal ones. This classification criterion is recognized as the main one in managing the formation of a model of consumer behaviour and managing its behaviour. The article describes the factors of external and internal marketing regulators of behaviour. Briefly described how they can influence the behaviour and choice of the consumer. It is indicated, which of them should be used at the appropriate stage of passenger service. The relationship between regulators and models of consumer behaviour is shown. The main aspects are identified, according to which patterns act as determinants of consumer behavioural models.

There is agreement with the thesis of psychologists that patterns can change. It is said that this property of patterns should be used when choosing marketing regulators of consumer behaviour, developing plans for their application. From this the activity of consumers, the intensity of their purchases, attachment to the manufacturer, as well as the marketing budget depend.

The marketing regulators of consumer behaviour of long-distance railway transport passengers have been developed and are being proposed. They are presented graphically separately for existing services and for new services. The graphical diagrams show that the types of patterns depend on the degree of novelty of the service, the manufacturer's goals for the service and the time that the manufacturer has to change the behaviour of the consumer.

The conclusion is made about the role and possibilities of marketing regulators in creating a consumer value of such a magnitude that will keep customers and increase their loyalty and satisfaction.

МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА КОМУНІКАЦІЙ ЯК ДЖЕРЕЛО ФОРМУВАННЯ ПОГЛЯДІВ СПОЖИВАЧА

MARKETING POLICY OF COMMUNICATIONS AS A SOURCE OF CONSUMER VIEWS FORMATION

УДК 658.84

Пінчук А.С.

к.е.н., доцент

Миколаївська філія

Київського національного

університету культури і мистецтв

У статті розглянуто проблеми маркетингової політики комунікацій на підприємстві сьогоднішнього та комплекс заходів, які використовує підприємство для інформування, переконання, нагадування та формування поглядів споживача на товар (послугу) та імідж підприємства.

Ключові слова: маркетинг, комунікації, підприємство, споживач, товар, реклама, імідж, продаж.

В статье рассмотрены проблемы маркетинговой политики коммуникаций на современном предприятии и комплекс мероприятий, которые использует предприятие для информирования, убежде-

ния, напоминания и формирования взглядов потребителя на товар (услугу) и имидж предприятия.

Ключевые слова: маркетинг, коммуникации, предприятие, потребитель, товар, реклама, имидж, продажи.

The article deals with the problems of marketing policy of communications at the enterprise and the complex of events that the enterprise uses to inform, persuade, remind and form the views of the consumer on the product (service) and the image of the enterprise.

Key words: marketing, communication, enterprise, consumer, product, advertising, image reviews.

Постановка проблеми. Ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності сучасних підприємств на внутрішньому й міжнародному ринках стала дієва система маркетингових комунікацій, яка характеризується широким застосуванням різноманітних комунікаційних засобів і появою нових інструментів інформаційного впливу. У нинішніх умовах розвитку нових інформаційних технологій успішна діяльність будь-якого підприємства багато в чому залежить від уміння, досвіду керівників під час управління комунікаційними процесами, спроможності стратегічно правильно організувати взаємодію багатьох інструментів маркетингових комунікацій із визначенням найдієвіших і найефективніших засобів комунікацій у кожному окремому випадку господарської діяльності підприємства [1].

В управлінні підприємством інформаційне забезпечення служить важливим елементом, який впливає на розвиток комунікаційних процесів, оскільки інформація являє собою сполучну ланку управління, і саме вона містить відомості, необхідні для оцінки ситуації та прийняття управлінських рішень. Під системою інформаційного забезпечення розуміємо сукупність елементів, які забезпечують процес управління, дають змогу організувати своєчасне надходження необхідної кількості інформації потрібної якості в усі підрозділи управління.

Враховуючи роль маркетингових комунікацій у діяльності підприємства, важливим залишається визначення найбільш оптимальних моделей маркетингових комунікацій та формування маркетингового інструментарію управління цими комунікаціями для забезпечення ефективності процесів просування продукції та взаємодії з клієнтами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організації та вдосконалення управ-

ління маркетинговими комунікаціями розглядалися у працях іноземних і вітчизняних учених, а саме: Л.В. Балабанової, Л.О. Попової, Д. Берда, Дж. Бернета, А.М. Берези, І.А. Козак, М. Кастельса, Д. Козьє, Ф. Котлера, Т.І. Лук'янець, Н.С. Меджибовської, У. Руделіуса, Д. Сигела, І.В. Успенського та ін.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей та деталізація управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві, визначення та аналіз основних проблем і стратегічних напрямів його вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетинг має на меті забезпечити підприємства та організації інформацією про доцільні напрями діяльності з погляду сьогоднішніх та майбутніх потреб ринку. Одним з інструментів, який дає змогу застосувати в єдності та взаємозв'язку стратегію й тактику активного просування до потреб потенційних покупців, є маркетингова політика комунікацій.

Ефективний маркетинг неможливий без наявності дієвої системи комунікацій, адже прийнятна цінова політика та вдало підібрані канали збуту можуть не дати бажаного результату без доведення інформації до клієнта. Саме тому маркетингова політика комунікацій є одним зі складників маркетингу.

Проведені теоретичні дослідження засвідчили зростання значення маркетингових комунікацій. Поряд із цим серед учених не існує єдиної точки зору на визначення самого поняття та складників комплексу маркетингових комунікацій (комплексу просування).

Під маркетинговими комунікаціями слід розуміти процес передачі інформації про підприємство та його товар для впливу на цільову та інші аудиторії та отримання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснений підприємством вплив [2, с. 294].

Діяльність компаній у сфері комунікацій можна вважати успішною лише тоді, якщо вона значною мірою досягає поставлених цілей і завдань. У разі впливу на цільову аудиторію основною метою маркетингових комунікацій є зміна її відносин або поведінки, тобто перехід з одного стану в інший. Завдання, поставлені відповідно до вищевказаної мети, можуть стосуватися різних аспектів діяльності й бути дуже різноманітними.

Усі складники маркетингової політики комунікацій тісно зв'язані між собою і мають спільну мету – прискорити просування товарів на цільових ринках, спонукати покупців до активних дій (рис. 1).

Загальна програма маркетингової комунікації підприємства називається комплексом просування й являє собою поєднання п'яти основних засобів просування (рис. 2).

1. Реклама – платна форма неособистісного представлення та просування ідеї, товарів та послуг, яку замовляє та фінансує певний спонсор.

Зауважимо, що основне завдання реклами – спонукати до купівлі даного товару певного споживача (покупця), тому рекламодавці мають знати, чи вдалося рекламі створити, підтримати, поглибити імідж підприємства та його товару чи послуги, чи спонукала реклама товару купувати його, чи створила вона коло постійних клієнтів тощо.

2. Персональний продаж – презентація товару одному або декільком потенційним клієнтам, яка здійснюється у процесі безпосереднього спілкування та має на меті продаж та встановлення тривалих стосунків із клієнтами.

Персональний продаж застосовується в окремих випадках значно частіше, ніж інші засоби про-

сування товарів, коли йдеться про значні гуртові замовлення та прямий канал розподілу (виробник – споживач), презентація нових товарів ринкової новизни. Отже, персональний продаж більш ефективний за оптового збуту товарів.

3. Стимулювання збуту – одноразові спонукальні заходи, які заохочують до придбання тих чи інших товарів або послуг.

Варто відзначити, що стимулювання на українському ринку починалося з простих дегустацій, які стали дуже популярними серед споживачів. Ефективність системи стимулювання збуту значно підвищується, коли її засоби застосовуються разом з іншими формами й елементами просування товару, наприклад рекламою і персональним продажем.

4. Зв'язки з громадськістю (Public Relations) – налагодження стосунків між компанією та різноманітними контактними аудиторіями за допомогою створення вигідної для компанії репутації, позитивного корпоративного іміджу, з одного боку, та усунення чи попередження небажаних чуток, пліток та дій – з іншого. До головних інструмен-

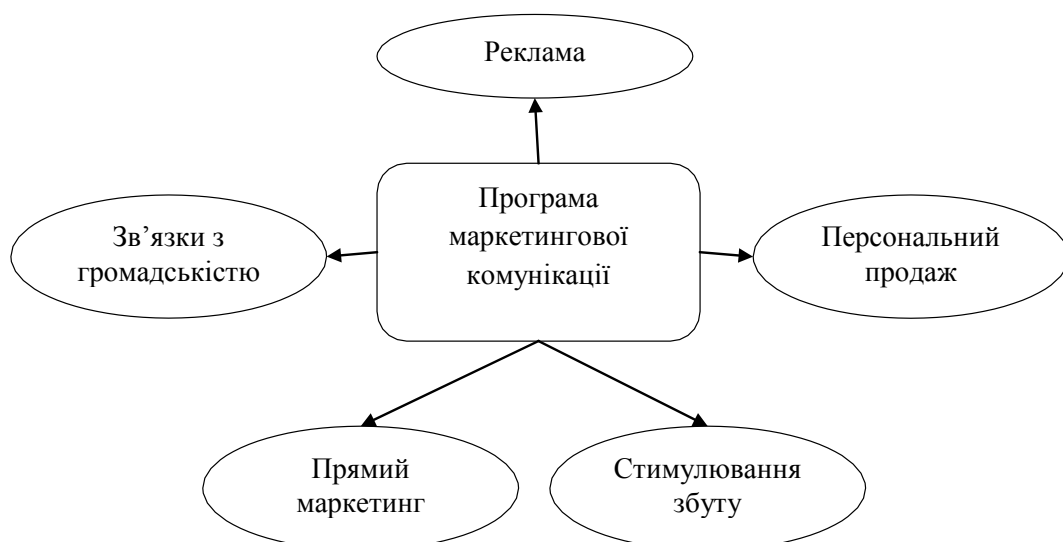
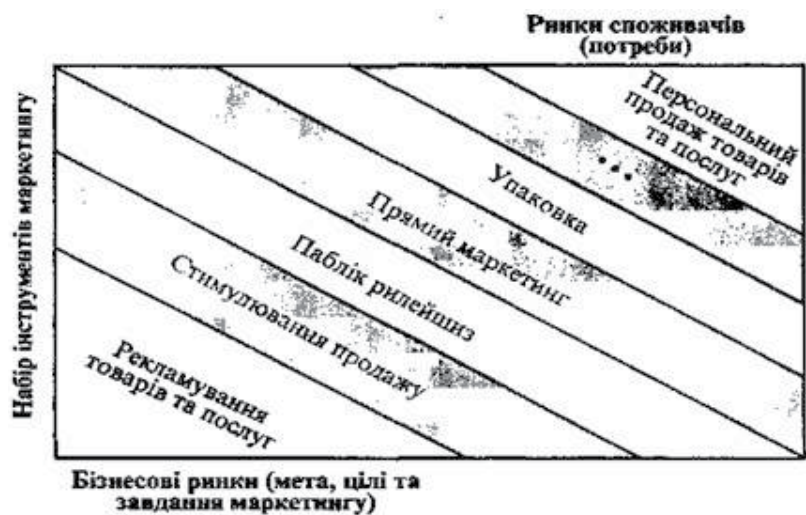


Рис. 2. Програма маркетингової комунікації підприємства

тів зв'язків із громадськістю належать контакти з пресою, створення репутації товару, корпоративні комунікації, зустрічі представників компанії зі споживачами та консультування.

Отже, Public Relations як робота з громадськістю є передумовою та важливою частиною (особливо нині) маркетингу. На думку окремих спеціалістів з маркетингу, публік релейшнз стає новим, п'ятим елементом маркетингу, доповнюючи продукт (product), ціну (price), просування (promotion), місце (place) та стаючи новим «р» – Public Relation.

5. Прямий маркетинг (Event Marketing) – використання різноманітних засобів комунікації для безпосереднього спілкування з покупцями, розрахованих на отримання певної реакції. Передбачає використання пошти, телефону та інших каналів, які дають змогу звертатися до певної категорії споживачів або отримувати негайну реакцію [3, с. 423–424].

Сьогодні стає популярним використання інтегрованих маркетингових комунікацій. Інтегровані маркетингові комунікації – широке поняття, що охоплює всі інструменти. Вони призначені формувати звернення, спрямовані на цільову аудиторію, і здатні просувати продукцію підприємства до кінцевого споживача.

Інтегрування маркетингових комунікацій підвищує значимість комплексу просування. Це дає змогу зберегти єдине позиціонування у межах кожного цільового сегменту, інструменти комунікації підсилюють один одного і створюють ефект синергії. Синергізм проявляється у тому, що ефект комплексного застосування засобів комунікації (інтегрованих комунікацій) відрізняється від простого додавання ефектів від застосування кожного засобу окремо [4].

Сучасні науковці по-різному виділяють пріоритетність того чи іншого інструментарію маркетингових комунікацій.

Інтерактивний маркетинг має переваги для виробників і продавців, тому що дає змогу організувати безпосередній контакт продавця й покупця, що забезпечує формування довірчих відносин між ними. Під час спілкування зі споживачами у підприємства з'являється можливість вивчити конкретні потреби й побажання, створивши відповідні бази даних. За допомогою інтерактивного маркетингу організація може знижувати ціни й підвищувати рентабельність торгівлі, тому що «електронні торговці» не несуть витрати на оренду, страховку та комунальні послуги. Відносно низька вартість інтерактивного маркетингу означає, що ним можуть користуватися як великі, так і дрібні підприємства. Наприклад, набагато дешевше створити власний ефективний web-вузол, аніж купити кілька секунд телевізійного рекламного часу в найбільш престижний час [5].

Основними проблемами управління маркетинговою комунікаційною політикою підприємницьких структур у сучасних умовах є такі [4, с. 36]:

1. Сучасний споживач приймає рішення про покупки, керуючись не раціональною та економічною інформацією про продукт, а тим, що здається йому більш важливим і правильним. З іншого боку, дослідники відзначають тенденції зростання функціональної неграмотності споживачів, що полягає у зниженні здібностей людей прочитати, наприклад, інструкцію на продукт. Перехід від вербальних до візуальних повідомлень, що спостерігається у сучасному світі, змушує підприємницькі структури використовувати більш різноманітний набір візуальних комунікаційних інструментів для доставки інформації споживачеві.

2. Поява величезної кількості засобів масової інформації та збільшення вартості розміщення в них реклами істотно знизили її ефективність. У сучасних умовах стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій високі темпи зростання кількості різних засобів масової інформації зумовлені значно меншими ніж раніше витратами виходу на ринок і здійснення діяльності, а також високою прибутковістю рекламного бізнесу. Збільшення обсягу рекламного ринку в цілому призводить до того, що рекламне послання, спрямоване до споживача традиційним способом, фактично губиться у потоці інших повідомлень. Вартість реклами при цьому постійно зростає. Розширення сітки мовлення і поява величезної кількості телевізійних каналів та радіостанцій дають змогу споживачам не помічати значної частини інформаційного тиску, що вимагає більших, ніж кілька років тому, рекламних бюджетів для досягнення тих же цілей.

3. Підприємницькі структури виявилися не готовими враховувати нові канали комунікацій, що з'явилися в умовах розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що знижує ефективність реалізованої маркетингової комунікаційної діяльності. В умовах стрімкого розвитку принципово нових інтерактивних технологій розповсюдження інформації необхідно враховувати нові канали комунікацій. На практиці підприємницьким структурам перебудуватися і змінитися виявляється досить складно. Під час упровадження сучасних підходів, що враховують нові канали маркетингових комунікацій, підприємницькі структури нашоухуються на політичні та психологічні бар'єри. Від співробітників підприємницької структури освоєння сучасних технологій і нових каналів комунікацій вимагає значних витрат часу й енергії [3].

Таким чином, проведення ефективного управління маркетинговими комунікаціями вимагає врахування кількох особливостей, зокрема [1]:

1. Вироблення ефективної стратегії маркетингових комунікацій вимагає дотримання логічного

взаємозв'язку між цілями та плануванням господарської поведінки.

2. Необхідним є використання ефекту як вирішального параметра процесу управління маркетинговими комунікаціями: враховуючи попередній досвід клієнтів і особливості сприйняття повідомлень цільовими аудиторіями необхідно створити заклик, тему, ідею або унікальну комерційну пропозицію, які залучать додаткового споживача чи партнера.

3. Важливим є раціональне планування каналів подання інформації до споживачів: для передачі готового повідомлення аудиторії необхідно вибрати найбільш ефективний канал комунікації.

4. Управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві має відбуватися за принципом зворотного зв'язку: передавач по каналах зворотного зв'язку повинен оцінити відгук цільової аудиторії на передані повідомлення.

Додатковими засобами маркетингових комунікацій є:

виставки та ярмарки – форма організації взаємозв'язків між виробниками та споживачами (покупцями) в місцях показу їхніх товарів на спеціально організованих для цього демонстраціях. Вони є непостійними і влаштовуються на певний час у певному місці;

брендинг – сфера системи маркетингових комунікацій, що займається розробленням фірмового імені, стилю, його елементів, формуванням унікального іміджу фірми та просуванням його на ринку;

спонсоринг – спонсорська діяльність фірми, здійснювана на принципі взаємності; інтерактивна форма відношень із використанням таких інструментів маркетингових комунікацій, як реклама, стимулювання збуту, паблік рілейшнз, персональний продаж;

продукт-плейсмент – форма просування і розміщення товару, що здійснюється за рахунок ефективної інтеграції функцій реклами з продуктом і/або послугою в медіапрограмі (кіно-, відео- і телевізійні програми) для поліпшення становища товару й успіху його на ринку;

інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу – комплексний метод маркетингових комунікацій у місцях продажу товарів, що включає елементи і прийоми реклами, стимулювання збуту, персонального продажу, паблік рілейшнз та інші комунікаційні заходи (виставки, фірмовий стиль, упаковка тощо).

Всі засоби маркетингових комунікацій тісно пов'язані між собою і мають спільну мету – прискорити просування товарів на цільових ринках, спонукати покупців до активних дій. Проте вони допомагають досягти спільної мети в різні способи і відіграють неоднакову роль у здійсненні

завдань маркетингу. Маркетингові комунікації коштують неоднаково і недешево, тому перш ніж починати планування певної акції, потрібно досить ретельно розрахувати її ефективність. Спеціалісти вважають, наприклад, що для продовольчих товарів із високою швидкістю руху на стадії виведення на ринок витрати на маркетингові комунікації становитимуть: реклама – 30%, персональний продаж – 30%, стимулювання збуту – 30%, паблік рілейшнз – 10%. Для інших продовольчих товарів, які перебувають у фазі розвитку, витрати мають таку структуру: реклама та паблік рілейшнз – до 70%, стимулювання збуту – 20%, персональний продаж – 10%. Може бути й інша структура витрат, вона залежить від конкретних умов конкретного ринку.

Висновки з проведеного дослідження.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що управління комунікаційною політикою у сучасних умовах вийшло на новий рівень: постійне підвищення ролі інформації в діяльності підприємств змушує їх переглядати свої маркетингові позиції, зокрема у сфері комунікацій. Виникнення цілком нових проблем, пов'язаних зі змінами в поведінці споживачів, розширенням комунікаційних можливостей, сприяє виникненню нових підходів до управління маркетинговою політикою комунікацій. Використання елементів комплексу маркетингових комунікацій інтегроване, розроблення стратегій та програм маркетингових комунікацій дає змогу підприємствам підвищувати рівень ефективності управління комунікаційною політикою та загальний рівень ефективності.

Основним каналом інтерактивного маркетингу залишається Інтернет, який розглядається як один із засобів просування в комплексі маркетингових комунікацій. Однак проблемі впровадження сучасних Інтернет-технологій для здійснення ефективних маркетингових комунікацій на підприємствах приділяється недостатньо уваги.

Також варто відзначити, що на підприємствах приділяється недостатньо уваги незапланованим маркетинговим комунікаціям, не завжди ефективно застосовуються різні елементи комунікаційного набору, майже відсутня комплексна система управління комунікаційною діяльністю (особливо на середніх підприємствах, які не є лідерами ринку). Ключовими чинниками успіху в комунікаційній політиці підприємств можна вважати використання інтегрованої системи маркетингових комунікацій, тобто одночасно різних каналів комунікацій, що створить можливості для підвищення ефективності комунікативної політики підприємства. У подальших дослідженнях необхідно звернути увагу на оцінку ефективності комунікативної політики підприємства за допомогою економіко-математичних моделей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кузик О.В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями на сучасних підприємствах. Стратегія економічного розвитку України. 2014. № 34. С. 130–135.
2. Науково-теоретичні основи дослідження маркетингових комунікаційних процесів на підприємстві / Ю.В. Миронова, О.О. Кагляк, О.В. Пітик. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 1. С. 207–214.
3. Шкляєва Г.О. Інтерактивні маркетингові комунікації у менеджменті підприємства. Економічний нобелівський вісник. 2014. № 1(7). С. 509–515.
4. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств в сучасних умовах. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 2. С. 51–54.
5. Нюрнбергер Л.Б. Синергетическое использование элементов системы маркетинговых коммуникаций. Проблемы современной экономики. 2008. № 4(28). С. 293–296.

REFERENCES:

1. Kuzyk O.V. Strategichne upravlinnja marketynghovymy komunikacijamy na suchasnykh pidpryjemstvakh / O.V. Kuzyk // Strateghija ekonomichnogho rozvytku Ukrainy. – 2014. – № 34. – S. 130–135.
2. Mironova Ju.V. Naukovo-teoretychni osnovy doslidzhennja marketynghovykh komunikacijnykh procesiv na pidpryjemstvi / Ju.V. Mironova, O.O. Kaghljak, O.V. Pityk // Visnyk Khmeljnycjkogho nacionalnogho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2016. – № 1. – S. 207–214.
3. Shkljajeva Gh.O. Interaktyvni marketynghovi komunikaciji u menedzhmenti pidpryjemstva / Gh.O. Shkljajeva // Ekonomichnyj nobelivskyj visnyk. – 2014. – № 1(7). – S. 509–515.
4. Vojnarenko S.M. Komunikativna polityka pidpryjemstv v suchasnykh umovakh / S.M. Vojnarenko // Visnyk Khmeljnycjkogho nacionalnogho universytetu. – 2011. – № 6. – T. 2. – S. 51–54.
5. Njurenbergher L.B. Synerghetycheskoe yspolzovanye elementov systemy marketynghovykh kommunykacyj / L.B. Njurenbergher // Problemy sovremennoj ekonomyy. – 2008. – № 4(28). – S. 293–296.

Pinchuk A.S.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Mykolaiv Branch of Kyiv National University of Culture and Arts

MARKETING POLICY OF COMMUNICATIONS AS A SOURCE OF CONSUMER VIEWS FORMATION

A key factor in ensuring the competitiveness of modern enterprises in the domestic and international markets is an effective marketing communications system characterized by widespread use of a variety of communication tools and the emergence of new tools for information impact. Marketing aims to provide enterprises and organizations with information on the appropriate areas of activity in terms of today and future market needs.

One of the tools that make it possible to apply in a united and interlinked strategy and tactics of active promotion to the needs of potential buyers is the marketing policy of communications.

Effective marketing is impossible without the existence of an effective communication system. After all, affordable pricing policies and well-chosen marketing channels may not give the desired result without communicating information to the client. That is why marketing communication policy is one of the components of marketing. Activities of communication companies can only be considered successful if they achieve their goals and objectives to a large extent. In the case of impact on the target audience, the main purpose of marketing communications is to change its relationships or behaviour, that is, transfer from one state to another.

The objectives set in accordance with the above objective may relate to different aspects of activity and be very diverse. It is also worth noting that the enterprises do not pay enough attention to unplanned marketing communications, the various elements of the communication set are not always effectively used, and there is almost no integrated communication management system (especially in medium-sized enterprises that are not market leaders). Therefore, the key factors of success in the communications policy of enterprises can be considered the use of an integrated system of marketing communications, that is, simultaneously different channels of communication, which will create opportunities for increasing the effectiveness of the company's communication policy.

АДАПТАЦІЯ МЕТОДОЛОГІЇ HEPTALYSIS ДЛЯ ВИБОРУ ПОСТАЧАЛЬНИКА КЛІЄНТСЬКОЇ БАЗИ

ADAPTATION OF HEPTALYSIS METHODOLOGY FOR SELECTION OF A CLIENT BASE SUPPLIER

УДК 334.75:339.138

Пономаренко І.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної
кібернетики та маркетингу
Київський національний університет
технологій та дизайну

Яковець Р.І.

магістр
Київський національний університет
технологій та дизайну

У статті розглянуто сутність та особливості використання моделі Heptalysis. Наведено сім груп факторів, що дають змогу проводити комплексний бізнес-аналіз діяльності компанії. Визначено процес оптимальної покупки нової клієнтської бази для збільшення обсягу збуту продукції ТОВ «Гудзик бест» за допомогою методології Heptalysis. Доведено необхідність удосконалення діяльності компанії для посилення позицій на ринку реалізації товарів легкої промисловості. Визначено найкращу компанію – постачальника бази даних клієнтів для ТОВ «Гудзик бест».

Ключові слова: Heptalysis, легка промисловість, клієнтська база, інвестиції, ТОВ «Гудзик бест».

В статье рассмотрены сущность и особенности использования модели Heptalysis. Представлены семь групп факторов, позволяющих проводить комплексный бизнес-анализ деятельности компании. Определен процесс оптимальной покупки новой клиентской базы для увеличения объема сбыта продукции ООО «Гудзик бест» с

помощью методологии Heptalysis. Доказана необходимость совершенствования деятельности компании для усиления позиций на рынке реализации товаров легкой промышленности. Определена лучшая компания – поставщик базы данных клиентов для ООО «Гудзик бест».

Ключевые слова: Heptalysis, легкая промышленность, клиентская база, инвестиции, ООО «Гудзик бест».

The article deals with the essence and peculiarities of using the Heptalysis model. Seven groups of factors are presented, allowing a comprehensive business analysis of the company's activities. The process of the optimal purchase of a new customer base for increasing the sales of Gudzik Best LLC products using the Heptalysis methodology has been determined. The necessity of improving the company's activity for strengthening its position in the market for the sale of light industry goods is proved. The best company-supplier of customer database for Gudzik Best LLC was determined.

Key words: Heptalysis, light industry, customer base, investment, Gudzik Best LLC.

Постановка проблеми. У ХХІ ст. перед органами державного управління України постає низка стратегічних завдань, які необхідно вирішити для забезпечення сталого розвитку країни та посилення її конкурентних позицій у глобальній економічній системі. У сучасних умовах необхідно трансформувати структуру економічної системи згідно з наявними реаліями міжнародного середовища, реалізувати програми стимулювання впровадження інноваційних технологій у стратегічно важливі види економічної діяльності, створити умови для сприяння ефективній зайнятості населення тощо.

В Україні впродовж останніх десятиліть спостерігається фактичне зниження ефективності функціонування легкої промисловості. У країні існує значний потенціал щодо зростання обсягів продукції зазначеного виду діяльності, проте слід відзначити відсутність ефективної державної стратегії стосовно підтримки національних виробників продукції легкої промисловості. В умовах глобалізаційних процесів вітчизняна продукція за багатьма товарними позиціями є менш конкурентоздатною порівняно з іноземними аналогами, особливо з товарами з країн Азії. Керівництво держави повинно запровадити комплекс заходів щодо посилення захисту вітчизняного товаровиробника, поліпшення інвестиційного клімату та підвищення конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості в Україні за рахунок упро-

вадження інноваційних технологій. Поряд із цим компанії самостійно повинні реалізовувати комплексні програми щодо посилення власних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках. Важливе місце в окресленому напрямі займають маркетингові стратегії, що базуються на якісному інформаційно-аналітичному забезпеченні. Отримання якісної клієнтської бази дає можливість збільшити обсяг збуту продукції. Виходячи з окресленої проблематики, у даному науковому дослідженні було використано методику Heptalysis для вибору постачальника бази даних клієнтів, що дасть змогу ТОВ «Гудзик бест» оптимізувати обсяги реалізації текстильних товарів та фурнітури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань підвищення ефективності діяльності підприємств легкої промисловості присвячено праці таких вітчизняних учених, як Т.Є. Воронкова та Л.Л. Маслюк. Діагностикою основних показників діяльності підприємств легкої промисловості України займалися О.Б. Наумов, Ю.В. Гончаров, А.П. Гречан, В.С. Сніговський, В.В. Коваленко. Практичним застосуванням методики Heptalysis останнім часом займалися Дж. Брагер, П. Макфі та К. Хасс.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні особливостей використання методики Heptalysis та можливостей її застосування для визначення найкращого постачальника клієнтської бази для ТОВ «Гудзик бест». У процесі

дослідження важливо приділити увагу детальному вивченню групи критеріїв, що використовуються під час проведення аналізу згідно з методом Heptalysis.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У сучасних умовах в Україні існує потреба в удосконаленні державної стратегії щодо розвитку легкої промисловості, оскільки зазначений вид економічної діяльності має значний потенціал для розвитку шляхом залучення вітчизняної робочої сили та використання наявної сировинної бази. Представлений сектор економіки у перспективі має низку важливих для національної економічної системи переваг, які необхідно використати для забезпечення сталого розвитку України та посилення її на міжнародному рівні: зайнятість значної частки економічно активного населення, збільшення питомої ваги національних товаровиробників у сфері легкої промисловості на українському ринку, зростання експорту продукції даного виду економічної діяльності та ін. В умовах глобалізаційних процесів та інтенсивного зростання імпорту в Україну продукції легкої промисловості, особливо з країн Азії, необхідно здійснювати комплекс заходів щодо сприяння розвитку національних компаній, які виробляють аналогічну продукцію. В Україні підприємства легкої промисловості мають потенціал для збільшення обсягу продукції із забезпеченням широкого спектру товарів народного споживання, на які існує попит на внутрішньому ринку [1].

Враховуючи специфіку сучасного ринку, на глобальному та національному ринках важливе місце у системі просування товарів між виробниками та споживачами займають компанії-посередники, які вирішують комплекс специфічних питань щодо формування попиту на продукцію певних брендів у цільових груп та безпосередньо реалізують зазначені продукти. Здебільшого компаніям-виробникам економічно доцільно скористатися послугами низки посередників, які розробляють специфічні маркетингові стратегії, активно співпрацюють між собою на національному та глобальному ринках, що дає змогу максимізувати продаж продукції певного бренду [2; 3].

У даному науковому дослідженні розглянуто специфіку адаптації методології Heptalysis для вибору постачальника клієнтської бази на прикладі ТОВ «Гудзик бест», що займається посередництвом у торгівлі текстильними товарами. У структурі товарів, які реалізує компанія, значну частку займають фурнітура для одягу та оздоблювальні матеріали. Для цієї категорії товарів важливу роль відіграє фактор сезонності та попит на продукцію легкої промисловості згідно з трендами моди. На фурнітуру минулого сезону попит різко падає, і реалізувати такий товар без суттєвого зниження ціни дуже складно. У таких умовах для ТОВ «Гудзик бест» головним завданням є забезпечення опто-

вого продажу наявної фурнітури у повному обсязі впродовж сезону, який становить для даних товарних груп не більше трьох місяців. Для оптимізації функціонування компанії важливо мати достатню кількість підприємств-партнерів, які купуватимуть фурнітуру та оздоблювальні матеріали [4]. Ефективним інструментом зростання чисельності контрагентів є купівля нової клієнтської бази.

Проаналізувавши різноманітні наукові підходи до вибору постачальника клієнтської бази, для підвищення ефективності збутової діяльності ТОВ «Гудзик бест» було вибрано методологію Heptalysis, що являє собою концепцією моделювання, в якій обговорюються основні елементи ділових підприємств і пропонуються шляхи систематизації процесу перевірки та оцінки. Heptalysis дає змогу проводити комплексний бізнес-аналіз діяльності компанії та включає оцінювання семи груп факторів. Згідно із запропонованим підходом, бізнес-планування розглядається з урахуванням наявної інформації про потенційний ринок та необхідні ресурси. Розглянемо групи критеріїв, що використовуються під час проведення аналізу згідно з методом Heptalysis:

1. Можливості об'єкту. Для мінімізації ризиків вибору компанії, яка не відповідає реальним потребам підприємства, необхідно провести комплексне обстеження зазначеної юридичної особи, яке дасть змогу визначити її реальні можливості. У разі інвестування у цільовий ринок аналіз повинен включати ємність ринку, структуру споживачів та їх ключові характеристики, основних конкурентів тощо. Необхідно провести комплексне дослідження наявних можливостей для виявлення оптимального варіанту, який дасть змогу отримувати максимально можливий прибуток на постійній основі [5].

Під час пошуку найкращого постачальника бази даних критерієм оптимальності слугуватиме її інформативність, що передбачає наявність таких стовпчиків:

- назва підприємства;
- юридична адреса;
- вид діяльності;
- контактний телефон;
- електронна пошта;
- код ЄДРПОУ.

У додаткових стовпчиках може міститися така інформація: ПІБ головного бухгалтера підприємства та телефон зазначеного співробітника; короткий опис підприємства; адреса веб-сайту компанії тощо. У цій групі ключовим показником виступає інформативність бази.

2. Продукт/рішення. Рішення може бути технологічним, сервісним, продуктовим або ж являти собою бізнес-модель. Аналіз продукту/рішення дає змогу визначити рівень сприйняття товарів компанії клієнтами. Здебільшого компанії зазна-

ють невдач, оскільки займаються вирішенням проблем, які не належать до їх ринкових можливостей, а отримані результати неможливо використати для оптимізації діяльності [5].

Під час відбору постачальника бази даних ключовим фактором слугуватиме формат бази. Для проведення комплексного аналізу ТОВ «Гудзик бест» доцільно використовувати програмне забезпечення «1С Підприємство», яке компанія використовує для накопичення інформаційної бази про основні процеси. У цьому разі необхідно забезпечити сумісність бази даних компанії з технічними особливостями інформаційної системи постачальника послуг. Виходячи зі специфіки групи, ключовим фактором є інформативність бази.

3. План виконання. Необхідно створити дієвий план, який допомагає визначити стратегічні рамки та тактичне рішення для досягнення поставлених цілей. Під час розроблення плану виконання важливо грамотно розподілити обов'язки членів команди, що сприятиме їх ефективній взаємодії у ході реалізації проекту та підвищенню продуктивності праці [5].

Ключовим фактором під час вибору постачальника бази даних у цьому разі буде слугувати релевантність інформації. Необхідно вибрати базу даних із найвищою релевантністю: інформаційний ресурс містить найбільшу частку користувачів, що зацікавлені у продукції ТОВ «Гудзик бест».

4. Фінансові показники. На цьому етапі проводиться аналіз внутрішнього руху грошових коштів, вивчаються динаміка та структура запозичених фінансових ресурсів. Комплексне дослідження руху грошових потоків дає змогу бізнес-аналітику визначити ефективність фінансування.

У цьому разі під час вибору постачальника бази даних головними факторами слугуватимуть ціна бази даних та вартість її регулярного оновлення.

5. Людський капітал. Для реалізації ідеї та отримання оптимальних результатів необхідно правильно сформувати команду виконавців виходячи з фінансових ресурсів компанії, наявних працівників та можливостей посилити кадровий склад за рахунок залучення наявних на ринку праці фахівців. На цьому етапі виходячи зі специфіки проекту розподіляються посадові обов'язки [5].

Під час вибору постачальника бази даних фактором буде компетентність керівництва і працівників: рівень обізнаності зі специфікою роботи з клієнтськими базами даних підприємств, їх комунікабельності тощо.

6. Потенційна вигода. В адаптованому вигляді цьому фактору відповідатиме оптимальна за кількістю клієнтів база даних, яку компанія придбає для підвищення ефективності продажів.

7. Рівень безпеки. На функціонування компанії впливає значна кількість чинників. Важливими завданнями аналітика компанії є ідентифікація можливих ризиків та розроблення комплексних

управлінських рішень, що дадуть змогу мінімізувати ймовірність настання негативних наслідків. Поряд із виявленням ризиків необхідно провести їх групування відповідно до різних ознак, які характерні для компанії, згідно зі специфікою її діяльності, ринками збуту продукції, наявними конкурентами тощо [5].

Фактором, що визначає постачальника бази даних, є репутація постачальника. Важливо, щоб вибрана компанія серйозно ставилася до своїх зобов'язань. Вибір відповідальних бізнес-партнерів допомагає уникнути більшості проблем під час майбутньої співпраці.

Суть розрахунків методу Neptalysis зводиться до того, що група експертів оцінює кожен із семи факторів за стобальною шкалою, а на основі отриманих від кожного фахівця оцінок обчислюється середня арифметична. Критерії оцінювання кожного з факторів задаються замовником або вводяться експертами на основі науково обґрунтованих методик.

ТОВ «Гудзик бест» для оцінювання факторів скористалося допомогою низки фахівців, які мають досвід комплексного аналізу діяльності компаній легкої промисловості в Україні. Виходячи з потреб підприємства, було відібрано три компанії, які можуть стати постачальником бази даних: DATABASES Lab, Leads For Success та ТОВ «Інформ-оптим». У табл. 1 представлено зведені оцінки факторів для зазначених компаній у 2018 р.

Згідно з отриманими результатами, компанії можуть забезпечити інформативність бази даних клієнтів. Для досягнення поставленої мети Leads For Success необхідно використати додаткові кошти, що призвело до найнижчого оцінювання компанії експертами за зазначеним показником. Поряд із цим усі компанії можуть забезпечити базу даних у форматі, сумісному з «1С Підприємство». Після перевірки достовірності сотні полів у демонстраційній базі даних кожної з компаній найкращою за релевантністю виявилася Leads For Success. Ціновий фактор визначався виходячи з вартісних характеристик баз даних з урахуванням витрат на їх періодичне оновлення. У цьому разі спостерігається зворотний взаємозв'язок: за зниження ціни зростає оцінка.

Найвищий рівень компетентності під час надання демонстраційної бази даних та найкращі відгуки від інших клієнтів дали змогу посісти перше місце за даним фактором DATABASES Lab. Найбільша база даних клієнтів у ТОВ «Інформ-оптим», а найменша – у Leads For Success. Найкращою репутацію за комплексом характеристик володіє DATABASES Lab.

Для проведення порівняльного аналізу компаній за системою факторів також доцільно побудувати відповідний графік (рис. 1). Отримана візуалізація дає можливість чітко проаналізувати наявність сильних сторін у кожній з компаній – постачальників клієнтської бази згідно з окремими факторами. Проте

**Рейтингова оцінка факторів під час вибору компанії – постачальника бази даних клієнтів
для ТОВ «Гудзик бест» у 2018 р. [5–8]**

(балів)

Фактор	ТОВ «Інформ-оптим»	Leads For Success	DATABASES Lab
Інформативність бази	93	73	100
Формат бази	100	100	100
Релевантність даних	95	98	94
Ціна бази даних та вартість її оновлення	81	100	83
Компетентність компанії	79	91	100
Розмір бази даних	100	65	80
Репутація компанії	70	50	95
Середній бал	88	82	93

рішення щодо вибору партнера ТОВ «Гудзик бест» приймає на основі інтегрального показника, який було розраховано згідно з методикою Heptalysis.

У результаті проведеного аналізу за допомогою методу Heptalysis встановлено, що для потреб ТОВ «Гудзик бест» оптимальним варіантом буде придбання клієнтської бази з періодичним оновленням у компанії DATABASES Lab.

Висновки з проведеного дослідження.

У сучасних умовах конкуренції між компаніями існує потреба в удосконаленні стратегій їх функціонування для отримання певних переваг, які дадуть змогу посилити позиції на ринку. Окреслені обставини є характерними й для підприємств легкої промисловості, проте існує певна специфіка їх функціонування в Україні в сучасних умовах: значна конкуренція з іноземними товаровиробниками; наявність низки внутрішніх чинників, які

негативно впливають на функціонування вітчизняних товаровиробників тощо.

Поряд із державною підтримкою даного виду економічної діяльності безпосередньо керівництво компанії повинно займатися питаннями розроблення дієвих стратегій, які включають комплекс відповідних інноваційних заходів. Велику увагу необхідно приділяти інформаційним технологіям, які позитивно впливають на процеси оптимізації діяльності у цілому та на побудову дієвих комунікацій з потенційними клієнтами. Для досягнення поставленої мети необхідно скористатися базами даних про клієнтів, а для вибору компаній-підрядників доцільно використати метод Heptalysis. На прикладі ТОВ «Гудзик бест» серед трьох компаній за допомогою цього методу було відібрано компанію DATABASES Lab, яка за сімома критеріями у цілому є оптимальним постачальником інформаційного ресурсу.

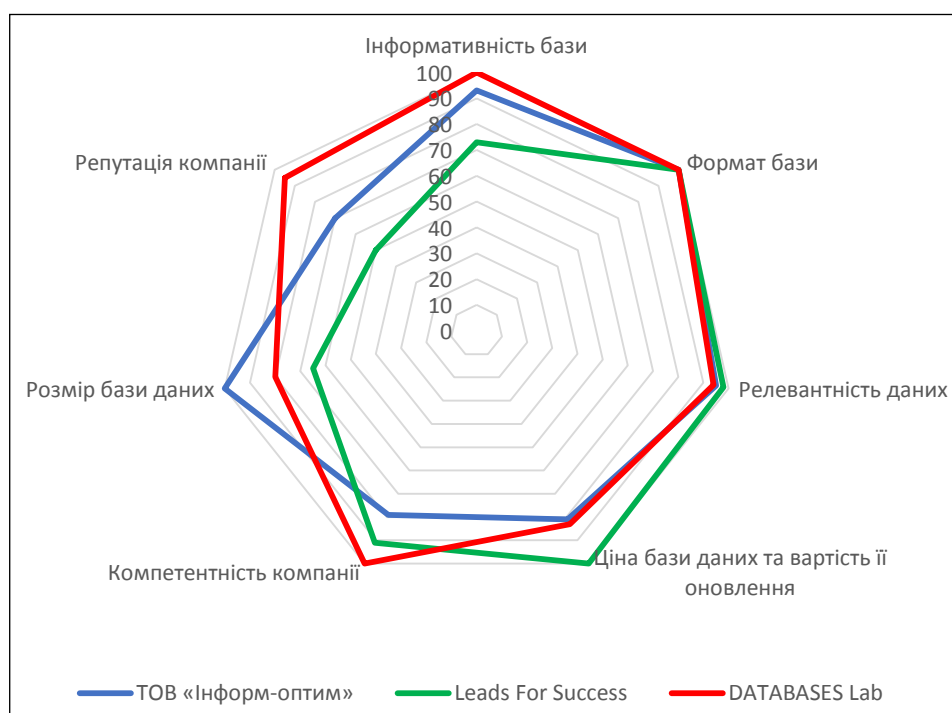


Рис. 1. Порівняльний аналіз за Heptalysis-шкалою під час вибору компанії – постачальника бази даних клієнтів для ТОВ «Гудзик бест» у 2018 р. [5–8]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коваленко В.В. Діагностика основних показників діяльності підприємств легкої промисловості України. Вісник Хмельницького національного університету. 2016. № 5. Т. 1. С. 94–98.
2. Чубукова О.Ю., Ралле Н.В. Складові інноваційної економіки – освіта, технологічні уклади, когнітивні технології. Науковий вісник Полісся. 2016. № 3(7). С. 130–133.
3. B. Ślusarczyk, P. Dziekański. Marketing terytorialny wyzwaniem współczesnego samorządu – wybrane zagadnienia, OSTRÓG, Ostrowiec Świętokrzyski, 2014, (B. Ślusarczyk – autorstwo I, II, III i IV rozdziału, s. 1–56).
4. Офіційний сайт ТОВ «Гудзик бест». URL: <https://www.gudzik.kiev.ua/>
5. Heptalysis Whitepaper. URL: <http://www.heptalysis.com/whitepaper.htm>
6. Офіційний сайт ТОВ «Інформ-оптим» URL: <http://www.inform-optim.com/>
7. Офіційний сайт Leads For Success. URL: <https://1stlfs.com/>
8. Офіційний сайт DATABASES Lab. URL: <https://www.databases.com.ua/>

REFERENCES:

1. Kovalenko V.V. (2016) Diahnostyka osnovnykh pokaznykiv diialnosti pidpriemstv lehkoï promyslovosti Ukrainy [Diagnostics of light industry enterprises activity basic indicators in Ukraine]. IX Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, vol. 5, no. 1, p. 94–98.
2. Chubukova O.Yu., Rallye N.V. (2016) Skladovi innovatsynoyi ekonomiky – osvita, tekhnolohichni układy, kohnityvni tekhnolohiyi [Components of innovative economy – education, technological way, cognitive technologies]. Naukovyy visnyk Polissya, vol. 3, no. 7, p. 130–133.
3. B. Ślusarczyk, P. Dziekański. Marketing terytorialny wyzwaniem współczesnego samorządu – wybrane zagadnienia, OSTRÓG, Ostrowiec Świętokrzyski, 2014, (B. Ślusarczyk – autorstwo I, II, III i IV rozdziału, s. 1–56).
4. Official site of Gudzik best LLC. Available at: <https://www.gudzik.kiev.ua/>.
5. Heptalysis Whitepaper Available at: <http://www.heptalysis.com/whitepaper.htm>.
6. Official site of Inform-optym LLC. Available at: <http://www.inform-optim.com/>.
7. Official site of Leads For Success. Available at: <https://1stlfs.com/>.
8. Official site of DATABASES Lab. Available at: <https://www.databases.com.ua/>.

Ponomarenko I.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Economic
Cybernetics and Marketing Department
Kyiv National University of Technologies and Design

Yakovets R.I.

Master's Degree
Kyiv National University of Technologies and Design

ADAPTATION OF HEPTALYSIS METHODOLOGY FOR SELECTION OF A CLIENT BASE SUPPLIER

The article deals with the essence and peculiarities of using the Heptalysis model. Seven groups of factors are presented, allowing a comprehensive business analysis of the company's activities. The essence of calculations of the Heptalysis method is that the group of experts evaluates each of the seven factors on a scale, and the arithmetic average is calculated based on the estimates obtained from each specialist. To assess a venture with a systematic approach, all contributing elements have to be examined independently; that is: Market Opportunity; Product/Solution; Execution Plan; Human Capital; Financial Engine; Potential Return; Margin of Safety. Performance calculations are based on available information on the potential market and the required resources. Criteria for evaluating each of the factors are given by the customer or introduced by experts on the basis of scientific methods.

The process of the optimal purchase of a new customer base for increasing the sales of Gudzik Best LLC products using the Heptalysis methodology has been determined. To optimize the company's operation, it is important to have a sufficient number of partner companies to buy accessories and finishing materials. In many cases, it is economically feasible for companies to use the services of a number of intermediaries who develop specific marketing strategies, actively cooperate with each other in the national and global markets, which allows maximizing the sales of a certain brand product.

A heptagonal spider graph was used to visualize the results of the venture's assessment for Gudzik Best LLC. Each axis in the graph represents one of the contributing elements.

The necessity of improving the company's activity for strengthening its position in the market for the sale of light industry goods is proved. The best company-supplier of the customer database for Gudzik Best LLC was determined. As a result of the analysis using the Heptalysis method, it was found that, for the needs of Gudzik Best LLC, the optimum option would be to purchase the DATABASES Lab's customer base with periodic updates.

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

ANALYSIS OF FACTORS OF INNOVATION DEVELOPMENT OF THE EDUCATIONAL INSTITUTION

У статті розглянуто основні чинники виникнення та впровадження інновацій у навчальному закладі та діючих підприємствах. Визначено чинники інноваційного розвитку навчального закладу та розглянуто перелік компетенцій для досягнення конкурентоспроможності студентами освітнього закладу на ринку праці. Виокремлено категорії інновацій дослідниками та науковцями, визначено базові характеристики побудови інноваційного розвитку. За даними категоріями розглянуто класифікаційні ознаки інновацій технічних, економічних, організаційно-юридичних у навчальних закладах та діючих підприємствах.

Ключові слова: чинники інноваційного розвитку, творчість, наукове дослідження, інноваційні процеси, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, проектування творчих процесів, економічні чинники, економічні інноваційні технології.

В статье рассмотрены основные факторы возникновения и внедрения инноваций в учебном заведении и действующих предприятиях. Определены факторы инновационного развития учебного заведения и рассмотрен перечень компетенций для достижения конкурентоспособности студентами образовательного учреждения на рынке труда. Выделены категории инноваций исследователями и учеными, определены базовые характеристики построения инновационного развития. По данным кате-

гориями рассмотрены классификационные признаки инноваций технических, экономических, организационно-юридических в учебных заведениях и действующих предприятиях.

Ключевые слова: факторы инновационного развития, творчество, научное исследование, инновационные процессы, инновационное развитие, инновационная деятельность, проектирование творческих процессов, экономические факторы, экономические инновационные технологии.

The article considers the main factors of origin and introduction of innovations in educational institutions and operating enterprises. The factors of innovation development of the educational institution are determined and the list of competencies for reaching the competitiveness of the students of the educational institution in the labour market is considered. In the course of the research, the categories of innovations are distinguished by researchers and scientists, the basic characteristics of the construction of innovative development are determined. According to the categories, the classification features of innovations of technical, economic, organizational and legal in educational establishments and operating enterprises are considered.

Key words: factors of innovation development, creativity, scientific research, innovative processes, innovative development, innovative activity, design of creative processes, economic factors, economic innovative technologies.

УДК 911.3:65.014

Поповський Ю.Б.

к.пед.н., доцент кафедри
бізнес-статистики
та економічної кібернетики
Донецький національний університет
імені Василя Стуса

Постановка проблеми. Тенденції розвитку економічних процесів на світових ринках залежать від наукових досягнень галузей економіки. Одним з основних джерел розвитку наукових досліджень є навчальні заклади, які організовують зв'язки наукових досліджень та чинників економіки світових ринків. У процесі навчання студенти ознайомлюються з історією економічних процесів, наслідками тих чи інших ринкових проблем, приймають участь у тренінгових заняттях. Набування таким чином знань та досвіду спонукає здобувачів освіти до творчого мислення та інновацій в економічних процесах.

Визначивши чинники інноваційного розвитку навчального закладу, ми отримаємо перелік компетенцій для досягнення конкурентоспроможності освітнього закладу на ринку праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інноваційну освітню діяльність навчального закладу досліджували фахівці педагогічних, економічних, технічних та інших напрямів.

Напряму макро- та мікрорівня приділяли увагу у своїх працях такі вітчизняні вчені, як В. Андрущенко, В. Антошкіна, О. Грішнова, І. Каленюк, К. Корсак, О. Левченко та ін. [1; 2].

Науковці І.О. Тарасенко, Т.М. Нефедова визначають актуальність проблеми формування системи інноваційного розвитку вищих навчальних закладів у контексті її орієнтації на забезпечення конкурентоспроможності вищих навчальних закладів [3]. Проблеми модернізації механізму функціонування системи вищої освіти в контексті інноваційного розвитку економіки приділено увагу в статті Т.Є. Воронкової [4]. Інноваційні процеси безпосередньо у вищих навчальних закладах досліджено в роботі Н.Й. Радіонової [5].

Проблеми педагогічної інноватики досліджувалися такими вченими, як О. Арламов, М. Бургін, В. Журавльов, Н. Юсуфбекова, А. Ніколс та ін. Окремі аспекти інноваційного освітнього проектування як інструмента інноваційної освітньої діяльності досліджувалися такими науковцями і фахівцями-практиками, як: L.V. Shavinina, І. Богданова, О. Топузов, В. Химинець, І. Дічківська, Л. Ващенко, В. Сластьонін, М. Поташик та ін.

Аналіз наукової літератури показав, що немає чіткого визначення поняття «інноваційне проектування» в освіті або «інноваційне освітнє проектування». Разом із тим у науковій літературі є визначення поняття «педагогічне проектування». Зокрема

І.М. Дичківська дає таке визначення: «Педагогічне проектування – цілеспрямована діяльність, яка визначає необхідність педагогічних перетворень, прогнозує та оцінює наслідки певних педагогічних задумів» [6, с. 337]. Таке визначення, на нашу думку, можна у цілому застосовувати й до поняття «інноваційне освітнє проектування», оскільки педагогічні перетворення є основою інноватики в освіті. Разом із тим маємо додати, що інноваційне освітнє проектування часто виступає невід'ємним складником або необхідним етапом, або засобом інноваційної діяльності у тій її частині, яка відповідає за створення нових освітніх систем або їх окремих компонентів. Отже, під інноваційним освітнім проектуванням ми розуміємо цілеспрямовану інноваційну діяльність, яка характеризується чіткою визначеністю необхідності педагогічних перетворень, націлену на пошук конкретних рішень завдань розвитку освіти, побудову інноваційних моделей навчального процесу для його перетворення і вдосконалення.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз чинників, особливостей та принципів інноваційного розвитку вищого навчального закладу. У зв'язку із цим необхідним є вирішення таких завдань: уточнення поняття «економічний розвиток вищого навчального закладу», систематизація окремих позицій та точок зору на означену проблему, визначення форм інноваційного розвитку ВНЗ. Окрім того, необхідно проаналізувати наявні стимулюючі та стримуючі чинники, які впливають на розвиток інноваційної освітньої діяльності в освіті України; показати роль таких чинників в організації процесу інноваційного проектування; продемонструвати вектори розвитку інноваційного освітнього проектування шляхом урахування виявлених чинників, що впливають на цей процес.

Виклад основного матеріалу дослідження. Німецький учений Й. Шумпетер у своїх дослідженнях дав визначення поняття «інновації», яке згодом було прийнято офіційною наукою, – це «будь-які можливі зміни, що відбуваються внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції, післяпродажного обслуговування» [7].

Відповідно до визначення Й. Шумпетера та загальноприйнятого твердження інновації розглядаються як зміни або новоутворення.

На думку Б. Санто, інновація – це такий суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів призводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій, і якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, прибуток, її поява на ринку може принести додатковий дохід [8].

С.Д. Ільєнкова вказує на те, що специфічний зміст інновацій становлять зміни, а головною функцією інноваційної діяльності є функція зміни [9].

Нові комбінації в підсумку виводять економічну систему на новий рівень рівноваги, а їхнім безпосереднім результатом можуть бути виготовлення нового, невідомого споживачеві блага. Це може бути відкриття нових технологій і нових способів комерційного використання товару, освоєння нових ринків збуту, відкриття нових джерел сировини, проведення реорганізації виробництва та ін. [10].

Другий підхід трактує інновацію не тільки як кінцевий результат, а й як власне процес доведення наукового відкриття або технічного винаходу до стадії практичного використання, коли воно починає давати економічний ефект, тобто це процес, у ході якого відкриття або винахід набуває економічного змісту [11].

Спільною характеристикою майже всіх сучасних економічних досліджень є те, що «інновація» у них визначається як якісні зміни. А вирішальною ознакою, що характеризує інновації, є здобуття можливості використання нововведення на рівні як господарюючого об'єкта, так і економічної системи загалом. При цьому для суб'єкта інноваційної діяльності важливим є чинник піонерського впровадження інновацій порівняно з іншими учасниками, що займаються аналогічною діяльністю та формують новий тип ведення національного господарства. Погоджуємося з твердженням, що інновація – це нововведення, використання якого призводить до якісних змін у виробництві для отримання соціально-економічної вигоди (ефекту) [12].

Більшість авторів поняття «інновації» розглядає як цілеспрямовані зміни, спрямовані на процес відтворення для кращого формування нової суспільної потреби. З іншого боку, це впровадження будь-яких технічних, організаційних, економічних змін на підприємстві для економії та оптимізації бізнесу.

Згідно з результатами досліджень, проведених І. Romero, інші особливості, які впливають на інновації, такі: освіта, досвід, внутрішня мотивація, стимулювання, розмір організації та сектори економіки [13].

На дослідженнях І. Romero можна узагальнити і стверджувати, що так звана інтелектуальна стратегія зростання ефективна. Це одна з основ 2020 стратегії Європи, яка заснована на знаннях та інноваціях і робить акцент на безперервний процес навчання. Як додає І. Romero, інноваційний процес можна розглядати як такий, що має чотири основні стадії: ідею, розроблення, виробництво, продаж, іншими словами, «наука перетворює гроші на знання та інновації перетворюють знання у гроші».

Знання дуже важливі в процесі інновацій і являють собою не тільки цінний внесок, а й вихід із процесу трансформації.

Науковці, які займаються організаційними процесами праці на підприємстві, інновацію розуміють як комплексний процес створення, поширення і використання нових засобів праці.

У працях П.П. Микитюк, Ж.Л. Крисько поняття «інновація» включає чотири ключові компоненти: креативність; стратегію; реалізацію; прибутковість.

Креативність – уміння генерувати нові ідеї.

Стратегія – з'ясування новизни та корисності ідеї з погляду розвитку підприємства.

Реалізація – перехід від нової та корисної ідеї до її реалізації у вигляді конкретних продуктів і послуг. Саме на етапі реалізації відбувається девальвація багатьох творчих і потенційно інноваційних ідей і, відповідно, втрачаються шанси створити для підприємства нову успішну бізнес-стратегію [7].

С.С. Вітвицька зауважує: «Творчість і інновації не можуть існувати окремо, адже творчість – це діяльність людини, що створює щось нове, що відрізняється неповторністю, оригінальністю. Виходить, інновації є результатами творчості. Створення інновацій – це завжди творчий процес, який відповідає умовам пошуку нового, оригінального, оптимального, хоча внаслідок здійснення цього пошуку не завжди виникає (і не завжди має виникати) щось нове» [14].

В.К. Беклешов зазначає, що для більш чіткого аналізу місця науково-технічної творчості безпосередньо на етапах підготовки виробництва варто звернути увагу на таку особливість: частка творчих елементів діяльності змінюється від 25% до 40% для науково-дослідних робіт, до 10–20% під час здійснення дослідно-конструкторських робіт [15].

Отже, творчість є одним із чинників креативного інноваційного розвитку навчального закладу. Використання елементів науково-технічної творчості є особливо важливим чинником упровадження новітніх інформаційних технологій. Моделювання творчих процесів засобами комп'ютерного відтворення на початкових етапах підготовки виробництва, зокрема в науково-дослідних роботах, суттєво зменшує витрати на подальший розвиток товарно-інноваційного циклу.

Три наступні чинники (стратегію, реалізацію, прибутковість) П.П. Микитюк, Ж.Л. Крисько, О.Ф. Овсянюк-Бердадіна, С.М. Скочилас розглядають як елементи класифікацій ознак інновацій (рис. 1).

Сучасна класифікація інновацій включає такі ознаки, як тип нововведення, механізм здійснення й особливості інноваційного процесу. При цьому передбачається, що будь-які інновації мають комплексний характер, їх варто розглядати як із технологічного, так і з нетехнологічного погляду виходячи з можливих наслідків їхнього впливу на зовнішнє середовище [7].

Освітня діяльність навчальних закладів базується за напрямками освітніх програм. Інноваційні ознаки за сферою застосування по економічних фахах можуть поділятися на науково-технічні та організаційно-економічні інновації.

Науково-технічні інновації орієнтуються на наукові відкриття, які стають вихідною базою для створення нових напрямів виробництва. Виконання складних інноваційних завдань зумовлює необхідність у збалансованій і гармонійній науково-технічній діяльності. У сучасній практиці планування інновацій значного поширення набули комплексні науково-технічні програми та проекти.

Організаційно-економічні інновації розуміються як діяльність, що передбачає здійснення комплексу будь-яких дій, які забезпечують досягнення мети; як система організаційно-правових і розрахунково-фінансових документів, необхідних для здійснення поставленої мети.

Організаційно-економічні роботи пов'язані з удосконаленням організації та планування виробництва, розробленням методів організації праці та управління, методів оцінки ефективності науково-технічних розробок.

Так, на думку П. Друкера, головною рисою нововведення є його вплив на спосіб життя людей. Із цього погляду нововведення не обов'язково мають бути технічними чи речовими, причому соціальні нововведення виявляються більш значущими за силою свого впливу порівняно з упровадженням локомотивів чи телеграфу. Зокрема, система продажу товарів у кредит спричинила справжній економічний переворот, це соціальне нововведення перетворило економіку пропозиції в економіку попиту незалежно від ефективності економіки.

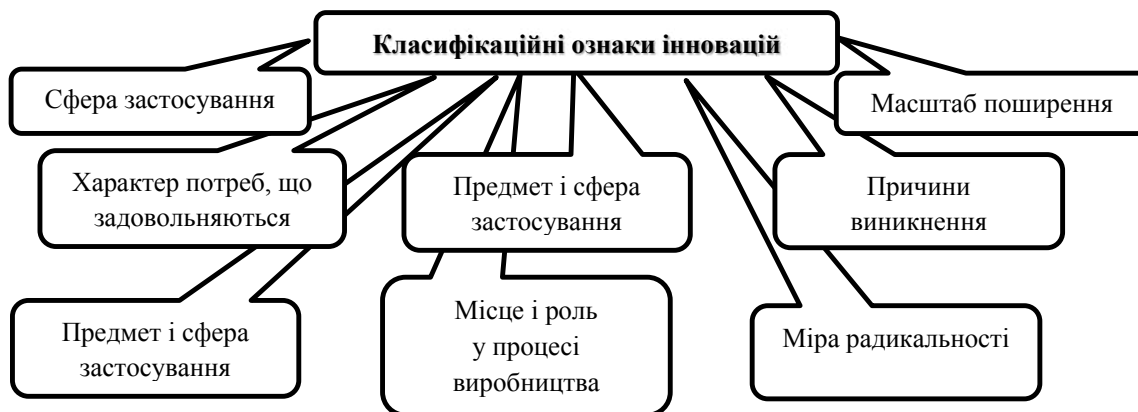


Рис. 1. Класифікаційні ознаки інновацій

На думку П. Друкера, лікарні в сучасному вигляді – це соціальна інновація епохи Відродження XIX ст., яка зробила для охорони здоров'я більше, ніж багато які досягнення у медичній науці [16].

Отже, здобувачі освіти у навчальних закладах, які є власниками знань, являють собою інструмент для покоління інновацій. Завдяки особистій творчості, своїм знанням, навичкам і здібностям можна створити нові інноваційні ідеї, які допоможуть організаціям досягти конкурентоспроможності.

Висновки з проведеного дослідження. Важливість інновацій та необхідних знань, як правило, однакова для всіх організацій незалежно від галузі їх застосування (у технічних чи економічних напрямках освітньої діяльності). Дослідження чинників інноваційного розвитку навчального закладу засвідчило, що більшість великих і дрібних організацій робить акцент на інноваціях та створенні належної інноваційної культури. Конкурентоспроможність інновації є ключовим джерелом переваги, яке визначає економічний успіх кожної організації, у тому числі навчальних закладів. Очевидним є зв'язок між економікою, технологіями та навчальними закладами, оскільки останні готують фахівців для перших.

Якщо організації хочуть вижити і розвиватися у сучасному турбулентному середовищі, вони повинні докласти всіх зусиль, щоб упровадити інноваційний підхід і креативність у навчальних закладах. Тому підтримка навчальних закладів у вигляді баз практик, статистичних, інформаційних та інших даних має велике значення.

У процесі інновацій знання є важливим елементом і в справжню інновації конкурентного середовища допомоги отримує перевагу перед іншими організаціями. Отже студенти, які розвивають вміння наукового дослідження, а саме креативність, стратегія, реалізація у своєму навчальному закладі, завжди будуть затребувані у техніко-економічному середовищі.

Перехід від нової та корисної ідеї до її реалізації у вигляді конкретних продуктів і послуг й є інновацією.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антошкіна Л.І. Економіка вищої освіти: тенденції та перспективи реформування. К.: Корпорація, 2005. 368 с.
2. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. К.: Знання КОО, 2001. 254 с.
3. Тарасенко І.О., Нефьодова Т.М. Інноваційна складова в системі забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України. 2012. № 4(66). С. 206–212.

4. Воронкова Т.Є. Механізм інноваційного розвитку вищої освіти України. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України. 2012. № 4(66). С. 259–264.

5. Радіонова Н.Й. Інноваційні процеси у функціонуванні вищих навчальних закладів. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України. 2012. № 4(66). С. 294–297.

6. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології: навч. посіб. К.: Академвидав, 2004. 352 с.

7. Микитюк П.П., Крисько Ж.Л. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. Тернопіль: Принтер Інформ, 2015. 224 с.

8. Санто Б. Инновация как средство экономического развития; пер. с венг. под ред. Б.В. Сазонова. М.: Прогресс, 2007. 214 с.

9. Экономика и статистика фирм: монография / С.Д. Ильенкова, В.Е. Адамов, Т.П. Сиротина. М.: Финансы и статистика, 2002. 258 с.

10. Шумпетер И. Теория экономического развития: исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита и цикла конъюнктуры. М.: Прогресс, 1982. С. 44.

11. Блауг М. Great Economists before Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. СПб.: Экономик, 2008. 458 с.

12. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. Львів: ЛНУ ім. Франка, 2001. С. 22.

13. Romero I & Martine-Roman J.A. Self-employment and innovation. Exploring the determinants of innovative behaviour in small business. Research Policy. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2011.07.005>.

14. Скубашевська О.С. Інноваційна освіта як акт творчості. Науковий часопис. 2014. URL: http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_70/Skubashevaska.pdf.

15. Беклешов В.К. Экономика, организация и планирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Л.: ЛГУ, 1993.

16. Друкер П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы; пер. с англ. М., 1992.

REFERENCES:

1. Antoshkina L.I. Economics of Higher Education: Trends and Prospects for Reform [Text] / L.I. Antoshkina – K.: Publishing House "Corporation", 2005. – 368 p.
2. Grishnov O.A. Human capital: formation in the system of education and vocational training [Text] / O.A. Grishnov – K.: T-"Knowledge", KOO, 2001. – 254 p.
3. Tarasenko I.O. Innovative component in the system of competitiveness of higher educational institutions [Text] / I.O. Tarasenko, T.M. Nefedov // Bulletin of the Kiev National University of Technology and Design. Thematic issue: The effectiveness of the organizational and economic mechanism of innovative development of higher education in Ukraine. – 2012. – No. 4(66). – P. 206-212.6, p. 208.
4. Voronkova T.E. The mechanism of innovative development of higher education in Ukraine [Text] /

T.E. Voronkov // Bulletin of the Kiev National University of Technology and Design. Thematic issue: The effectiveness of the organizational and economic mechanism of innovative development of higher education in Ukraine. – 2012. – No. 4(66). – P. 259–264.

5. Radionova N.Ya. Innovative processes in the functioning of higher educational institutions [Text] / N.Y. Radionov // Bulletin of the Kiev National University of Technology and Design. Thematic issue: The effectiveness of the organizational and economic mechanism of innovative development of higher education in Ukraine. – 2012. – No. 4(66). – P. 294–297.

6. Dichkivska I.M. Innovative Pedagogical Technologies: Tutorial. – K.: AkademiDav, 2004. – 352 p.

7. Nikitauk P.P., Krysko J.L. Innovative development of the enterprise / Iqiyuk P.P., Krysko Zh.L. // Teaching aid. – T.: "Printer Inform", 2015. – 224 p.

8. Santo B. Innovation as a means of economic development: Per. with weng / ed. B.V. Sazonova – M.: Progress, 2007. – 214 p.

9. Ilyenkova S.D. Economics and statistics of firms: monograph / S.D. Ilyenkova, V.E. Adamov, T.P. Sirotin. – M.: Finance and Statistics. – 2002 – 258 s.

10. Shumpeter I. Theory of Economic Development: Investigating entrepreneurial profit, capital, credit and

cycle of conjuncture / I. Schumpeter. – M.: Progress, 1982. – 455 p. P. 44.

11. Blaup M. Great Economists before Keynes: An Introduction to the Life and Works of One Handed by the Great Economist of the Past M. Blauch // Bulletin: The Economics, 2008. – 458 s.

12. Krupka M.I. Financial and credit mechanism of innovative development of the Ukrainian economy. – Lviv: Publishing Center of Lviv National University. Frank, 2001. – 608 p. P. 22.

13. Romero I. & Martine-Roman J.A. (2012) Self-employment and innovation. Exploring the determinants of innovative behaviors in the small business. Research Policy. Access Mode: <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2011.07.005>.

14. Skubashevskaya O.S. Innovative education as an act of creativity [Electronic resource] / Skubashevskaya O.S. // Scientific journal. – 2014. Mode of access: http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_70/Skubashevskaya.pdf

15. Bekleshov V.K. Economics, organization and planning of scientific research and research and development works. – L.: LSU, 1993.

16. Drucker P.F. Market: How to Get Leadership. Practice and principles: Per. from english – M., 1992.

Popovskyi Yu.B.

Candidate of Pedagogical Sciences,
Senior Lecturer at Department of Business Statistics
and Economic Cybernetics
Vasyl Stus Donetsk National University

ANALYSIS OF FACTORS OF INNOVATION DEVELOPMENT OF THE EDUCATIONAL INSTITUTION

The success of any school or business depends directly on the innovations and creative people who offer and implement them in their activities.

Innovation is a socio-technical and economic process, which, through the practical use of ideas and inventions, leads to the creation of products and technologies that are the best in their properties, and if innovation is oriented towards economic profit, its appearance in the market can bring additional income.

New implementations bring the economic system to a new level of equilibrium, and their direct result may be the production of a new, unknown consumer benefit. This may be the discovery of new technologies and new ways of commercial use of the product; development of new markets, opening of new sources of raw materials; conducting reorganization of production, etc.

A common characteristic of almost all modern economic studies is that "innovation" in them is defined as qualitative changes. A decisive feature that characterizes innovation is the possibility of using innovation at the level of both the economic entity and the economic system as a whole. At the same time, for the subject of innovation activity is an important factor in the initial introduction of innovation in comparison with other participants engaged in similar activities and form a new type of management of the national economy. We agree with the statement that innovation is an innovation, the use of which leads to qualitative changes in production in order to obtain a socio-economic effect.

The innovation process can be considered as having four main stages, which are as follows: idea – development – production – sale, or in other words, "Science transforms money into knowledge and innovation to transform knowledge into money."

Therefore, knowledge is very important in the process of innovation and is not only a valuable contribution but also an output from the transformation process. The concept of "innovation" includes four key components: creativity; strategy; realization; profitability.

Realization is a transition from a new and useful idea to its implementation in the form of specific products and services. It is at the implementation stage that devaluation of many creative and potentially innovative ideas and, accordingly, the chance to create a new successful business for the company is lost.

Creativity and innovation cannot exist separately, because creativity is a human activity that creates something new that is unique, uniqueness, originality. So, innovation is the result of creativity. Creating innovations is always a creative process that meets the conditions for finding a new, original, optimal, although as a result of this search does not always occur (and does not always have to occur) something new."

Therefore, creativity is one of the factors of creative innovative development of an educational institution. The use of elements of scientific and technical creativity is a particularly important factor in the implementation of the latest information technology.

The modern classification of innovations includes such features as the type of innovation, the mechanism of implementation and the peculiarities of the innovation process. It is supposed that any innovations are complex and they should be considered from both technological and non-technological points of view, based on the possible consequences of their impact on the external environment.

Educational activity of educational institutions is based on the directions of educational programs. Innovative features in the field of application of economic specialties can be divided into scientific and technical and organizational and economic innovations.

Scientific and technological innovations are guided by scientific discoveries, which become the starting point for creating new directions of production. The implementation of complex innovative tasks necessitates a balanced and harmonious scientific and technical activity.

The main feature of innovation is its impact on people's lifestyle.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРУДОВОЇ МОТИВАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

PROBLEMS OF IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF LABOUR MOTIVATION AND THE WAYS OF THEIR SOLUTIONS

У статті представлено аналіз сучасної літератури, де розглянуто значну кількість мотиваційних моделей, що описують із того чи іншого боку різні аспекти мотивації трудової діяльності, а також проблеми, що виникають у зв'язку з її підвищенням. Однак не існує моделі, яка б здійснювала комплексний розгляд мотивації з різних боків. У зв'язку із цим запропоновано комплексну теоретичну мотиваційну схему, що описує реальний процес мотивації у взаємозв'язку з різними складниками.

Ключові слова: мотивація, мотиваційна система, методи мотивації, мотиви, стимули, зовнішня і внутрішня мотивація, мотивація за результатами і статусом, стадії зниження мотивації.

В статье представлен анализ современной литературы, где рассмотрено значительное количество мотивационных моделей, описывающих с той или другой стороны различные аспекты мотивации трудовой деятельности, а также проблемы, возникающие в связи с ее повышением. Однако не существует модели, которая бы осуществляла комплексное рассмотрение

мотивации с разных сторон. В связи с этим предложена комплексная теоретическая мотивационная схема, описывающая реальный процесс мотивации во взаимосвязи с различными составляющими.

Ключевые слова: мотивация, мотивационная система управления, методы мотивации, мотивы, стимулы, внешняя и внутренняя мотивация, мотивация по результатам и статусу, стадии снижения мотивации.

In the article, we present an analysis of contemporary literature, which examined a significant number of motivational models describing various aspects of motivation of labour activity arising from its increase, on one side or the other. But there is no model that would carry out a complex examination of it from different sides. In this regard, a comprehensive theoretical motivational scheme is proposed that describes the actual process of motivation in interrelation with various components.

Key words: motivation, motivational management system, methods of motivation, motives, incentives, external and internal motivation, motivation by results and status, stages of motivation reduction.

УДК 005:331.101.3

Пустова В.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-
економічного університету

Гриб С.В.

старший викладач кафедри
менеджменту
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-
економічного університету

Постановка проблеми. У сучасний період важливим завданням менеджерів є управління мотивацією персоналу. Від його успішного вирішення залежить не тільки ефективність діяльності підприємств, а й підвищення соціальної і творчої активності працівників, формування відповідного мотиваційного ядра шляхом впливу на ціннісні орієнтації й інтереси працівника та розвиток на цій основі трудового потенціалу.

Актуальність проблеми підвищення трудової мотивації зростає на тлі кризової ситуації в національній економіці: падіння виробництва, соціальна напруженість супроводжуються поглибленням кризи праці, тобто праця втрачає свою сенсостворювальну функцію, перетворюється з основи способу життя на засіб виживання, і це посилюється зі зростанням безробіття. За таких умов підприємства зіштовхуються з величезними і багатоплановими ризиками, тому їхній діяльності притаманний високий ступінь нестійкості. Нагальною потребою за таких умов є розроблення нових підходів до управління, що здатні забезпечити підвищення ефективності діяльності підприємств.

Ефективна діяльність підприємств, досягнення їхніх економічних цілей забезпечуються не тільки через розвиток виробництва. Більш швидко й не менш ефективно цього можна досягти за рахунок раціональних витрат у соціальну інфраструктуру, через створення у трудових колективах підприємств сприятливої психологічної атмосфери, що сприяє високопродуктивній праці.

В умовах інтернаціоналізації економіки для залучення конкурентоздатної, високопрофесійної робочої сили потрібно впроваджувати сучасні мотиваційні системи управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток мотивації відбувався разом з удосконаленням суспільства, розвитком наукових поглядів про природу людей, еволюцією праці і людини в процесі виробництва. Стрімкий розвиток психологічної науки в середині ХХ ст. прискорив формування сучасних уявлень про природу трудової мотивації. Протягом короткого проміжку часу була створена теоретична база, суттєвий внесок до якої зробили А. Маслоу, Д. МакКлелланд, Ф. Герцберг, В. Врум, Л. Портер, Е. Лоулер та ін. Рушійною силою розвитку наукової думки була гостра потреба виробництва у використанні нових діючих засобів мотивації.

У сучасній літературі вивченню проблем мотивації і пошуку методів їх вирішення присвячено досить багато публікацій. Наприклад, російські вчені І.В. Мішурова і П.В. Кутельов формулюють найбільш важливі правила управління мотивацією [1, с. 56–58]:

1. Позитивне підкріплення є більш ефективним і конструктивним, аніж негативне, особливо в довгостроковій перспективі.

2. Непередбачені і нерегулярні заохочення стимулюють краще, ніж очікувані і прогнозовані.

3. Заохочення повинно бути конкретним і невідкладним, бо чим більшим є часовий інтервал, тим менший спостерігається ефект.

4. Великі винагороди, а також такі, що рідко кому дістаються, зазвичай викликають заздрість, невеликі ж і часті – задоволення.

Становить інтерес модель дії механізму зворотного зв'язку, запропонована К.А. Уткіним [2, с. 28–35], за якою позитивне підкріплення може бути використане як в індивідуальному порядку, так і в присутності групи працівників, а негативне найбільш ефективно тільки наодинці з працівником. Автор підкреслює важливість невідкладності як заохочення, так і покарання: «Чим раніше зазнає співробітник покарання за погану роботу, тим воно буде більш діючим, чим швидше нагородження за успішну працю, тим ефективніше воно сприймається, тим більше користі» [2, с. 32].

У курсі лекцій В.П. Сладкевича розглянуто методи мотивації колективів, різних груп працівників, що зображено на рис. 1 [3, с. 130–152].

Безумовно, найкращою з усіх груп працівників є група Z, тобто група, яка цілком мотивована на роботу, а працівники мають високий рівень кваліфікації, відносно однорідний склад за віком, освітою, інтересами і мотивацією. До складу групи входять передові працівники, мотивовані самоствердженням, високим рівнем морального заохочення.

Становить інтерес розроблена В. Ядовим концепція диспозиційної соціальної активності, відповідно до якої потреби людини класифікуються залежно від ієрархічно супідрядних сфер соціального середовища, куди входить людина. По-перше, це найближче сімейне оточення, по-друге, система важливих для особистості невеликих груп (наприклад, трудовий колектив), по-третє, середовище професійної діяльності, по-четверте, сфера формує власну ієрархію потреб, що взаємодіють залежно від ситуації.

Однак концепція В. Ядова не розглядає єдиної ієрархії потреб у різних соціальних групах, тому використання її як одного з методологічних принципів вивчення трудової мотивації вимагає знання соціальної структури робітників.

Серйозні концепції щодо мотивації праці розроблені російським психологом Л.С. Виготським та його учнями. Ці дослідження мотивації базувалися на твердженні, що в психіці людини існують два рівнобіжних рівні розвитку – нижчий і вищий, котрі й визначають рівнобіжний розвиток вищих і нижчих потреб людини. Стверджувалося, що механізми задоволення подібних потреб також рівнобіжні. Звідси задоволення потреб одного рівня за допомогою засобів іншого рівня неможливе. Цей підхід є дуже важливим для розуміння психології сучасного працівника, всіх особливостей його менталітету, оскільки він є сигналом того, що необхідно приділяти більше уваги нематеріальному стимулюванню праці для задоволення вищих потреб людини.

Не менш важливим положенням теорії Л.С. Виготського та його учнів було визначення трудової діяльності як винятково творчої діяльності, пов'язаної з вирішенням складних, цікавих завдань і особистою відповідальністю за результат. Подібну діяльність визнавали єдино можливою для повного самовираження і самореалізації особистості.

Таким чином, сучасні методи мотивації працівників передбачають задоволення потреб у визнанні, успіху, самоствердженні, засновані на ймовірних категоріях поведінки робітників, коли витрати робітників, результати, винагороди і задоволення розглядаються як певний психологічний процес з імовірними параметрами.

Сучасне суспільство формує новий тип працівника, відмітними особливостями якого є висока

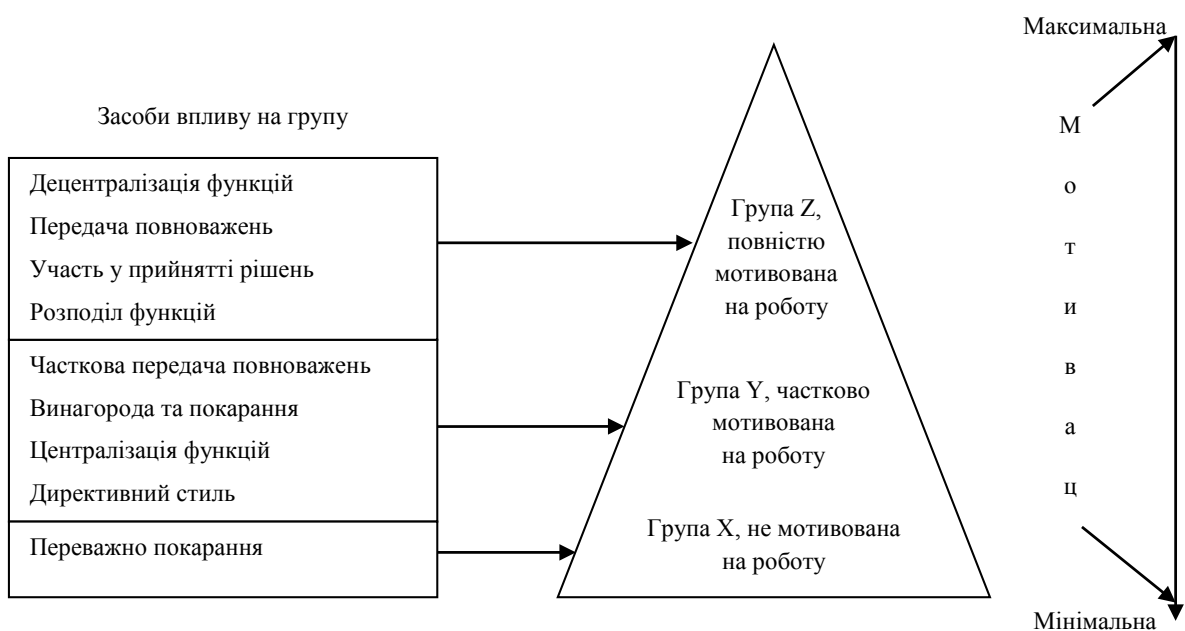


Рис. 1. Взаємозв'язок ступеня мотивації різних груп і засоби впливу на них

загальноосвітня і професійна підготовка. Власники провідних підприємств прагнуть залучати не просто працівників із високою кваліфікацією, але більшою мірою працівників зі здатністю до творчості, інноваційного пошуку, що можуть адаптуватися до колективу і умов виробництва. Формування трудової мотивації відбувається за взаємодії багатьох складників. Одні з них пов'язані з формуванням особистості працівника, його вихованням, освітою, професійною підготовкою, культурним розвитком, ціннісною орієнтацією. Інші чинники – з приведенням самого процесу праці, його змісту й умов здійснення, а також трудових відносин у відповідність до вимог, що висуває до них працівник нового типу (самовираження, самореалізація).

У сучасній літературі представлена значна кількість мотиваційних моделей, що описують з того чи іншого боку різні аспекти мотивації (мотиваційний процес [2; 3], стадії задоволення потреб під впливом різних чинників [4, с. 108], класифікації мотивації за ознаками), однак не існує моделі, що здійснює комплексний розгляд мотивації з різних боків.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення комплексної теоретичної мотиваційної схеми, що описує реальний процес мотивації у взаємозв'язку з різними складниками.

Виклад основного матеріалу дослідження. У теоретичному плані, на нашу думку, мотивація праці – це процес створення системи мотивів і стимулів, що активізує прагнення працівника до задоволення первинних і вторинних потреб у поєднанні з досягненням підприємством своїх цілей, тобто орієнтує працівника на одержання визначених благ за допомогою трудової діяльності на користь свого підприємства.

Потрібно розрізняти мотивацію внутрішню і зовнішню. Зміст і значущість роботи визначають внутрішню мотивацію. Якщо робота цікава людині, вона може в роботі реалізувати свої природні здібності та нахили, то це спонукає її до активності, до сумлінної і продуктивної праці. Тобто цікава робота вже є мотивом. Внутрішні мотиви також пов'язуються з тим, наскільки відповідає діяльність особистим переконанням працівника, його етичним орієнтирам, наскільки значущою є робота для розвитку певних особистих якостей людини, наскільки корисною є діяльність для суспільства або окремої групи людей. Зовнішня мотивація реалізовується в адміністративній або економічній формі. Адміністративна мотивація передбачає використання прямого примусу для спонукання до роботи у виді команди або наказу, при цьому порушення встановлених норм тягне за собою відповідні санкції. Використання економічних стимулів (заробітної плати, дивідендів і т. п.) формує економічну мотивацію. Сферу зовнішньої мотивації створює управлінська діяльність, що повинна формувати сприятливе ставлення до праці.

Також розрізняють основні форми мотивації: за результатами і за статусом. Мотивацію за результа-

тами застосовують для працівників, результат роботи яких можна достатньо точно виміряти. Це стосується як окремого працівника, так і групи. Результат роботи при цьому використовується як база для визначення розміру винагороди. Мотивація за статусом передбачає здійснення сумарної оцінки діяльності працівника. При цьому враховується не тільки його кваліфікація, а й ставлення працівника до роботи, якість його праці, а також низка інших параметрів, зокрема специфіка діяльності людини й організації.

Мотивація поєднує діяльність як таку та спрямованість діяльності людини. Мотивація не існує без конкретної ситуації. Якщо загальне ставлення працівника до роботи достатньо стійке та змінюється повільно, мотивація суттєво залежить від ситуації, відповідно, може часто коливатися. Теоретичні дослідження та практичний досвід свідчать, що залежність між діяльністю (чи активністю) людини і результатами її роботи має нелінійний характер. На початку зростання активності супроводжується підвищенням результатів. Потім у визначеному діапазоні досягнені результати утримуються на певному рівні. Це оптимальний діапазон активності, в якому забезпечується отримання найкращих результатів. Після досягнення межі оптимальності збільшення активності супроводжується погіршенням результатів роботи.

Важливим висновком із цього є таке: менеджер має домагатися від підлеглих не максимальної активності, а поступового нарощування їхньої активності до певного рівня, який буде оптимальним. Активність працівника сама по собі не забезпечує високої результативності діяльності. Старання праця може не призвести до бажаного результату, якщо діяльність спрямована не в правильному напрямі. Подібну ситуацію можна зустріти тоді, коли підлеглий не уявляє кінцевої мети роботи. Недостатня інформованість, недостатній контроль, помилки керівництва – можливі причини таких ситуацій. Неправильна спрямованість праці може спричинити реальний конфлікт між власними потребами людини й інтересами колективу. Для оптимального забезпечення мотивації персоналу варто враховувати обидва складники мотивації: активність і спрямованість. Тільки так можна реально забезпечити мотивацію персоналу.

Мотивація є похідною від потреби, що з'являється, коли людина відчуває необхідність у чому-небудь. Бажаючи задовольнити потреби, людина вибирає певну лінію цілеспрямованої поведінки. Так, виконання роботи на підприємстві також є проявом цілеспрямованої поведінки, метою якої є отримання бажаного та задоволення потреб. Коли бажання людини реалізуються, відбувається «задоволення потреби» – людина досягає комфортного стану. Почуття задоволення виникає за досягнення певного бажаного результату: просування по службі, успішне завершення складного проекту, одержання подяки від керівни-

цтва, схвалення колег, отримання премії, підвищення зарплати тощо.

Потреби формують мотиви, а мотиви, своєю чергою, зумовлюють визначені дії працівника. Мотив народжується «всередині» працівника, завжди має виключно індивідуальний характер, формується у сполученні великої кількості факторів зовнішнього та внутрішнього характеру та низки інших мотивів, які виникають поряд із наявними. Мотив є рушійною силою, що примушує людину діяти та спрямовує її дії в певному напрямі. Втім, у різних людей однакові потреби породжують різні мотиви та задовольняються абсолютно різними діями.

Поведінка людини, як правило, залежить не від одного мотиву, а від їх сукупності, сили кожного з них, взаємного впливу та характеру дії. Звідси – основою втілення певних дій індивіда у життя є його мотиваційна структура, яка за певної стабільності водночас здатна змінюватися, у тому числі під впливом виховних, освітніх процесів та ін.

Таким чином, можна виділити три ключові мотиви, що впливають на поведінку людини: значущість роботи, отримувана винагорода та вільний час. Оцінка значущості роботи здійснюється працівником не тільки на базі власної думки, людина враховує думки рідних, знайомих, оцінку суспільства, що транслюється через засоби масової інформації, та ін. Для багатьох людей вагомим мотивом діяльності є її престижність. Матеріальна винагорода може виступати у різних формах. Основна форма – це грошові доходи. Але ця група мотивів включає також упевненість у забезпеченні роботою, можливості доступу до дефіцитних благ, гарантію соціальної захищеності та ін. Для творчих людей, жінок із малими дітьми, тих, хто поєднує роботу з навчанням, важливим мотивом діяльності стає вільний час, який цінується тим більше, чим більший добробут має людина.

На формування мотивів впливають стимули. Відмінність стимулів від мотивів полягає у тому, що стимули характеризують відповідні блага, а мотиви – прагнення людини одержати їх. Стимули є спонукальними тільки тоді, коли вони переростають у мотив, тобто відповідають якій-небудь потребі людини. Стимул може не перерости в мотив, якщо він вимагає від людини неможливих чи неприйнятних дій. Унаслідок цього він буде відкинутий, знехтуваний.

Теорії мотивації фіксують шість основних стадій зниження мотивації працівника: розгубленість, роздратування, підсвідомі чинники, розчарування працівника, втрата бажання співпрацювати, остаточне розчарування. Розчарування працівника в роботі для менеджера нерідко стає несподіванкою, а це означає, що керівник не володіє ситуацією. На першій стадії (розгубленість) виявляються симптоми стресового стану працівника, що перестає розуміти, що йому треба робити і чому

справа в нього не йде. На цьому етапі в працівника різко збільшується навантаження на нервову систему. Він намагається подолати утруднення за допомогою більш інтенсивної роботи.

Друга стадія характеризується переростанням розгубленості в роздратування. Працівник, продовжуючи одержувати суперечливі вказівки й інформацію, усвідомлює, що ситуація не поліпшується, він починає виявляти роздратування через своє безсилля. Співробітник вважає, що, багато працюючи, він здатен зарекомендувати себе з кращого боку, і дає зрозуміти керівнику, що він не задоволений нинішньою ситуацією, сподіваючись, що той піде йому назустріч і допоможе усунути непорозуміння. Поведінка підлеглих стає все більш імпульсивною.

На третій стадії (підсвідомі чинники) працівник роздратований новою позицією керівника, починає приховувати службову інформацію, необхідну для успішного вирішення завдань, знижувати продуктивність праці. Підлеглий починає цуратися свого начальника.

Четверта стадія характерна розчаруванням працівника. Хоча він ще й виконує цілком свої обов'язки, але ініціативи більше не виявляє. Продуктивність праці падає. Але працівник поки ще не втратив надію. Він думає, що менеджер усе-таки зверне увагу на його проблеми і спробує йому допомогти. Тут особливо необхідним є особистий контакт начальника з підлеглим. За бесідою можна не тільки виявити причини падіння результативності праці, а й намітити шляхи їх усунення, точніше визначити межі службових обов'язків, за які співробітник має вважати себе відповідальним. Тільки таким способом можна повернути інтерес розчарованого працівника до роботи.

П'яту стадію характеризує втрата бажання співпрацювати. Працівник прагне звузити межі своїх обов'язків, нехтує роботою. Відносини з оточуючими ускладнюються, втрачаються моральні цінності, яких людина раніше дотримувалася.

Остаточне розчарування у роботі (шоста стадія) призводить або до переходу на інше місце, або до демонстрації ставлення до роботи як до каторги. Таке почуття невдоволення вже вихлюпується назовні. Керівник утрачає контроль над ситуацією. Співробітники вже не вірять обіцянкам адміністрації. Все сказане вище стосується тих, хто на новому місці роботи прагне виявити себе з найкращого боку. Одержавши можливості утвердити себе як працівника, якому довіряють і якого поважають, він може розчаруватися в роботі. Результатом розчарувань працівників стає зростання плинності кадрів на підприємстві, зниження ефективності діяльності.

Кожна стадія призводить до виникнення специфічних потреб, що вимагають задоволення. Чим нижча мотивація, тим гостріше відчуває працівник необхідність у задоволенні потреби.

Процес мотивації можна представити як визначену послідовність етапів:

1) виникнення потреб. Потреба або відчуття нестачі чогось спонукає людину до певної дії. Рушійною силою до дії можуть бути потреби різного характеру: фізіологічні; психологічні; соціальні тощо;

2) пошук шляхів забезпечення потреби. Людина вибирає один із варіантів: задовольнити потребу, придушити її чи просто не помічати;

3) визначення цілей (напрямів) дії. Якщо вибрано варіант задоволення потреби, то на цьому етапі визначається що й як потрібно зробити, щоб потреба була задоволена. Визначається, що необхідно зробити для одержання бажаного; якою мірою його можна домогтися; як те, чого реально можна досягти, може задовольнити потребу;

4) реалізація дії. Вибравши шлях, людина здійснює дії, що мають забезпечити їй можливість отримання результату, необхідного для задоволення потреби. Оскільки сам процес виконання роботи також впливає на мотивацію, то на цьому етапі цілі можуть коригуватися;

5) одержання винагороди за реалізацію дії. Завершення дії, роботи дає людині те, що вона може використати для задоволення своєї потреби, або те, що може обміняти на бажане. Тільки на цьому етапі стає зрозумілим, наскільки правильно було вибрано засіб задоволення потреби, наскільки виконані дії забезпечили бажаний результат. Це викликає зміну мотивації до дії;

6) ліквідація потреби. Після задоволення потреби у людини втрачається мотив до дії. Відповідно, якщо потреба задоволена повною мірою, людина готова припинити діяльність до виникнення нової потреби. Якщо потреба не задоволена в повному обсязі або в процесі роботи виникли нові потреби, людина буде продовжувати шукати можливості та здійснювати певні дії для задоволення незадоволених старих або нових потреб.

Розуміння логічної послідовності етапів процесу мотивації не гарантує вирішальних переваг у керуванні самим процесом. Причиною цього є неочевидність мотивів. Неможливо абсолютно правильно визначити ступінь переважання тих або інших мотивів, про це можна тільки здогадуватися з певним ступенем ймовірності. За різних умов у конкретної людини в мотиваційному процесі провідними будуть різні мотиви. Крім того, сам мотиваційний процес є надзвичайно рухливим, підданим постійним трансформаціям, що також утруднює управління ним. Характер мотиваційного процесу залежить від характеру потреби, що є його ініціатором. Потреби також перебувають між собою у складній динамічній взаємодії, можуть бути суперечливими, змінюватися у часі і, отже, змінювати спрямованість дії мотивів та їх характер. Отже, навіть глибоке знання мотиваційної структури

людини, системи мотивів її дій, не дають гарантії щодо передбачення змін поведінки людини, несподіваних реакцій на мотивуючі впливи.

На другому етапі процесу мотивації, який визначаємо як пошук шляхів забезпечення потреб, відбувається вибір засобів і методів задоволення потреб. Засоби можна поділити на два основних види: економічні й організаційні. До економічних засобів належать усі матеріальні винагороди (заробітна плата, премії, дивіденди, бонуси та ін.). Організаційними засобами мотивації є мотивація метою, мотивація збагаченням праці й мотивація участю у справах підприємства.

Мотивація метою захоплює людей цікавими, складними завданнями, пробуджує в них дух змагальності.

Мотивація участю в справах підприємства передбачає залучення працівників до управління підприємством через надання їм права голосу; залучення до вирішення виробничих проблем, розроблення складних проектів, колективної творчості та ін.

Мотивація збагаченням праці означає надання робітникам більш цікавої та змістовної роботи, такої роботи, що є соціально значущою, надає перспективи професійного росту та ін.

Основними методами мотивації є: мотивування страхом і побоюванням, мотивування на основі усвідомлення відповідальності і зацікавленості, а також мотивування на довірі і вагомій винагороді.

Крім перерахованих засобів і методів, керівник повинний вибирати найкращий спосіб забезпечення потреби: позитивну чи негативну мотивацію. До позитивної мотивації належать матеріальна винагорода, суспільне визнання особистості, результатів її роботи, особисте визнання начальства. Негативна мотивація включає гнучку систему штрафів, докір, осуд в усній формі, адміністративне покарання, догану.

На рис. 2 представлена розроблена нами комплексна схема мотивації праці, що включає розглянуті вище положення.

Висновки з проведеного дослідження. Ринкові перетворення в Україні висувають підвищені вимоги до управління мотивацією праці на підприємстві. Забезпечення підвищення ефективності управління персоналом потребує осучаснення підходів до формування систем мотивації і стимулювання на підприємствах. Ефективність управління персоналом впливає на результати діяльності, загальну ефективність підприємств, економічний розвиток країни у цілому та добробут кожної окремої людини. Інвестиції в людські ресурси, фінансування кадрової роботи мають стати ключовим довгостроковим чинником конкурентоздатності та виживання підприємства, адже саме людина є найважливішим елементом усіх процесів на підприємстві.

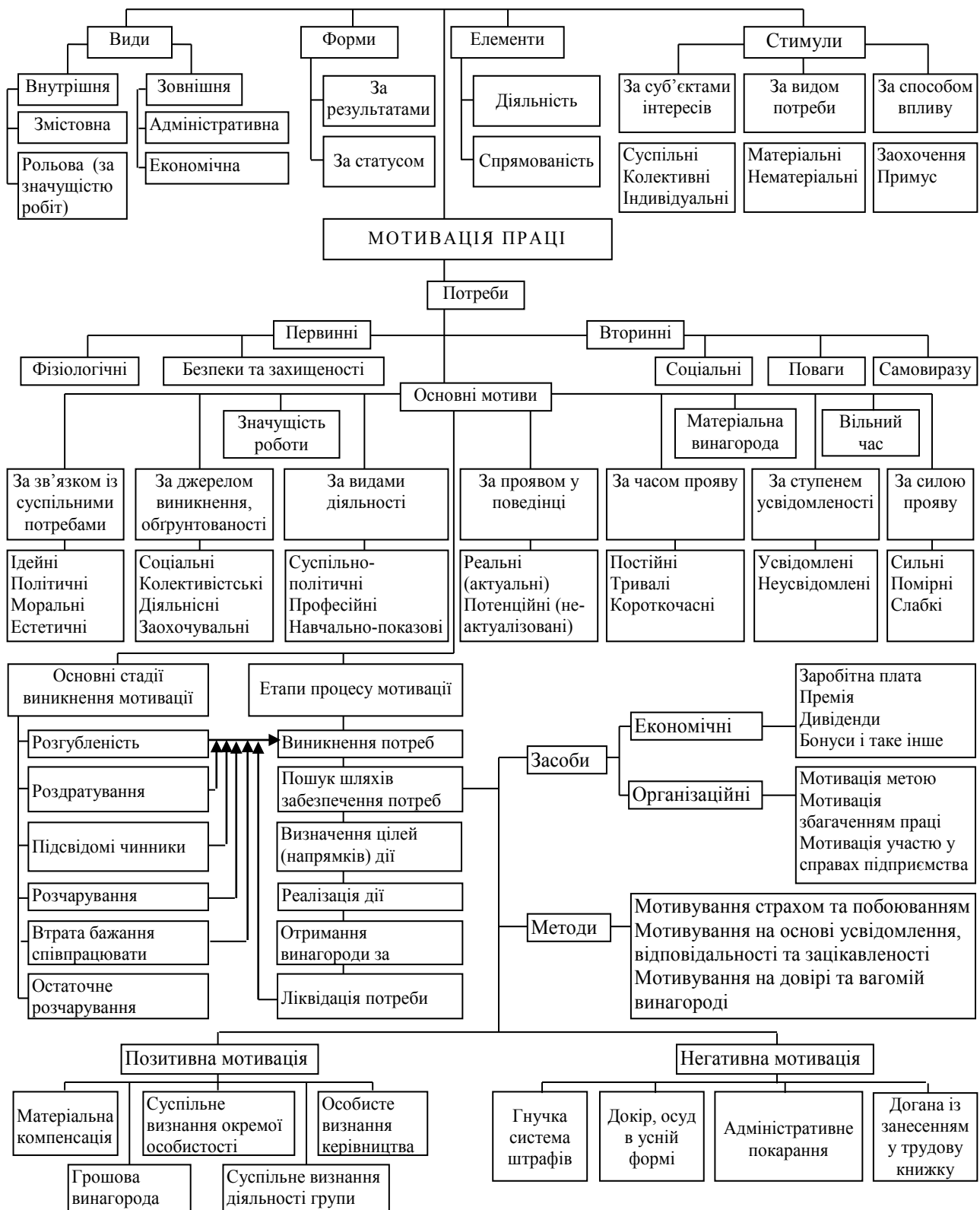


Рис. 2. Теоретична комплексна схема мотивації праці

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мишурова І.В., Кутельов П.В. Управление мотивацией персонала: учебно-практическое пособие. Москва; Ростов н/Д: Март, 2003. 224 с.
2. Уткин Э.А. Мотивационный менеджмент. М.: ЭКМОС, 2005. 256 с.
3. Сладкевич В.П. Мотивационный менеджмент: курс лекций. К.: МАУП, 2011. 108 с.
4. Ньюстром Дж.В., Данше К. Организационное поведение; пер. с англ. под ред. Каптуревского. СПб.: Питер, 2000. 448 с.

REFERENCES:

1. Mishurova I.V., Kutel'ov P.V. (2003) Upravlenie motivatsiey personala [Management of staff motivation]. Moscow: IKTs «Mart»; Rostov n/D: Izdatel'skiy tsentr «Mart» (in Russian).
2. Utkin E.A. (2005) Motivatsionnyy menedzhment [Motivational Management]. Moscow.: Assotsiatsiya avtorov i izdateley «TANDEM». Izdatel'stvo EKMOS (in Russian).
3. Sladkevich V.P. (2011) Motivatsionnyy menedzhment [Motivational Management]. Kyiv: MAUP (in Russian).
4. N'yustrom Dzh.V., Danshe K. (2000) Organizatsionnoe povedenie [Organizational behavior], Translated by Kapturevskogo. St.-Petersburg: Izdatel'stvo «Piter» (in Russian).

Pustova V.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Management
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics

Gryb S.V.

Senior Instructor at Department of Management
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics

PROBLEMS OF IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF LABOUR MOTIVATION AND THE WAYS OF THEIR SOLUTIONS

In the conditions of internationalization of the economy, in order to attract a competitive, highly professional labour force, it is necessary to introduce modern motivational control systems.

Development of motivation took place with the improvement of society, development of scientific views of the nature of people, together with the evolution of labour and man in the process of production.

A theoretical basis was created within a short period of time. A substantive contribution to the theoretical basis had been made by Maslow, D. McClelland, F. Hertzberg, V. Vroom, L. Porter, E. Lawler, and others.

A significant number of motivational models that describe different aspects of motivation from one side or the other are presented in the modern literature. However, there is no model that carries out a comprehensive consideration of motivation from different sides.

Modern society forms a new type of worker, distinguishing features of which are high general and professional training.

Many factors influence the formation of labour motivation. Some of them are related to the formation of an employee's personality, his education, education, vocational training, cultural development, and value orientation.

Other factors – with bringing the process of work itself, its content and conditions of implementation, as well as labour relations in accordance with the requirements imposed on them by a new type of employee (self-expression, self-realization).

The motivation of labour is considered as a process of creating a system of motives and incentives, which activates the employee's desire to meet the primary and secondary needs in conjunction with the achievement of the enterprise their goals.

The authors present the comprehensive scheme of motivation of labour, that combines species (external and internal motivation), forms (motivation by results and status), elements (activity and orientation), incentives (by subjects of interests, by type of need, by way influence), needs (primary and secondary), motives (meaningfulness of work, material remuneration, free time), stages of emergence and stages of motivation, as well as means and methods of motivation.

Investing in human resources, financing human resources should become the key long-term factor of competitiveness and survival of the enterprise, because it is the person who is the most important element of all processes at the enterprise.

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЇ

CLIENT-ORIENTED APPROACH AS AN INSTRUMENT FOR BUILDING A COMPANY'S COMPETITIVE ADVANTAGES

У статті досліджено питання актуальності клієнтоорієнтованого підходу до діяльності компанії. Визначено поняття клієнтоорієнтованості як інструменту формування конкурентних переваг підприємства в довгостроковій перспективі. Розроблено процес упровадження клієнтоорієнтованої бізнес-стратегії в діяльність компанії, який складається з відповідних етапів. Запропоновано методику щодо формування клієнтоорієнтованості персоналу компанії. Для підвищення рівня клієнтоорієнтованості персоналу компанії запропоновано фільтрувати його за певними критеріями і ступенем співпадіння цінностей, інтересів та потреб компанії та працівників.

Ключові слова: клієнтоорієнтованість, конкурентні переваги, успіх, прибутковість, споживач (клієнт), потреби, персонал, CRM-система.

В статье исследованы вопросы актуальности клиентоориентированного подхода к деятельности компании. Определено понятие клиентоориентированности как инструмента формирования конкурентных преимуществ предприятия в долгосрочной перспективе. Разработан процесс внедрения клиентоориентированной бизнес-стратегии в деятельность компании, который

состоит из определенных этапов. Предложена методика по формированию клиентоориентированности персонала компании. Для повышения клиентоориентированности персонала компании предложено фильтровать его по определенным критериям и степени совпадения ценностей, интересов и потребностей компании и сотрудников.

Ключевые слова: клиентоориентированность, конкурентные преимущества, успех, прибыльность, потребитель (клиент), потребности, CRM-системы.

The article focuses on applicability of client-oriented approach in company's business activity. It defines the notion of client centricity as the instrument to build a long-term competitive advantage of an enterprise. The article offers the algorithm of implementing the client-oriented business strategy in company's activities, which includes several respective stages. It suggests the methods for company employees to develop their client centricity. To intensify the client-oriented approach company employees are to be filtered by certain criteria and the match rate of their values, interests and needs as compared with those of the company.

Key words: client-oriented approach, competitive advantage, success, profitability, customer (client), needs, employees, CRM system.

УДК 658.818

Романчукевич М.Й.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
імені академіка УАН Зіновія Маніва
Університет Короля Данила

Постановка проблеми. У сучасних швидкозмінних ринкових умовах із жорсткою конкуренцією кожна компанія прагне бути успішною не тільки сьогодні, а й у довгостроковій перспективі. Цього можна досягти за допомогою багатьох маркетингових інструментів, серед яких основне місце посідає клієнтоорієнтований підхід у діяльності підприємства. Сьогодні споживачі є надто вибагливими щодо пропонувань на ринку товарів чи послуг, і саме тому знання та ефективне задоволення їхніх бажань, потреб, запитів є запорукою успіху компанії, її конкурентною перевагою. Бути успішним означає бути орієнтованим своєю діяльністю на споживача.

Значимість дослідження сутнісних сторін розвитку клієнтського маркетингу визначається тим, що кожна компанія незалежно від сфери її діяльності прагне відповідати сучасним вимогам ринку, запитам споживачів, ураховуючи при цьому успіхи конкурентів і державні стандарти й закони. Успішно функціонуюча компанія повинна вигідно відрізнитися від аналогічних ринкових структур, точно оцінювати ринкову кон'юнктуру, мати за рахунок цього значні конкурентні переваги, чітко орієнтуватися на споживача і, відповідно, досягати позитивної реакції з боку цільового ринку.

Орієнтуючись на задоволення вимог клієнтів, і не тільки вже сформованих, а й перспективних, —

від вимог до сервісу до необхідності в додаткових суміжних послугах і товарах, — сучасні українські компанії прагнуть розвивати у своїй діяльності ідею клієнтоорієнтованості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливостям формування клієнтоорієнтованої компанії приділяли значну увагу С. Апельбаум, М. Бітнер, Н. Вудкок, П. Гембл, Р. Гласер, Р. Голубовський, В. Зейтамль, Р. Йен, Д. Лінг, С. Лосев, І. Манн, А. Парватіяр, Д. Пеппер, Б. Пратт, Е. Рейчелд, М. Роджерс, Н. Рябоконь, М. Стоун, Л. Стрій, К. Харський, Д. Шет та ін.

Однак ця сфера є дуже динамічною, відбувається постійний розвиток клієнтоорієнтованого підходу, у тому числі й на основі сучасних інформаційних технологій, тому необхідним є дослідження методичних рекомендацій та практичних інструментів для побудови максимально ефективних клієнтоорієнтованих компаній.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення методико-практичних рекомендацій щодо формування конкурентних переваг компанії через упровадження клієнтоорієнтованого підходу до її діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для отримання стійкого прибутку та для того, щоб бути успішним у довгостроковому періоді, сучасні

українські компанії повинні використовувати клієнтоорієнтований підхід до своєї діяльності. Виходячи із цього, клієнтоорієнтованість слід визначати як знаряддя партнерських взаємовідносин компанії та цільових споживачів для задоволення їхніх потреб, що спрямоване на одержання постійного довготривалого прибутку через певні ключові компетенції компанії.

Елементи, що формують клієнтоорієнтованість компанії, у своєму сутнісному взаємозв'язку відображено на рис. 1.

Як видно з рис. 1, взаємозв'язок між внутрішнім і зовнішнім середовищем компанії формується за рахунок механізмів клієнтоорієнтованості, і чим ефективніше будуть налагоджені комунікації та партнерство, тим продуктивнішими будуть взаємини.

На рис. 2 зображена схема, згідно з якою компанія повинна формувати свою клієнторієнтовану маркетингову стратегію, тобто використовувати клієнта, його запити і потреби як ядро, навколо якого формуються зусилля (бізнес-процеси) компанії в усіх сферах її діяльності.

Налагоджування тривалих позитивних відносин із клієнтом дає відчутний прибуток фірмі та утримання наявних клієнтів, що є найважливішим чинником забезпечення конкурентних переваг компанії.

Клієнтоорієнтований підхід передбачає три основні позиції:

- глибоке розуміння потреб клієнтів;
- ефективне задоволення потреб клієнтів;
- отримання компанією додаткового прибутку за рахунок перших двох позицій.

Додатковий прибуток виникає за рахунок продажу додаткових товарів і послуг клієнтам компанії. Наслідками переходу до клієнтоорієнтованості є висока оцінка клієнтом політики і тактики компанії та формування відповідного позитивного, клієнтоорієнтованого іміджу компанії.

Можна виокремити три категорії вигід клієнтоорієнтованого підходу для самих клієнтів, а саме:

- психологічні – тісне спілкування з компанією;
- соціальні – дружні відносини з персоналом;
- економічні – отримання знижок, різноманітних бонусів, індивідуального сервісу і товару, який пристосований під конкретного споживача.

Для того щоб перетворити потенційного споживача на реального та постійного, не дати йому можливості перейти до конкурентів, необхідно впроваджувати в діяльність компанії концепцію індивідуалізації клієнта, тобто пропонувати йому товари та послуги, що будуть відповідати його потребам, надавати відповідний індивідуальний сервіс та обслуговування тощо.

Слід виокремити також вигоди клієнтоорієнтованого підходу і для компаній, окрім отримання конкурентних переваг, додаткового прибутку та успішності на ринку. Встановлення довгострокових довірчих відносин із клієнтами дає змогу знизити транзакційні витрати ринкових угод: пошуку інформації, укладання контрактів, вимірювання якості товару, захисту прав власності та захисту від демпінгу та агресивної поведінки фірм і покупців.

Маркетинг взаємин (з англ. relationship marketing) передбачає, що такі маркетингові процеси, як розроблення, виробництво та продаж (доставка товарів чи послуг до кінцевих споживачів)



Рис. 1. Взаємозв'язок елементів, що включаються у механізм клієнтоорієнтованості компанії [6, с. 216]

чів), повинні поєднуватися в єдиний бізнес-процес, націлений на задоволення конкретних визначених потреб споживачів. Формування клієнтоорієнтованої компанії передбачає реорганізацію не тільки її маркетингової концепції, а й управлінської моделі компанії у цілому.

Виходячи з досліджень різних авторів, зокрема [1; 2], пропонуємо необхідні етапи побудови клієнтоорієнтованої компанії, що повинні базуватися на виділенні та реалізації основних елементів клієнтоорієнтованості (рис. 3).

На першому етапі побудови клієнтоорієнтованості компанія повинна зрозуміти, хто є її ключовими (цільовими) клієнтами, якими критеріями вони її будуть оцінювати, і всі свої рішення орієнтувати на ці критерії.

Другий етап даного процесу передбачає наймання на роботу таких співробітників, які поділяють цінності та цілі компанії. Слід розробити певні критерії відбору працівників, які відповідатимуть корпоративній культурі компанії, орієнтованій на клієнта. Для відбору працівників можна використовувати різноманітні тести, анкети, інтерв'ю. Домогтися підвищення якості обслуговування споживачів можна тільки тоді, коли персонал побачить і чітко зрозуміє наявний взаємозв'язок між власними інтересами і орієнтованістю компанії на кожного клієнта. Крім того, співробітники повинні вміти демонструвати і проявляти свою орієнтованість на клієнта так, щоб клієнт це міг помітити й оцінити.

Для підвищення клієнтоорієнтованості слід відбирати в компанію «правильних» кандидатів. Відбираючи і приймаючи на роботу нових працівників, необхідно враховувати найбільший ступінь співпадіння корпоративних інтересів та цінностей, корпоративної культури з особистими цінностями, цілями та культурою претендентів на ті чи інші посади (рис. 4). Сутність наведеної моделі полягає у знаходженні балансу інтересів і вимог обох сторін, що дасть змогу підвищити клієнтоорієнтованість персоналу компанії.



Рис. 2. Структура клієнтоорієнтованої компанії [5]

Відбираючи персонал на роботу, необхідно віддавати перевагу претендентам, які вміють і мають намір працювати з людьми (покупцями, клієнтами), які володіють високою стресостійкістю, є доброзичливими, вміють демонструвати позитивний настрій, здатні до навчання та вдосконалення



Рис. 3. Процес упровадження клієнтоорієнтованої бізнес-стратегії в компанії



Рис. 4. Модель збігу потреб, інтересів та цінностей компанії і персоналу [7]

своїх професійних навичок, уміють вирішувати конфліктні ситуації. Марним є навчання працівника, який не відповідає зазначеним вище критеріям відбору.

Однак щоб підвищити клієнтоорієнтованість персоналу компанії, необхідно не тільки «фільтрувати» кандидатів, а й упровадити систему ефективного навчання і підготовки співробітників відповідно до встановлених у ній стандартів обслуговування клієнтів.

На третьому етапі процесу впровадження клієнтоорієнтованої бізнес-стратегії компанія повинна донести до своїх співробітників, якою є місія та основні цілі її діяльності, хто є її цільовими споживачами (клієнтами), у чому полягає її основна стратегія і тактика і, відповідно, якого світогляду вона вимагає від самого співробітника. Основні цілі діяльності компанії, як ми вже зазначали, повинні співпадати з внутрішніми особистісними цілями співробітника, і тільки у такому разі працівник зможе відповідати критеріям компанії, підвищувати свою продуктивність праці, а отже, і продуктивність та прибутковість компанії загалом, що є однією із заповорок успіху такої компанії.

На четвертому етапі відбувається навчання або тренінг співробітників. Навчання має проходити, спираючись на сформований певний рівень виховання. Для підвищення рівня клієнтоорієнтованості компанія повинна навчити своїх співробітників способам реалізації робочих завдань, способам реагування на типові робочі ситуації і способам реа-

гування на нетипові ситуації. Працівники повинні отримати повне уявлення про клієнтів, товари чи послуги, які реалізують, навчитися працювати в команді, спілкуватися з клієнтами тощо.

П'ятий етап формування клієнтоорієнтованості компанії передбачає мотивацію співробітників, як матеріальну, так і моральну. Винагорода є справедливою, якщо за роботу, більш корисну для цілей компанії, співробітник отримує більше. Важливим також є формування сприятливого психологічного клімату в колективі. Від того, як працівники відчують себе на роботі, буде залежати те, як вони обслуговуватимуть клієнтів.

Етап створення посади захисника інтересів клієнта всередині компанії передбачає його наявність у компанії для розвитку її клієнтоорієнтованості. У зарубіжній термінології ця посада називається Chief Customer Officer (CCO) [3]. Він відповідає за зв'язок компанії з її споживачами і повинен забезпечувати відчуття бачення споживача всередині компанії. Нині ці функції розширилися, їх виконує Head of Customer Experience (HCE) [4]. Точний переклад не передасть усіх функцій HCE, однак у його посадові обов'язки входить складання «карт подорожі (відвідин)» споживача компанії, рухаючись за якими у споживача викликаються певні (необхідні для компанії) емоції. Таким чином, інтереси клієнта враховуються повніше.

Технологізація клієнтоорієнтованості відбувається тоді, коли дії, пов'язані із забезпеченням процесу, диктуються спеціально створеними для

цього інструментами – обладнанням або іншими технічними засобами. Основна проблема впровадження клієнтоорієнтованості – розроблення системи управління, в якій клієнтоорієнтованість була б частиною технологічного процесу.

Важливими елементами створення клієнтоорієнтованості компанії є моніторинг – постійна перевірка на клієнтоорієнтованість. Моніторинг повинен включати як оцінку внутрішньої клієнтоорієнтованості (задоволеність співробітників), так і оцінку клієнтоорієнтованості співробітників (їх ставлення до клієнтів) через установлення зворотного зв'язку.

Для технологізації клієнтоорієнтованості в сучасному менеджменті застосовуються CRM-системи. CRM-система (з англ. Customer Relationship Management – управління взаємовідносинами з клієнтами) – це інформаційна система, призначенням якої є автоматизація бізнес-процесів компанії, що забезпечують взаємодію всіх її підрозділів із клієнтами на рівні, визначеному CRM-ідеологією. Така система, з одного боку, вирішує завдання, спрямовані на задоволення й утримання клієнтів, з іншого – служить оптимізації діяльності компанії, скорочуючи витрати, пов'язані з пошуком та обробкою інформації, аналізом даних, управлінням продажами і т. д. CRM слід розглядати як стратегію, націлену на формування довготривалих і прибуткових взаємин зі споживачами (покупцями, клієнтами, замовниками) через розуміння їхніх індивідуальних потреб.

Поява CRM – це реакція бізнесу на запити клієнтів, які постійно ускладнюються. CRM-системи є технічним рішенням, за допомогою якого можна реалізувати клієнтоорієнтованість на практиці, врахувати різні боки і характеристики клієнта, а також історію роботи з ним.

Практична реалізація клієнтоорієнтованої моделі часто передбачає більш загальні, глобальні зміни в компанії, які охоплюють усі основні бізнес-процеси, а не тільки бізнес-процеси, відповідальні за взаємодію з клієнтами, а саме: продаж, маркетинг, післяпродажний сервіс.

CRM-ідеологія пронизує всі бізнес-процеси компанії – від розроблення і виробництва до продажу та післяпродажного обслуговування. Великі компанії та корпорації давно оцінили переваги клієнтоорієнтованого підходу до бізнесу. Однак лише з появою інформаційних технологій CRM-ідеологія стала доступною широкому колу компаній, включаючи малі та середні підприємства. Отже, можна зазначити, що CRM-системи по відношенню до бізнесу відображають управлінську модель клієнтоорієнтованості.

Вдало реалізована клієнтоорієнтована бізнес-стратегія має потенціал для забезпечення продажів, підвищення рентабельності та стабільної конкурентної переваги.

Клієнтоорієнтованість компанії означає, що сьогодні звичайний продаж товарів чи послуг клієнтові є недостатнім, їх слід уміти продавати «правильно», тобто саме таким чином і способом запропонувати товар або послугу, щоб були враховані всі переваги клієнта, його смаки, можливості. У силу цього відбувається тенденція збільшення персоналізації клієнта. Форми і методи роботи з ним стають основою корпоративної бізнес-моделі компанії, яка має назву «клієнтоорієнтованість».

Високий рівень клієнтоорієнтованості, що проявляється в ефективному обслуговуванні клієнтів, є конкурентною перевагою компанії, оскільки маркетингові стратегії, тактики, технології, заходи можуть бути легко скопійовані конкурентами, а скопіювати методіку успішної взаємодії з клієнтами буде набагато складніше, оскільки вона розроблена для конкретної компанії і конкретного персоналу.

Система ефективного обслуговування клієнтів (висока клієнтоорієнтованість), впроваджена в компанії, дає змогу отримати такі переваги:

- підвищення конкурентоспроможності;
- підвищення ступеня лояльності клієнтів;
- поліпшення іміджу компанії;
- підвищення прибутку за рахунок збільшення продажів і припливу клієнтів;
- підвищення кваліфікації співробітників;
- психологічний комфорт у трудовому колективі;
- поширення позитивної інформації про компанію і серед споживачів, і серед претендентів на роботу.

Покажемо на прикладі однієї з компаній, що займається продажем побутової техніки та вже кілька років працює на ринку, як підвищити її клієнтоорієнтованість. За останні два роки діяльності підприємства менеджери помітили зниження попиту на свою продукцію, відтік постійних клієнтів і відсутність інтересу серед нових, що призвело, відповідно, до різкого уповільнення зростання прибутку. У результаті моніторингу ситуації нами було виявлено низький рівень клієнтоорієнтованості фірми, який був продемонстрований командою продавців-консультантів, тобто проблема полягала у низькій клієнтоорієнтованості персоналу даної фірми. Було вирішено впровадити нову методіку з формування у продавців-консультантів клієнтоорієнтованої поведінки. Сутність цієї методики полягала у навчанні персоналу «зачаровувати» клієнтів, професійно відповідати на їхні запитання, вгадувати їхні потреби, побажання тощо.

Нами було запропоновано здійснювати впровадження методіки з формування клієнтоорієнтованості персоналу в кілька кроків.

Крок 1. Аналіз ситуації, дослідження поведінки працівників і клієнтів. Цей аналіз пропонуємо здійснювати за допомогою анкети клієнтоорієнтованості компанії (табл. 1).

З отриманих результатів можна зробити висновок, що загалом досліджувана компанія отримала середній бал (52 бали зі 100 можливих), тобто прослідковується деяка спрямованість на клієнтоорієнтований підхід, хоча є й певні недопрацювання у цьому напрямі.

У результаті анкетування та тестування працівників і клієнтів були зроблені такі висновки:

- маркетингова стратегія фірми не розрахована на довгострокові відносини з клієнтами;

- підбір співробітників, що працюють із клієнтами, здійснюється без урахування необхідних якостей і відповідності вимогам посади, не застосовується принцип довготривалого найму;

- співробітники не розуміють усієї важливості роботи з клієнтами і не мають уявлення про місію фірми;

- скарги клієнтів залишаються без уваги, їх розгляд та аналіз не ведеться;

- повноваження працівників занадто обмежені, вони не мають достатнього для самореалізації рівня прийняття рішень;

- відсутні корпоративні стандарти взаємодії з клієнтами, продавців-консультантів не навчають залагоджувати конфлікти;

- навчанню і підвищенню кваліфікації персоналу не приділяється належної уваги.

Аналіз показав, окрім цього, що в компанії реалізується авторитарний стиль управління, відсутній зворотний зв'язок і у персоналу немає можливості проявляти ініціативу, наслідком чого є відсутність залученості та зацікавленості в результатах роботи. На підставі даних аналізу були розроблені такі рекомендації:

- розробити і впровадити систему підбору та адаптації працівників, здійснювати найм нових співробітників з урахуванням вимог до професії і посади;

- розробити та впровадити систему виявлення причин невдоволення працівників та їх звільнення, вести таку статистику в компанії;

- впровадити систему навчання і наставництва;

- прив'язати систему преміювання до рівня та якості обслуговування покупців, що відображається у кількості задоволених та залучених клієнтів (ті, що здійснили покупку), закріпити це відповідною внутрішньою документацією;

- розробити програму ротації персоналу для забезпечення взаємозамінності продавців-консультантів.

До основних недоліків продавців-консультантів, що були виявлені в ході аналізу ситуації, належать:

- зайва нав'язливість;

- неволодіння інформацією про товари;

- неухважність до покупців.

Для того щоб зворотний зв'язок від клієнтів перетворити на мотивацію працівників, необхідно робити акцент на нематеріальні стимули, фільтрувати відгуки клієнтів-покупців.

Крок 2. Спілкування з керівництвом. Керівництву було роз'яснено ситуацію, запропоновано надати персоналу ширші повноваження та запровадити розроблені заходи і рекомендації щодо формування клієнтоорієнтованості персоналу, що підвищить клієнтоорієнтованість компанії загалом.

Крок 3. Навчання (тренінг) співробітників. Співробітникам було роз'яснено взаємозв'язок між їхніми інтересами та інтересами компанії (рис. 4). Вони зрозуміли, що поліпшення обслуговування клієнтів вигідне не тільки фірмі, а й їм, оскільки це позначиться безпосередньо на їхніх зарплатах. Було прийнято рішення навчати персонал, щоб підвищити ефективність його взаємодії з клієнтами. Навчання персоналу запропоновано проводити за програмою відомого тренінгу «Практична

Таблиця 1

Анкета клієнтоорієнтованості компанії

Критерії	Підприємство, зорієнтоване на продукт (товар чи послугу)	Бали (0↔10)	Клієнтоорієнтоване підприємство
1. Стратегія	Створення кращого товару (послуги)	5	Створення кращого вирішення потреб, запитів споживачів
2. Корпоративна культура	Розроблення нових продуктів для розвитку (продуктова культура)	6	Пошук нових потреб для задоволення (клієнтська культура)
3. Бізнес-процеси	Розвиток нового продукту	5	Розвиток нового вирішення потреб
4. Мотивація	Винагорода персоналу за розроблення нових продуктів	7	Винагорода персоналу за глибоке розуміння потреб клієнтів
5. Організаційна структура	З товарною орієнтацією	4	З орієнтацією на сегменти споживачів
6. Філософія бізнесу	Продаж товарів (послуг)	5	Обслуговування клієнтів (ідентифікація потреб та пропонування їх вирішення)
7. Критерії управління	Формування товарного портфеля	5	Формування портфеля клієнтів
8. Стратегічна ціль	Підвищення рівня задоволеності клієнтів	6	Підвищення користі, лояльності клієнтів
9. Підхід до реалізації продукції	Скільки клієнтам ми зможемо продати конкретний товар?	4	Скільки товарів ми зможемо продати конкретному клієнту?
10. Стратегічний результат	Максимізація продаж	5	Зростання вартості життя клієнта
Всього:		52	

Таблиця 2

Приклад анкети для визначення оцінки ефективності навчання персоналу [7]

Питання	Оцінка (від 1 до 10 балів)
1. Чи чітко Ви визначаєте клієнтів компанії, їх потреби та цінності?	5
2. Чи вважаєте Ви, що Ваші манери і поведінка під час спілкування з клієнтами є бездоганними?	6
3. Чи подобаюся Вам клієнти компанії?	6
4. Чи подобається Вам працювати з клієнтами?	5
5. Як Ви оцінюєте свої знання щодо товарів, які ви реалізовуєте?	6
6. Чи вмієте Ви спілкуватися з незадоволеними клієнтами?	4
7. Чи вмієте Ви компетентно спілкуватися по телефону?	5
8. Чи вважаєте Ви, що взаємодії з клієнтами приділяється достатньо уваги?	6
9. Чи виникають у Вас труднощі у спілкуванні з клієнтами (у розмові, у поведінці, під час реалізації продукції)?	4
10. Яку оцінку, на Вашу думку, поставить Вам клієнт після спілкування?	6
Загальна кількість балів:	53

клієнтоманія» [8]. У ході тренінгу персонал спочатку отримує знання про товари і психологічну поведінку клієнтів, а потім виробляє практичні навички продажу та ефективного спілкування з покупцями. Навчання повинно проходити за планом, який передбачає чотири теми та має охоплювати таку тематику:

- клієнтоорієнтований підхід до обслуговування;
- модель ефективного обслуговування;
- робота зі скаргами та претензіями клієнтів;
- підтримка партнерських стосунків із клієнтами.

Крок 4. Оцінка ефективності методики щодо формування клієнтоорієнтованості персоналу компанії. Приклад анкети, що дає змогу отримати таку оцінку, наведено в табл. 2. Перше анкетування проводилося до того, як співробітники пройшли навчання. Результат 53 бали (зі 100 можливих балів) свідчить про невпевненість продавців-консультантів, про те, що вони відчують труднощі під час спілкування з клієнтами.

Після проведення навчання персоналу співробітникам знову було запропоновано заповнити анкету, представлену вище. Результати навчання у рамках програми підвищення клієнтоорієнтованості персоналу відобразилися у 85 балах, що переконливо продемонструвало ефективність такого навчання. Після того як персонал пройшов навчання, співробітники стали відчувати себе більш упевнено і могли відповідати на всі запитання, які стосуються продукції, вони почали лояльно сприймати покупців і легко вирішувати проблемні ситуації.

Реалізація запропонованої методики щодо підвищення клієнтоорієнтованості персоналу дала змогу підприємству сформувати такі конкурентні переваги, що важко копіюються конкурентами, приносять стійкий довготривалий прибуток, створюють позитивний імідж та лояльність споживачів.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, нами було визначено поняття клієнтоорієнтованості як інструменту формування

лояльності споживачів, конкурентних переваг, що спрямовані на отримання стійкого прибутку в довготривалій перспективі, а також розглянуто елементи клієнтоорієнтованості компанії. У дослідженні також виокремлено вигоди, котрі отримує і споживач (клієнт), і компанія від клієнтоорієнтованого підходу.

Нами розроблений процес побудови клієнтоорієнтованої компанії через упровадження клієнтоорієнтованої бізнес-стратегії. Цей процес складається з відповідних етапів, де враховано важливість та актуальність CRM-системи, що передбачає технологізацію цього процесу та по відношенню до бізнесу відображає управлінську модель клієнтоорієнтованості. Вдало реалізована клієнтоорієнтована бізнес-стратегія має потенціал для забезпечення продажів, підвищення прибутковості та стабільної конкурентної переваги.

Також запропоновано методику з формування клієнтоорієнтованості персоналу компанії, впровадження якої здійснюється в кілька кроків. Сутність цієї методики полягає у навчанні персоналу розуміти клієнтів, професійно відповідати на їх запитання, компетентно консультувати, вгадувати їхні потреби, побажання тощо та відповідно реагувати на них. Окрім того, для підвищення рівня клієнтоорієнтованості персоналу компанії його необхідно відбирати за певними критеріями і ступенем співпадіння цінностей, інтересів та потреб компанії і майбутніх працівників. Високий рівень клієнтоорієнтованості, що проявляється в ефективному обслуговуванні клієнтів, є стратегічною конкурентною перевагою компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Клієнтоорієнтованість – це вулиця з двобічним рухом. URL: <http://nbr.com.ua/novosti/492-klieutorientovanist-tse-vulitsya-z-dvobichnim-rukhom>.
2. Рябоконь Н.П. До питання формування клієнтоорієнтованості як ключової компетенції компанії. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4522>.

3. Chief customer officer. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Chief_customer_officer.

4. How to become the head of customer experience. URL: <http://www.customerbliss.com/become-head-customer-experience/>.

5. Лосев С.В. Управление отношениями с клиентами. Маркетинг в России и за рубежом. URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2006/1/4245.html>.

6. Голубков Е.Н. Маркетинговые коммуникации. М.: Финпресс, 2010. 475 с.

7. Повышение клиентоориентированности: 10 шагов для внедрения нового подхода в работе с клиентами. URL: <https://www.hr-director.ru/article/66280-qqq-16-m8-30-08-2016-povyshenie-klientoorientirovannosti-10-shagov>.

8. Практична клієнтomanія. URL: <http://www.kiy.kiev.ua/ua/tren-ngi/korporativn/prodazh-kl-ntserv-s/kl-ntserv-s-v-d-a-do-ia>.

REFERENCES:

1. Kliientoorientovanist – tse vulytsia z dvobichnym rukhom [Client orientation is a two-way street]. Available at: <http://nbr.com.ua/novosti/492-klientoorientovanist-tse-vulitsya-z-dvobichnim-rukhom> (in Ukrainian).

2. Riabokon N. (2015) Do pytannia formuvannia kliientoorientovanosti yak kliuchovoi kompetentsii

kompanii rukhom [The issue of forming client orientation as the key competence of the company]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4522> (in Ukrainian)

3. Chief customer officer. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Chief_customer_officer.

4. How to become the head of customer experience. Available at: <http://www.customerbliss.com/become-head-customer-experience/>.

5. Losev S. (2006) Upravlenie otnosheniyami s klientami [Customer Relationship Management]. Available at: <http://www.mavriz.ru/articles/2006/1/4245.html> (in Russian).

6. Golubkov E. (2010) Marketingovye kommunikatsii [Marketing communications]. M.: Finpress, 2010, 475 p. (in Russian).

7. Povyshenie klientoorientirovannosti: 10 shagov dlya vnedreniya novogo podkhoda v rabote s klientami [Increase client-orientation: 10 steps to introduce a new approach to working with clients] Available at: <https://www.hr-director.ru/article/66280-qqq-16-m8-30-08-2016-povyshenie-klientoorientirovannosti-10-shagov> (in Russian).

8. Praktychna kliientomaniiia [Practical klientoman-nya] Available at: <http://www.kiy.kiev.ua/ua/tren-ngi/korporativn/prodazh-kl-ntserv-s/kl-ntserv-s-v-d-a-do-ia> (in Ukrainian).

Romanchukevych M.Y.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange
Activities named after Academician of UAS Zinovii Maniv
Ivano-Frankivsk King Danylo Halytskyi University of Law

CLIENT-ORIENTED APPROACH AS AN INSTRUMENT FOR BUILDING A COMPANY'S COMPETITIVE ADVANTAGES

In modern highly dynamic and extremely competitive market environment, each and every company strives for success not only today but also in the long run. This can be achieved by using a variety of marketing tools, the client-oriented approach in business is central to them.

The article investigates the applicability of client-oriented approach in the company's business activity. More specifically, it defines the notion of client centrality as the instrument to build a long-term competitive advantage for an enterprise to become consistently profitable. The article also focuses on the elements of the company's client-oriented approach. The research singles out the benefits gained from the client-oriented approach by both – the client and the company.

The authors have developed the algorithm of implementing the client-oriented business strategy in company's activities, which includes several respective stages, with specific attention to the importance and relevance of CRM-systems, which implies technologization of the process and reflects the managerial model of client centrality in the company. A successful client-oriented business strategy can ensure sales, increase the profitability and provide for sustainable competitive advantage.

The article offers the methodology for company employees to develop their client centrality, which has to be implemented in several steps. The key to this methodology lies in creating a client-driven workforce by teaching employees a client insight, competency in answering clients' questions, offering consultations, reading their minds and foreseeing their needs etc., as well as by teaching them to respond appropriately. To intensify the client-oriented approach company employees are to be filtered by certain criteria and the match rate of their values, interests and needs as compared with those of the company. A high level of client centrality that reveals itself in efficient client service becomes the company's strategic competitive advantage.

By implementing the suggested algorithm and methodology for strengthening the client-oriented approach of a company in general and its employees in particular, the business will create the competitive advantages that might be difficult for competitors to duplicate since they have been developed for this very company and its personnel. A high level of client centrality developed and implemented by a company allows gaining such advantages as improving its competitiveness, customer loyalty and its image; it also boosts company profits due to the gains in sales with more clients coming in, allows for personnel development, contributes to psychological comfort of the workforce, builds the favourable corporate image among its customers and its potential applicants.

Development of corporate client centrality involves corporate restructuring, not only in terms of its marketing concept but also in terms of its management model in general.

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ОПТИМАЛЬНА СТРУКТУРА КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА»

DEFINITION OF CONCEPT «OPTIMAL STRUCTURE OF BUSINESS CAPITAL»

УДК 658

Рудика В.І.к.е.н., доцент кафедри
фінансів і кредитуХарківського інституту фінансів
Київського національного торговельно-
економічного університету**Невдачина О.І.**старший викладач кафедри
фінансів і кредитуХарківського інституту фінансів
Київського національного торговельно-
економічного університету**Сморода Ю.А.**студентка
Харківського інституту фінансів
Київського національного торговельно-
економічного університету

У статті розглянуто понятійний апарат капіталу підприємства, його форми та структуру з урахуванням сучасного розвитку економічної науки. Запропоновано власне розуміння сутності поняття «структура капіталу підприємства».

Ключові слова: капітал, функції капіталу, форми капіталу, фінансові ресурси, грошові кошти, підприємство, оптимізація.

В статье рассмотрены категория капитала предприятия, его формы и структура с учетом современного развития экономической науки. Предложено собственное понимание сущ-

ности понятия «структура капитала предприятия».

Ключевые слова: капитал, функции капитала, формы капитала, финансовые ресурсы, денежные средства, предприятие, оптимизация.

The article deals with the conceptual apparatus of the capital of the enterprise, its forms and structures, taking into account the modern development of economic science. Proposed own understanding of the essence of the notion of capital structure of the enterprise.

Key words: capital, capital functions, forms of capital, financial resources, funds, enterprise, optimization.

Постановка проблеми. В умовах невизначеності та глобальної трансформації економіки країни великої уваги потребує розуміння простих термінів та процесів та можливості їх використання. Ринкові перетворення кардинально вплинули на умови функціонування підприємств, унаслідок чого істотно змінився механізм фінансування суб'єктів господарювання. З урахуванням економічної перебудови, основою якої завжди був саме капітал, доцільно приділити увагу цьому поняттю, джерелам його формування та напрямам використання у нових умовах розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «капітал» виникло давно, йому присвячено безліч робіт вітчизняних та зарубіжних науковців. До засновників цього визначення можна віднести А. Сміта, Д. Рікардо, В. Парето, Д. Міля, Дж.М. Кейнса, К.Р. Макконнелла, П. Самуельсона; до сучасних фахівців можна віднести таких, як: В. Шарп, Ю. Брігхем, Л. Гапенські, С. Росс, Г. Вестерфілд, Б. Джордан, Ф. Чі Ченг, Д. Фіннерті, М. Скотт та ін.

Постановка завдання. Метою статті є формування нових підходів до визначення поняття капіталу підприємства та його оптимізації в новій економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. З еволюційного погляду поняття «капітал» було визначено провідними науковцями в трьох аспектах:

1. Капітал як грошовий ресурс. Прибічниками такої думки були У. Стаффорд, Т. Мен, В. Мірабо, Ф. Кене, А. Монкрестьє. Вони стверджували, що гроші – основний чинник виробництва та головний інструмент економічної політики.

2. Капітал як матеріально-речовий ресурс. Прихильниками такого твердження є Ж-Б. Сей, А. Сміт, Д. Рікардо, Ст. Міль, Дж. Кейнс, А. Маршалл. Згідно із цим твердженням, капітал – це цінності й послуги, які приносять новий дохід.

3. Капітал як виробничі відносини, тобто відносини, які витікають із монополізації власності на засоби виробництва. Такий аспект розглядали К. Маркс, Ф. Енгельс, М. Фрідмен, П. Лоффер, Дж. Робінсон [11].

Сьогодні не зовсім доречно розглядати капітал лише з фінансового погляду та особливостей отримання доходу. Разом із розвитком ринкової економіки змінюється й сутність понять. Погляд сучасних провідних учених на поняття «капітал» більш різноманітне. Визначення поняття деяких сучасних авторів наведено в табл. 1.

Отже, з вищесказаного можна зробити висновок, що капітал підприємства – це вся сукупність матеріальних та виробничих благ, яка є в розпорядженні суб'єкта, використовується ним для функціонування, розвитку та слугує засобом нагромадження.

Розглядаючи структуру капіталу будь-якого підприємства, не можна не звернути увагу на джерела його формування. Більшість сучасних науковців виділяє власні та запозичені кошти. Своєю чергою, власні формуються за рахунок внутрішніх та зовнішніх джерел. Внутрішні джерела складаються зі статутного фонду, коштів від продажу акцій, бюджетних коштів, і т. д. Джерелами зовнішніх є нерозподілений прибуток, амортизаційні відрахування, продаж активів та скорочення дебіторської заборгованості [11].

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «капітал підприємства»

Автор	Визначення поняття	Ключові слова
І.Т. Балабанов [1]	Капітал – це частина фінансових ресурсів. Капітал – це гроші, випущені в обіг, і доходи, що вони приносять від цього обігу	гроші, випущені в обіг, і доходи, що вони приносять від цього обігу
О.І. Бідник [2]	Капітал визначається як власність, що належить фізичним або юридичним особам у даний момент і чітко відокремлена від доходу, отриманого від цієї власності протягом певного періоду	власність, що належить фізичним або юридичним особам
О.Г. Біла [3]	Капітал підприємства – сукупні грошові ресурси, що використовуються на підприємстві; авансований у господарську діяльність капітал власний, позичений і залучений у сукупності	грошові ресурси, що використовуються на підприємстві
В.Г. Білоліпецький [16]	Капітал – частина фінансових ресурсів, задіяних підприємством в оборот, і доходи, що вони приносять від цього обороту	частина фінансових ресурсів, задіяних підприємством в оборот
І.О. Бланк [4]	Капітал – загальна вартість засобів у грошовій, матеріальній та нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів	загальна вартість засобів у грошовій, матеріальній та нематеріальній формах
Є.Ф. Брігхем [4]	Капітал – необхідний чинник виробництва, він включає компоненти боргу, нерозподілений прибуток, привілейовані акції і звичайні акції	нерозподілений прибуток, привілейовані акції і звичайні акції
Л.І. Катан [6]	Капітал – це накопичений шляхом збереження запас благ у формі грошових коштів і капітальних товарів, що залучаються його власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс і чинник виробництва для отримання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах і пов'язане з чинниками часу, ризику і ліквідності	запас благ у формі грошових коштів і капітальних товарів
Дж. Кларк [16]	Капітал – це сума активного і виробничого багатства, що складається з матеріальних засобів виробництва	сума активного і виробничого багатства
С.М. Клименко [7]	Капітал – це сукупність матеріальних цінностей і коштів, фінансових вкладень і витрат на придбання прав і привілеїв, необхідних для здійснення його господарської діяльності	сукупність матеріальних цінностей і коштів, фінансових вкладень і витрат
Г.О. Крамаренко, О.Е. Чорна [8]	Капітал – це фінансові ресурси підприємства, необхідні для організації його господарської діяльності і використовувани в господарському обігу для одержання доходів і прибутку	фінансові ресурси підприємства
В.М. Опарін [16]	Капітал – це сума коштів, спрямованих в основні засоби та обігові кошти підприємства	сума коштів, спрямованих в основні засоби та обігові кошти підприємства
А.М. Поддєрьогін [9]	Капітал – це кошти, якими володіє підприємство для здійснення своєї діяльності з метою отримання прибутку	кошти, якими володіє підприємство для здійснення своєї діяльності
С.В. Мойсєєв [16]	Капітал – це фінансові кошти підприємства, відображені в пасиві його бухгалтерського обліку. При цьому фінансовий капітал поділяється на власний, тобто сформований за рахунок власних джерел фінансових ресурсів, і позичковий, формування якого здійснюється за рахунок позичкових фінансових джерел	фінансові кошти підприємства, відображені в пасиві
В.О. Подольська [10]	Капітал – це вартість, яка в процесі виробництва дає нову додану вартість, тобто самозростає	вартість, яка в процесі виробництва дає нову додану вартість
В.В. Селезньов [12]	Капітал є взаємозростаючою вартістю, яка виступає у вигляді певної суми грошей, що витрачаються на засоби виробництва і на заробітну плату робітникам, а потім під час продажу виготовленого товару знову перетворюються на гроші, але вже в більшій кількості	взаємозростаюча вартість, яка виступає у вигляді певної суми грошей
О.М. Полінкевич, О.М. Панькевич [11]	Капітал – це вартість, яка приносить соціально-економічний ефект та забезпечує перспективи розвитку підприємства	вартість, яка приносить соціально-економічний ефект
Власне бачення поняття «капітал»	Капітал підприємства – це вся сукупність матеріальних та виробничих благ, яка є в розпорядженні суб'єкта, використовується ним для функціонування, розвитку та слугує засобом нагромадження	весь сукупність матеріальних та виробничих благ, яка є в розпорядженні суб'єкта

Запозичені кошти відрізняються характерною особливістю їх використання у часі, тобто довгострокові та короткострокові запозичені кошти. Виникнення короткострокових джерел формування капіталу підприємства може існувати в такій формі, як: короткострокові кредити банківських та небанківських установ, у формі векселів, кредиторської заборгованості за товари, роботи та послуги та заборгованість за розрахунками. Стосовно довгострокових запозичень можна виділити довгострокові кредити банківських та небанківських кредитних установ, випуск облігацій та лізинг. Дехто виділяє залучені кошти, тобто інвестиції.

Основою управління капіталу є його оптимальна структура. Конкретного визначення поняття «оптимальна структура капіталу підприємства» в економічній науці немає, тому серед науковців існує дискусія та розбіжності стосовно цього вислову. Дехто вважає оптимальною структурою певні показники, дехто – співвідношення власного та запозиченого капіталу підприємства [11].

Серед провідних учених, таких як Г.Г. Кірейцев, Є.Ф. Брігхем, І.В. Викиданець, О.С. Стоянова, Е. Нікхбахт, А. Гропеллі, В.Г. Белоліпецький, Р.С. Каплан, Д.П. Нортон, сформувався поняття оптимальної структури капіталу як певне співвідношення власного та залученого капіталу підприємства. Згідно із цією думкою, баланс між цими показниками призведе до підвищення ціни акцій, унаслідок чого підприємство матиме змогу збільшити ринкову вартість капіталу.

У Дж.К. Шима, Дж.Г. Сигела, В.В. Ковальова та О.О. Терещенко сформувалася думка щодо загальної вартості підприємства та джерел його фінансування, тобто береться до уваги середньозважена вартість самого підприємства.

І.О. Бланк стверджує, що оптимальна структура капіталу характеризується співвідношенням між такими показниками, як рентабельність та фінансова стійкість. Ці показники також базуються на наявності власних та залучених коштів та, як наслідок, максимізують вартість капіталу підприємства.

Дещо подібне визначення приводять Т.В. Головка та С.В. Сагова, стверджуючи, що оптимізація структури капіталу підприємства являє собою певне співвідношення між власним і позиковим капіталом та, як наслідок, сприяє зростанню ефективності між дохідністю та фінансовою стійкістю [10].

Саме значення слова «оптимізація» говорить про характеристику вигідного співвідношення будь-чого, результатом якого має бути максимальна ефективність.

Ураховуючи той факт, що йдеться про оптимальну структуру капіталу підприємства, можна сказати, що оптимальною має бути така структура, за якої підприємство, формуючи капітал за

рахунок різних джерел, досягає максимальної ефективності від діяльності, має змогу нагромаджувати власний капітал, розвивати виробництво та при цьому не знижувати показники рентабельності власного капіталу та фінансової стійкості.

Дослідження сучасної економічної літератури доводять, що серед науковців сформувався три методи оптимізації структури капіталу підприємства [11]. Перший критерій полягає в оптимальному рівні рентабельності власного капіталу. Другий метод передбачає зведення до мінімуму фінансових ризиків. Третій метод полягає у стабілізації вартості капіталу підприємства.

Розглянувши підходи різних учених до визначення оптимальної структури капіталу підприємства, врахувавши всі протиріччя та спільні ідеї, конкретної формули сьогодні не маємо. Навіть однотипні підприємства мають власний шлях оптимальної побудови структури капіталу. Враховуючи часті зміни кон'юнктури ринку, специфіку підприємства, рівень розвитку та джерела фінансування суб'єкту, це питання залишається індивідуальним.

Висновки з проведеного дослідження.

У період глобальної економічної перебудови капітал відіграє велику роль у розвитку підприємства та є важливим елементом, який дає змогу оцінити фінансовий стан суб'єкта господарювання. Як показує практика, більшість суб'єктів формує капітал за рахунок різних джерел фінансування. В умовах сьогодення функціонуючим підприємствам украї складно досягти балансу між власними та запозиченими коштами та сформувати дійсно оптимальну структуру капіталу, яка сприятиме сталому розвитку.

Одним із вагомих усебічних та професійних методів успішного функціонування є своєчасне дослідження як власного фінансового стану підприємства, так і змін в економічному середовищі. Своєчасне виявлення можливого дисбалансу дає змогу керівництву конкретного підприємства прийняти рішення щодо його усунення та спрогнозувати майбутні кроки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанов І.Т. Основи фінансового менеджмента: учеб. пособ. М.: Финансы и статистика, 1998. 477 с. ISBN 5-279-01756-6.
2. Бідник О.І. Поняття капіталу підприємства та його еволюція. Науковий вісник. 2007. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/17_2/131_Bidnyk_17_2.pdf. 15.02.2013.
3. Біла О.Г. Фінансове планування і фінансова стабільність підприємств. Фінанси України. 2007. № 4. С. 112–119.
4. Бланк І.А. Управление формированием капитала. К.: Ника-Центр, Эльга, 2002. 512 с.
5. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2008. 560 с. ISBN 5-7720-0943-5.

6. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / Л.І. Бровко, Н.П. Дуброва, Н.В. Бондарчук. Суми: Довкілля, 2009. 184 с.

7. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2008. 520 с.

8. Крамаренко Г.О., Чорна О.Є. Фінансовий менеджмент: підручник; Дніпропетровський ун-т економіки та права. К.: ЦНЛ, 2006. 520 с. ISBN 966-364-151-7.

9. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент: підручник; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. К.: КНЕУ, 2008. 536 с.

10. Подольська В.О., Яріш О.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. К.: Центр навч. л-ри, 2007. 488 с.

11. Полінкевич О.М. Суть понять «капітал» та «оптимальна структура капіталу підприємств» в економічній науці. Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія». 2014. Вип. 11(44).

12. Селезнев В.В. Основы рыночной экономики Украины: учеб. пособ.; 2-е изд., доп. и перераб. К.: А.С.К., 2002. 656 с.

13. Суярова О.О. Узагальнення існуючого досвіду класифікації капіталу підприємства. URL: http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2009/Econom_2_09/09soodkk.pdf. 15.02.2013.

14. Черемісова Т.А. Подальше дослідження економічної сутності капіталу, його видів та функціональної ролі у діяльності підприємства. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpchdtu/2008_21_1/articles/Pitanya_econom/32_Cheremisova.pdf. 15.02.2013.

15. Чернецька А.Ю. Формування оптимальної структури капіталу підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 2. Т. 3. С. 109–112.

16. Юшко С.В., Лугова А.А. Критичний аналіз економічної сутності поняття «капітал підприємства». Вісник економіки, транспорту і промисловості. 2011. № 36. С. 234–238.

4. Blank Y.A. (2002) Upravlenye formirovanyem kapytala [Management of formation of capital]. K.: Nyka-Tsentr, 512 s.

5. Brihkhem Ye.F. (2008) Osnovy finansovoho menedzhmentu [Fundamentals of Financial Management]: Navch. posibnyk. Tsentri navchalnoi literatury. S. 560. – ISBN 5-7720-0943-5.

6. L.I. Katan, L.I. Brovko, N.P. Dubrova, N.V. Bondarchuk (2009) Finansovyi menedzhment [financial management]: navch. Posibnyk. Sumy: «Dovkillia», 184 s.

7. Klymenko S.M. (2008) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva [Managing the competitiveness of the enterprise]: navch. posib. KNEU, 520 s.

8. H.O. Kramarenko, O.Ye. Chorna (2006) Finansovyi menedzhment [financial management]: pidruchnyk. Dnipropetrovskiy un-t ekonomiky ta prava. K.: TsNL, 520 s. – ISBN 966-364-151-7.

9. Poddierohin A.M. (2008) Finansovyi menedzhment [financial management]: pidruchnyk / Ker. kol. avt. i nauk. red. prof. KNEU, 536 s.

10. V.O. Podolska, O.V. Yarish (2007) Finansovyi analiz [Financial analysis] [navch. posib.] Tsentri navch. l-ry, 488 s.

11. Polinkevych O.M. (2014) Sut poniat «kapital» ta «optymalna struktura kapitalu pidpriemstv» v ekonomichnii nautsi. [The essence of the concepts of "capital" and "optimal capital structure of enterprises" in economic science]. Ekonomichni nauky. [Economic sciences]. Seriya «Ekonomichna teoriia ta ekonomichna istoriia». [Series "Economic Theory and Economic History"]. Zbirnyk naukovykh prats [Collection of scientific works]. Lutskii NTY. Vol. 11(44). Lutsk.

12. Seleznev V.V. (2002) Osnovi runochnoy ekonomiky Ukrainy [Fundamentals of the Market Economy of Ukraine]: ucheb.pos. vol. 2-e yzd., dop. y pererab. – K.: A.S.K., 656 s.

13. Suiaрова О.О. (2009) Uzahalnennia isnuiochoho dosvidu klasyfikatsii kapitalu pidpriemstva [Generalization of existing experience of enterprise capital classification] visnyk Sumdu. Available at: http://visnyk.sumdu.edu.ua/arhiv/2009/Econom_2_09/09soodkk.pdf. – 15.02.2013.

14. Cheremisova T. A. (2013) Podalshe doslidzhennia ekonomichnoi sutnosti kapitalu, yoho vydiv ta funktsionalnoi roli u diialnosti pidpriemstva [Further study of the economic essence of capital, its types and functional role in the enterprise activity]. Available at: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpchdtu/2008_21_1/articles/Pitanya_econom/32_Cheremisova.pdf. – 15.02.2013.

15. Chernetska A.Yu. (2011) Formuvannia optymalnoi struktury kapitalu pidpriemstva [Formation of the optimal structure of enterprise capital]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Vol. 2. T. 3. P. 109–112.

16. Yushko S.V. (2011) Krytychnyi analiz ekonomichnoi sutnosti poniattia «kapital pidpriemstva» [Critical analysis of the economic essence of the concept of "capital of an enterprise"]. Visnyk ekonomiky, transportu i promyslovosti. Vol. 36. P. 234–238.

REFERENCES:

1. Balabanov Y.T. (1998) Osnovi fynansovoho menedzhmenta [Fundamentals of financial management]: uchebnoe posobie. Fynansi y statystyka. P. 477. – ISBN 5-279-01756-6.

2. Bidnyk O.I. (2007) Poniattia kapitalu pidpriemstva ta yoho evoliutsiia [The concept of enterprise capital and its evolution] Naukovyi visnyk. (Elektronnyi resurs) Vol. 17.2 P. 131–135. Available at: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlut/17_2/131_Bidnyk_17_2.pdf. – 15.02.2013. (accessed May 2018)

3. Bila O.H. (2007) Finansove planuvannia i finansova stabilnist pidpriemstv [Financial planning and financial stability of enterprises] Finansy Ukrainy. Vol. 4. P. 112–119. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2007_4_14 (accessed May 2018).

Rudika V.I.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance and Credit
Kharkiv Institute of Finance,
Kyiv National University of Trade and Economics

Nevdachina O.I.

Senior Instructor at Department of Finance and Credit
Kharkiv Institute of Finance,
Kyiv National University of Trade and Economics

Smoroda Y.A.

Graduate Student
Kharkiv Institute of Finance,
Kyiv National University of Trade and Economics

DEFINITION OF CONCEPT “OPTIMAL STRUCTURE OF BUSINESS CAPITAL”

Many works by scholars of different times are devoted to the study of such a concept as capital. Translated from Latin, “capital” means the main one. In fact, in any activity, everything starts with a capital and it plays a major role. With the passage of time, the economy changes, processes in it and, at the same time, change the meaning of all terms related to these processes. Founders of the concept of “capital” first understood it as a means. To date, this word has a somewhat wider meaning and application.

In today's conditions, the question of capital formation of the enterprise, its optimal structure in the new conditions of development is acutely rising. Despite the achievements of scientists, there are no specific answers to the questions. Therefore, the problem remains open and requires further research.

In the activity of the enterprise, a significant role is played by capital. It is quite difficult to find a balance between borrowed and own funds in the formation of capital. As you know, the capital structure of the enterprise is the main component for determining its financial status. Financial stability, solvency, return on equity, autonomy, all these indicators directly depend on the structure.

You can talk for a long time about the importance of the optimal capital structure of an enterprise. The question is in the formula. What should be the optimal structure? To date, there is only one concrete answer. Each enterprise has its own peculiarities of functioning, specificity of activities, and factors of influence on each of its own. The only correct solution for today is the search for an individual optimal capital structure of the enterprise.

Each company should optimize its capital structure at its own discretion, taking into account its peculiarities. So the question of finding the optimal capital structure of the company is gaining in acuity and needs further research.

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

METHODS FOR ASSESSING THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES' FINANCIAL RESOURCE USE

У статті розглянуто різні точки зору щодо сутності фінансових ресурсів підприємств. Досліджено окремі методики оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів підприємств. Уточнено методику визначення показників ефективності використання фінансових ресурсів на основі актуальних стандартів бухгалтерського обліку. Результати аналізу вищезазначених показників можуть застосовуватися для оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів підприємства та її прогнозування на короткострокову перспективу. Перспективними є подальші дослідження теорії та практики управління фінансовими ресурсами.

Ключові слова: фінансові ресурси, активи, капітал, ефективність, оборотність, рентабельність, вартість.

В статье рассмотрены различные точки зрения касательно сущности финансовых ресурсов предприятий. Исследованы отдельные методики оценивания эффективности использования финансовых ресурсов предприятий. Уточнена методика определения показателей эффективности использования финансовых ресурсов на основе актуальных стандартов бухгалтер-

ского учета. Результаты анализа вышеупомянутых показателей могут применяться для оценивания эффективности использования финансовых ресурсов предприятия и ее прогнозирования на краткосрочную перспективу. Перспективными являются дальнейшие исследования теории и практики управления финансовыми ресурсами.

Ключевые слова: финансовые ресурсы, активы, капитал, эффективность, оборачиваемость, рентабельность, стоимость.

In the article the different points of view on the enterprises' financial resources essence have been considered. Some methods of assessing the efficiency of enterprises' financial resources using have been investigated. The methods of determining the efficiency indicators of the financial resources using on the basis of current accounting standards have been specified. The results of the analysis of the above-mentioned indicators can be used to assess the efficiency of enterprises' financial resources using and it's forecasting in the short-term perspective. Further studies of the theory and practice of financial resources management are promising.

Key words: financial resources, assets, capital, efficiency, turnover, profit-ability, cost.

УДК 336:631.162.221

Смирнова Н.В.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Одеський державний аграрний
університет

Козуб Н.М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Одеський державний аграрний
університет

Постановка проблеми. Забезпеченість суб'єктів господарювання оптимальною кількістю необхідних фінансових ресурсів є основою ефективного ведення ним господарської діяльності та економічної стабільності України загалом. За цих умов однією з головних цілей щодо створення сприятливих фінансово-майнових засад безперервності відтворювального процесу виробничих організацій, а отже, національної економіки є вирішення питань удосконалення управління фінансовими ресурсами підприємств, що базується на чіткій методології аналізу їх використання.

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки в сільськогосподарських підприємствах України спостерігається невідповідність обсягу й складу фінансових ресурсів обсягу й складу виробництва і збуту сільськогосподарської продукції, значно знизилась рентабельність їх використання. Ефективність використання фінансових ресурсів підприємства залежить від його здатності отримувати необхідний прибуток через сформовані за рахунок нього активи. Керівництво підприємства має значну свободу в регулюванні величини фінансових результатів. Так, з огляду на прийняту фінансову стратегію підприємство має можливість збільшувати або зменшувати величину чистого прибутку за рахунок вибору того чи іншого способу оцінювання майна, порядку його списання чи реалізації,

встановлення строку використання. Все це вимагає уточнення методики оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В економічній літературі існують різні визначення поняття «фінансові ресурси», а саме «грошові фонди цільового призначення, які формуються в процесі розподілу й перерозподілу національного багатства, сукупного суспільного продукту, національного доходу й використовуються у статутних цілях підприємств» [2, с. 20; 6, с. 267]; «всі джерела грошових коштів, що акумулюються підприємством для формування необхідних йому активів з метою здійснення всіх видів діяльності як за рахунок власних доходів, накопичень та капіталу, так і за рахунок різного виду надходжень» [9, с. 14]; «грошові кошти, які знаходяться у розпорядженні підприємства» [1, с. 34; 5, с. 52; 15, с. 10]; «власний, позиковий та залучений грошовий капітал, який використовується підприємствами для формування своїх активів та здійснення виробничо-господарської діяльності з метою отримання відповідних доходів та прибутку» [11, с. 13]; «частина коштів підприємства у фондовій і нефондовій формі, яка формується у результаті розподілу виробленого продукту, залучається до діяльності підприємства з різних джерел і спрямовується на забезпечення розширеного відтворення виробни-

цтва» [19, с. 81]; «сукупність власних грошових доходів та надходжень зовні (залучені та запозичені кошти), які призначені для виконання фінансових зобов'язань підприємства, фінансування поточних витрат та витрат, пов'язаних з розширенням виробництва» [7, с. 12].

Узагальнюючи визначення фінансових ресурсів, можемо зазначити, що автори розглядають їх, з одного боку, як активи підприємства, а з іншого боку, як його капітал.

Однак у сучасній вітчизняній та іноземній літературі занадто мало уваги приділяється аналізу показників ефективності використання капіталу й активів, різняться методика їх визначення. Так, під час визначення показників ефективності використання капіталу одні автори [4, с. 500–501; 14, с. 354] пропонують застосовувати лише такі показники, як рентабельність власного капіталу та ефект фінансового левіриджу, а інші – лише показники оборотності капіталу загалом та його видів зокрема [6, с. 244; 15, с. 434–439]. Іноді спостерігаються пропозиції застосовувати як показники ефективності використання капіталу показники фінансової стійкості [12, с. 188; 10, с. 322].

Під час розгляду питання управління активами як специфічної функції фінансового менеджменту слід зауважити, що більшість учених [1; 2; 5; 9; 10] вивченню цього питання не приділяють безпосередньої уваги, тобто зосереджуються переважно на фінансовому аналізі та управлінні грошовими потоками.

Інші автори [7; 12] приділяють увагу в управлінні активами тільки управлінню оборотними активами як складовій вищевказаної функції, залишаючи поза увагою необоротні, хоча співвідношення необоротних та оборотних активів є основним цільовим показником фінансової стратегії підприємства.

На короткострокову і довгострокову платоспроможність підприємства впливає його здатність отримувати прибуток. У зв'язку з цим більш доцільним був би розгляд такого аспекту діяльності підприємства, як рентабельність всього використовуваного капіталу та власного капіталу, які є якісними показниками ефективності роботи підприємства.

Відносні показники менше залежать від інфляції, ніж абсолютні, і в сучасних умовах вони використовуються ширше. Їх розраховують відношенням прибутку до вкладеного капіталу (власного, інвестованого, залученого тощо). Економічний зміст вказаних показників (їх прийнято називати рентабельністю) полягає в тому, що вони характеризують прибуток, який отримують з кожної гривні засобів (власних або позикових), вкладених у підприємство. Проте фактично вони вказують на кількість оборотів під час віддачі капіталу за період, тобто є показниками окупності.

Як правило, в економічній літературі фінансовий левіридж визначається за моделлю, яка ще має назву європейської, на відміну від попереднього методу розрахунку (американської моделі), дає змогу визначити безпечний розмір та умови залучення позикового капіталу. Фінансовий левіридж у цій моделі визначає додаткову рентабельність власного капіталу, яка отримана за рахунок використання кредитів, порівняно з рентабельністю капіталу, що профінансований тільки за рахунок власних коштів. Розрахунок ведеться за формулою, яка враховує вплив оподаткування [3, с. 317; 4, с. 497]:

$$ЕФЛ = (1 - СП_{пр})(ВРА - Ікр) \times \frac{ПК}{ВК}, \quad (1)$$

де ЕФЛ – ефект фінансового левіриджу, %;

СП_{пр} – ставка податку на прибуток, частки одиниці;

ВРА – рівень валової рентабельності активів підприємства, %;

Ікр – середня розрахункова ставка відсотка за всіма видами кредиту, що використовується підприємством, %;

ПК – сума (питома вага) позикового капіталу;

ВК – сума (питома вага) власного капіталу.

Ця формула має два складові елементи, а саме диференціал фінансового левіриджу (ВРА – Ікр), який характеризує різницю між рівнем валової рентабельності активів і середньою ставкою відсотку за кредит, та коефіцієнт (плече) фінансового левіриджу (ПК/ВК), який характеризує обсяг позикового капіталу, що припадає на одиницю власного капіталу виноробного підприємства, тобто характеризує силу дії фінансового левіриджу.

Також існує інший підхід до розрахунку ефекту фінансового левіриджу за цією моделлю, який замість показника середньої розрахункової ставки відсотку за кредитами містить показник середньозваженої вартості позикового капіталу [3; 4; 6; 17]. Він, на нашу думку, є більш точним і має принципове значення під час застосування цієї моделі під час оптимізації фінансової структури капіталу з позиції ефективності його використання. Отже, величина ефекту фінансового левіриджу залежить від трьох складових, а саме структури капіталу виноробного підприємства, різниці між його валовою рентабельністю та вартістю позикового капіталу й рівня оподаткування підприємства (ставки податку на прибуток).

Виділення диференціалу та коефіцієнта (плеча) фінансового левіриджу дає змогу цілеспрямовано управляти збільшенням ефекту фінансового левіриджу під час формування структури капіталу. Знаючи, як визначити ефект фінансового левіриджу, як його регулювати, можемо прогнозувати фінансові результати від використання позикового капіталу. Таким чином, з підвищенням частки позикового капіталу рентабельність власного капіталу

підприємства буде зростати доти, доки відсотки за кредити не перевищать прибуток підприємства.

У процесі оптимізації структури капіталу за критерієм ефективності його використання великого значення також набуває питання визначення елементів капіталу, які необхідно враховувати під час розрахунку ефекту фінансового левериджу. Показники ефективності використання активів у сучасній науковій літературі переважно обмежуються показниками оборотності стосовно активів загалом та оборотних активів за коефіцієнтами виробничої віддачі та місткістю стосовно необоротних активів зокрема. Так, у вітчизняній практиці існують різні методики оцінювання ефективності використання основних засобів, які зводяться до розрахунку двох зворотних показників, а саме фондовіддачі та фондомісткості [7; 12]. Але, зважаючи на те, що поняття «фонди» в нинішній фінансовій звітності не застосовується, пропонуємо оцінювати такі показники ефективності використання основних засобів, як коефіцієнт виробничої віддачі, коефіцієнт виробничої місткості, які за методикою аналогічні показникам фондовіддачі і фондомісткості.

Постановка завдання. Таким чином, метою дослідження є уточнення методики визначення показників ефективності використання фінансових ресурсів на основі актуальних стандартів бухгалтерського обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Отже, узагальнюючи і систематизуючи показники

використання фінансових ресурсів виробничого підприємства, для аналізу ефективності використання оборотних і необоротних активів діючого виробничого підприємства ми пропонуємо використовувати дві групи показників:

- 1) показники оборотності активів;
- 2) показники використання виробничих необоротних активів.

Показники оцінки ефективності використання активів виробничого підприємства в розрізі оборотних і необоротних наведені в табл. 1.

Такий аналіз зможе допомогти корпоративному формуванню у забезпеченні умов прискорення обігу активів у процесі їх використання, оскільки прискорення обігу активів здійснює як прямий, так і опосередкований вплив на розмір чистого прибутку, оскільки зниження періоду обігу цих активів приводить до зниження потреби в них.

Для аналізування ефективності використання капіталу діючого виробничого підприємства пропонується використання показників, наведених у табл. 2.

Показники оцінювання ефективності використання капіталу підприємства пропонується поділити на дві групи, а саме показники оборотності та показники рентабельності капіталу.

При цьому слід зауважити, що показники ефективності використання капіталу й активів характеризують в першому випадку ділову активність підприємства, а в другому – результативність діяльності підприємства. Деякі науковці результативність діяльності підприємства оцінюють за

Таблиця 1

Показники оцінювання ефективності використання оборотних і необоротних активів виробничого підприємства

№	Показник	Методика розрахунку (за даними фінансової звітності)
<i>I група (показники оборотності активів)</i>		
1	Коефіцієнт оборотності всіх використовуваних активів	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1300, (гр. 3+гр. 4)÷2
2	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1195, (гр. 3+гр. 4)÷2
3	Коефіцієнт оборотності запасів	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1100, (гр. 3+гр. 4)÷2
4	Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1101, (гр. 3+гр. 4)÷2
5	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, сума кодів 1125...1155, (гр. 3+гр. 4)÷2
6	Коефіцієнт оборотності грошових активів	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1165, (гр. 3+гр. 4)÷2
7	Період обігу всіх використовуваних активів, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності всіх використовуваних активів (показник 1)
8	Період обігу оборотних активів, днів	360 днів / коефіцієнт оборотних активів (показник 2)
9	Період обігу запасів, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності запасів (показник 3)
10	Період обігу виробничих запасів, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності виробничих запасів (показник 4)
11	Період обігу дебіторської заборгованості, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (показник 5)
12	Період обігу грошових активів, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності грошових активів (показник 6)
<i>II група (показники використання виробничих необоротних активів)</i>		
13	Коефіцієнт виробничої віддачі основних засобів, грн.	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1010, (гр. 3+гр. 4)÷2
14	Коефіцієнт виробничої місткості основних засобів, грн.	ф. № 1, код 1010, (гр. 3+гр. 4)÷2 / ф. № 2, код 2000

Джерело: сформовано авторами

Показники оцінювання ефективності використання капіталу підприємства

№	Показник	Методика розрахунку (за даними фінансової звітності)
<i>I група (показники оборотності капіталу)</i>		
1	Коефіцієнт оборотності всього використовуваного капіталу	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1900, (гр. 3+гр. 4)÷2
2	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1495, (гр. 3+гр. 4)÷2
3	Коефіцієнт оборотності позикового капіталу	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1595+код 1695+код 1700, (гр. 3+гр. 4)÷2
4	Коефіцієнт оборотності фінансового кредиту	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1510+код 1600, (гр. 3+гр. 4)÷2
5	Коефіцієнт оборотності товарного кредиту	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, код 1615, (гр. 3+гр. 4)÷2
6	Коефіцієнт оборотності внутрішньої кредиторської заборгованості	ф. № 2, код 2000 / ф. № 1, сума кодів 1610...1630, (гр. 3+гр. 4)÷2
7	Період обігу всього використовуваного капіталу, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності всього використовуваного капіталу (показник 1)
8	Період обігу власного капіталу, днів	360 днів / коефіцієнт власного капіталу (показник 2)
9	Період обігу позикового капіталу, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності позикового капіталу (показник 3)
10	Період обігу фінансового кредиту, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності фінансового кредиту (показник 4)
11	Період обігу товарного кредиту, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності товарного кредиту (показник 5)
12	Період обігу внутрішньої кредиторської заборгованості, днів	360 днів / коефіцієнт оборотності внутрішньої кредиторської заборгованості (показник 6)
<i>II група (показники рентабельності капіталу)</i>		
13	Рівень рентабельності всього використовуваного капіталу, %	ф. № 2, код 2350 / ф. № 1, код 1900, (гр. 3+гр. 4)÷2
14	Рівень рентабельності власного капіталу, %	ф. № 2, код 2350 / ф. № 1, код 1495, (гр. 3+гр. 4)÷2
15	Ефект фінансового левериджу, %	(1-СПпр)(ВРА-Ікр)ПК/ВК

Джерело: сформовано авторами

допомогою абсолютних і відносних показників. За показниками першої групи аналізують динаміку різних показників приросту капіталу та активів загалом і в розрізі видів за низку років зокрема. В умовах інфляції аналіз цих показників (без відповідного перерахунку) не має економічного змісту.

Висновки з проведеного дослідження.

Результати аналізу вищезазначених показників можуть застосовуватися для оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів підприємства та її прогнозування на короткострокову перспективу. Звичайно, ця методика є лише спробою узагальнити та систематизувати відмінності поглядів щодо їх розрахунку під час прийняття управлінських рішень щодо прискорення оборотності та формування фінансових ресурсів підприємства. Тому перспективними вважаємо дослідження теорії та практики управління фінансовими ресурсами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанов І.Т. Основи фінансового менеджмента: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Финансы и статистика, 2002. 528 с.
2. Бандурка О.М., Коробов М.Я., Орлов П.І., Петрова К.Я. Фінансова діяльність підприємства: підручник. Київ: Либідь, 1998. 312 с.

3. Бланк І.А. Управление активами и капиталом предприятия. Киев: Ника-Центр, 2003. 448 с.

4. Бланк І.А. Основы финансового менеджмента: в 2 т. 3-е изд. Киев: Ника-Центр, 2007. Т. 1. 624 с.

5. Гібіш Л.В. Фінанси: навч. посібник. 2-ге вид., стереотип. Київ: МАУП, 1998. 92 с.

6. Ковалев В.В. Управление финансами. Москва: ФБК-ПРЕСС, 1998. 612 с.

7. Коваленко Л.О., Ремньова Л.О. Фінансовий менеджмент: наука і практика. Чернігів: ЧДІЕУ, 2001. 456 с.

8. Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2002. 388 с.

9. Попова Р.Г., Самонова І.Н., Добросердова І.І. Финансы предприятий: учеб. пособ. Санкт-Петербург: Питер, 2010. 208 с.

10. Стратегия и тактика управления финансами / кол. авт. под рук. Н.М. Ушаковой. Москва: Экспресс, 2004. 455 с.

11. Филимоненков А.С. Финансы предприятий: учеб. пособ. Киев: Эльга Ника-центр, 2002. 360 с.

12. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / под. ред. Е.С. Стояновой. 4-е изд., перераб. и доп. Москва: Перспектива, 1999. 656 с.

13. Поляк Г.Б., Акодис І.А., Краева Т.А. и др. Финансовый менеджмент: учебник / под ред. Г.Б. Поляка. Москва: ЮНИТИ, 1997. 518 с.

14. Суторміна В.М., Федоров В.М., Резанова Н.С. Фінанси зарубіжних корпорацій: навч. посіб. Київ: Либідь, 1993. 247 с.

15. Фінанси підприємств: навч. посіб. / за ред. Г.Г. Кірейцева. Київ: ЦУЛ, 2002. 268 с.
16. Фінанси підприємств: підручник / кер. авт. кол., наук. ред. А.М. Поддєрьогін. Київ: КНЕУ, 2004. 546 с.
17. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / за ред. Г.Г. Кірейцева. Київ: ЦУЛ, 2002. 496 с.
18. Фінансовий менеджмент: підручник / кер. кол. авт., наук. ред. А.М. Поддєрьогін. Київ: КНЕУ, 2005. 536 с.
19. Хачатурян С.В. Сутність фінансових ресурсів та їх класифікація. Фінанси України. 2003. № 4. С. 77–81.

REFERENCES:

1. Balabanov I.T. (2002) *Osnovy finansovoho menedzhmenta* [Fundamentals of financial management]. Moscow: Finansy i statistika (in Russian).
2. Bandurka O.M., Korobov M.Ya., Orlov P.I., Petrova K.Ya. (1998) *Finansova diialnist pidpriemstva* [Financial activity of the enterprise]. Kyiv: Lybid (in Ukrainian).
3. Blank I.A. (2003) *Upravleniie aktivami i kapitalom predpriatii* [Enterprise Capital and Asset management]. Kyiv: Nika-Tsentr, Elha (in Russian).
4. Blank I.A. (2007) *Osnovy finansovoho menedzhmenta* [Fundamentals of financial management]. T. 1–2. Kyiv: Nika-Tsentr, Elha (in Russian).
5. Hibish L.V. (1998) *Finansy* [Finance]. Kyiv: MAUP (in Ukrainian).
6. Kovalev V.V. (1998) *Upravleniie finansami* [Financial management]. – Moscow: FBK-PRESS (in Russian).
7. Kovalenko L.O., Remniova L.O. (2001) *Finansovy menedzhment: nauka i praktyka* [Financial Management: Science and Practice]. Chernihiv: ChDIEU (in Ukrainian).
8. Pavlovska O.V., Prytuliak N.M., Nevmerzhytska N.Yu. (2002) *Finansovy analiz* [Financial analysis]. Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
9. Popova R.H., Samonova I.N., Dobroserdova I.I. (2010) *Finansy predpriatii* [Finance of enterprises]. – Sankt Petersburg: Piter (in Russian).
10. *Stratehiia i taktika upravleniia finansami* [Strategy and tactics of financial management] / ed. N.M. Ushakova (2004). Moscow: Ekspress (in Russian).
11. Filimonenkov A.S. (2002) *Finansy predpriatii* [Finance of enterprises] Kyiv: Nika-Tsentr, Elha (in Russian).
12. *Finansovy menedzhment: teoriia y praktika* [Financial Management: Theory and Practice] / ed. Ye.S. Stoianova (1999). Moscow: Perspektiva (in Russian).
13. Poliak H.B., Akodis I.A., Kraieva T.A. (1992) *Finansovy menedzhment* [Financial Management]. – Moscow: YuNYTY (in Russian).
14. Sutormina V.M., Fedorov V.M., Riezanova N.S. (1993) *Finansy zarubizhnykh korporatsii* [Finances of foreign corporations]. Kyiv: Lybid (in Ukrainian).
15. *Finansy pidpriemstv* [Finance of enterprises] / ed. H.H. Kireitsev. Kyiv: TsUL (2002) (in Ukrainian).
16. *Finansy pidpriemstv* [Finance of enterprises] / ed. A.M. Poddierohin (2004). Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
17. *Finansovy menedzhment* [Financial Management] / ed. H.H. Kireitsev (2002). Kyiv: TsUL, 2002. – 496 s. (in Ukrainian).
18. *Finansovy menedzhment* [Financial Management] / ed. A.M. Poddierohin (2005). Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
19. Khachaturian S.V. (2003) *Sutnist finansovykh resursiv ta yikh klasyfikatsiia* [The essence of financial resources and their classification]. Kyiv: Finance of Ukraine. P. 77–81 (in Ukrainian).

Smyrnova N.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management
Odessa State Agrarian University

Kozub N.M.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management
Odessa State Agrarian University

METHODS FOR ASSESSING THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES' FINANCIAL RESOURCE USE

The provision of business entities with the optimum amount of necessary financial resources is the basis for effective economic activity and economic stability of Ukraine. Under these conditions, one of the main goals of creating favorable financial and property fundamentals of the reproductive process continuity of production organizations, and hence of the national economy, is to improve the enterprises' financial resources management, based on a clear analysis methodology of their using.

In the article, the different points of view on the enterprises' financial resources essence have been considered.

Summarizing the definition of financial resources, it can be noted that the authors have considered them, on the one hand, as assets of the company, and on the other hand – as its capital.

Thus, the purpose of the study is to clarify the methods of determining the efficiency indicators of the financial resources using on the basis of current accounting standards.

Summing up and systematizing indicators of the production enterprise's financial resources using, we propose to use two groups of indicators for the analysis of enterprise's efficiency of the current and fixed assets using:

- 1) indicators of assets turnover;
- 2) indicators of the production fixed assets use.

Assumptions for assets turnover are proposed to include the following:

- all used assets turnover ratio;
- current assets turnover ratio;
- inventory turnover ratio;
- production stocks turnover ratio;
- accounts receivable turnover ratio;
- monetary assets turnover ratio;
- turnover period of all assets used;
- turnover period of current assets;
- inventory turnover period;
- turnover period of production stocks;
- turnover period of accounts receivable;
- turnover period of monetary assets.

The following are proposed for the use of production non-current assets:

- fixed assets production return ratio;
- fixed assets production capacity ratio.

For the analysis of the efficiency of capital use of the operating manufacturing enterprise, the evaluation scores are divided into two groups: turnover indicators and indicators of return on capital.

The indicators of capital turnover are proposed to include the following:

- all used capital turnover ratio;
- equity capital turnover ratio;
- debt capital turnover ratio;
- financial loan turnover ratio;
- commodity credit turnover ratio;
- domestic payables turnover ratio;
- turnover period of all capital used;
- turnover period of equity capital;
- turnover period of loan;
- turnover period of financial credit;
- turnover period of commodity credit;
- turnover period of domestic payables.

The indicators of capital turnover are proposed to include the following:

- the level of return on all equity used;
- the level of return on equity;
- the effect of financial leverage.

In the article, the methods of determining the efficiency indicators of the financial resource use on the basis of current accounting standards have been specified.

The results of the analysis of the abovementioned indicators can be used to assess the efficiency of enterprises' financial resource use and its forecasting in the short-term perspective. Further studies of the theory and practice of financial resources management are promising.

РЕАЛІЗАЦІЯ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ПРОГНОЗУВАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ ПІД ЧАС УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

IMPLEMENTATION OF THE SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACH TO FORECASTING CRISIS PHENOMENA IN THE MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

У статті проведено апробацію розробленого науково-методичного підходу до прогнозування кризових явищ під час управління розвитком машинобудівного підприємства. Для прогнозування внутрішніх криз на промисловому підприємстві створено систему показників-індикаторів, залежно від прогнозів погіршення чи покращення яких оцінюються вірогідність кризи. Запропоновані моделі прогнозування різних складових кризових станів промислового підприємства враховують особливості внутрішніх та зовнішніх криз, які можуть загрожувати промисловому підприємству. Таким чином, промислове підприємство отримує підстави для подальшої розробки стратегії розвитку в умовах кризи.
Ключові слова: прогнозування, кризові явища, управління, розвиток, промислове підприємство, показники, індикатори, стратегія, модель.

В статье проведена апробация разработанного научно-методического подхода к прогнозированию кризисных явлений при управлении развитием машиностроительного предприятия. Для прогнозирования внутренних кризисов на промышленном предприятии создана система показателей-индикаторов, в зависимости от прогнозов ухудшения или улучшения которых оценивается вероятность кризиса. Предложенные модели прогнозирования различных

составляющих кризисных состояний промышленного предприятия учитывают особенности внутренних и внешних кризисов, которые могут угрожать промышленному предприятию. Таким образом, промышленное предприятие получает основы для дальнейшей разработки стратегии развития в условиях кризиса.

Ключевые слова: прогнозирование, кризисные явления, управление, развитие, промышленное предприятие, показатели, индикаторы, стратегия, модель.

In the article an approbation of the developed scientific-methodical approach to forecasting of crisis phenomena during the management of the development of the machine-building enterprise has been carried out. For forecasting internal crises in the industrial enterprise, a system of indicator indicators was created, depending on the predictions of deterioration or improvement of which the probability of the crisis is estimated. The proposed models of forecasting various components of the crisis states of the industrial enterprise take into account the peculiarities of internal and external crises that may threaten the industrial enterprise. Thus, the industrial enterprise receives grounds for further development of the development strategy in a crisis.

Key words: forecasting, crisis phenomena, management, development, industrial enterprise, figures, indicators, strategy, model.

УДК 330.34

Тарасова Г.О.

к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Київський національний університет
технології та дизайну

Постановка проблеми. Забезпечення своєчасності та точності прогнозування кризових явищ є одним з найскладніших завдань під час управління розвитком промислового підприємства. Фінансова криза є лише наслідком криз інших видів, зокрема технологічної, кадрової, логістичної, збутової.

Зовнішні кризи можуть бути результатом поступового розвитку або якісних стрибків. За поступового виникнення кризи зовнішнє середовище довго демонструє тенденцію до погіршення важливих для промислового підприємства показників. Криза внаслідок якісних стрибків виникає відносно миттєво, без поступового погіршення показників. Прогнозування таких стрибків є можливим лише за умови врахування науково-технічного прогресу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Залежно від першоджерела кризи розрізняється прогнозування внутрішніх та зовнішніх криз.

Універсальний механізм прогнозування кризових явищ соціально-економічного характеру запропоновано в роботах С. Бєлай та В. Лісіцина [1; 2], які вважають необхідним комбінування таких методів прогнозування, як адаптивні моделі прогнозування, метод ковзної середньої, метод екс-

поненціального згладжування, лінійна модель Брауна. Результати прогнозування в роботах [1; 2] пропонують збирати у сценарії розвитку кризових ситуацій, які можуть виникнути в Україні. Але слід відзначити, що в механізмі відсутній перелік, які саме індикатори або показники необхідно прогнозувати, щоби виявити кризові явища. Крім того, сумнівним є прогнозування, яке базується лише на залежності від часу, адже при цьому ігноруються впливи економічних суб'єктів та світового ринку.

Досить поширеним є прогнозування зовнішніх криз через циклічність, довгі хвилі Кондратьєва тощо. Так, у дослідженні Л. Сапєвої [3] головними чинниками глобальних криз вважаються демографічні цикли. Але при цьому недостатньо уваги приділяється прогнозуванню того, як саме ці цикли впливають на українську економіку.

Для прогнозування внутрішніх криз на промисловому підприємстві пропонується створити систему показників-індикаторів, залежності від прогнозів погіршення чи покращення яких оцінюються вірогідність кризи. Система показників-індикаторів базується на принципах побудови збалансованої системи показників з урахуванням особливостей

українських промислових підприємств, перш за все підприємств машинобудівної галузі.

Таким чином, є необхідність прогнозування кризових явищ під час управління промисловим підприємством. Під час прогнозування загально-економічних криз вітчизняні дослідники використовували систему індикаторів або аналіз економічних циклів. Але жоден із запропонованих методів не враховував взаємозв'язку між загальною кризою та кризою на промисловому підприємстві.

Постановка завдання. Метою статті є пропозиція варіантів практичної апробації розробленого науково-методичного підходу до прогнозування кризових явищ під час управління підприємством машинобудівної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під час прогнозування зовнішніх кризових станів, які впливають на промислове підприємство, головним напрямом дослідження є прогнозування ринку збуту [6]. Адже всі локальні кризові явища у зовнішньому середовищі, які розвиваються в економіці країни, зрештою, проявляються як криза в реальному секторі, коли падає попит на товари [8]. Принциповою різницею з точки зору промислового підприємства при цьому є лише те, чи є криза глобальною, тобто до неї залучено весь реальний сектор економіки, чи є вона галузевою, тобто спостерігається лише в окремій галузі.

Під час розроблення системи показників-індикаторів для прогнозування внутрішньої кризи спочатку за допомогою кореляційно-регресійного аналізу здійснюється апроксимація досліджуваної залежності [7]. Після цього до отриманої моделі додаються уточнення, які враховують впливи інших чинників, насамперед зміни в життєвому циклі підприємства та продукції. Імітаційна модель для прогнозування показників-індикаторів внутрішньої кризи промислового підприємства у форматі Power Sim Studio наведена на рис. 1.

Ця модель дає можливість розрахувати середньострокові прогнози показників-індикаторів, подальший аналіз яких за допомогою раніше описаної моделі для аналізу трендів збалансованої системи показників забезпечує встановлення того, якою є прогнозована динаміка показників промислового підприємства: позитивною або негативною. Наявність негативних трендів свідчить про можливість настання кризи. Крім того, ця імітаційна модель може використовуватись для перевірки сценаріїв подолання кризи та оцінювання вузьких місць промислового підприємства.

Методом підбору таких чинників, як, зокрема, графік модернізації обладнання, графік виробництва продукції, план реалізації продукції, можуть бути враховані вузькі місця на підприємстві, побудовані сценарії розвитку промислового підприємства в умовах кризи.

З точки зору відносин між підприємством як економічним суб'єктом та зовнішнім середовищем

головною є реалізація виробленої продукції. Економічна криза має прояв як загальне зниження економічної активності, що, зрештою, впливає на падіння попиту на продукцію підприємства. Тому головним напрямом прогнозування кризи є прогнозування обсягу попиту для його подальший аналіз.

Крім того, пропонується прогнозувати окремі показники вірогідності виникнення різних видів зовнішньої кризи, які можуть використовуватись як додаткові підстави для аналізування та розроблення заходів щодо розвитку промислового підприємства в умовах кризи.

Аналіз трендів ринку збуту пропонується здійснювати шляхом кореляційно-регресійного аналізу, причому за декількома стратами. Для формування страт пропонується використовувати метод кластеризації k-means, завдяки якому формуються страти ринків збуту з близькими характеристиками.

Для кластеризації промислової продукції з метою подальшого визначення страт ринків збуту пропонується використовувати такі характеристики, як, зокрема, тип продукції, потужність продукції, цінова категорія. Так, для ПАТ Інститут керамічного машинобудування «Кераммаш», яке виробляє термічне обладнання, встановлено такі характеристики під час здійснення кластеризації:

- тип палива промислової печі (електрична або газова);
- призначення промислової печі (термообробка металів, сушка та гартування, випал);
- потужність промислової печі (максимальна робоча температура);
- об'єм промислової печі;
- вартість промислової печі.

Аналіз фактичних даних щодо продажів промислових печей дав змогу встановити, що найкращі відстані між центрами кластерів досягаються під час розбивки на чотири кластери. В результаті отримано ринкові страти, наведені в табл. 1.

Прогнозування обсягу ринку для продукції ПАТ Інститут керамічного машинобудування «Кераммаш», яке базується на врахуванні розвитку суміжних галузей та їх впливі на кожну з важливих для виробника промислових печей ринкових страт, дало змогу встановити, що у 2018 р. очікується погіршення обсягів реалізації продукції майже за усіма стратами, окрім першої, обсяги реалізації за якою очікуються майже без змін (рис. 2).

Глобальну економічну кризу найбільш доцільно прогнозувати шляхом аналізування економічних циклів. Пропонується глобальну економічну кризу прогнозувати як попадання у нижню фазу хвиль економічних циклів або збіг декількох таких станів, що посилює кризу. З найбільш досліджених економічних циклів пропонується враховувати чотири:

- 1) цикли Кітчина (2–4 роки), які відображають затримки під час реагування виробничих підприємств на перевиробництво товарів;

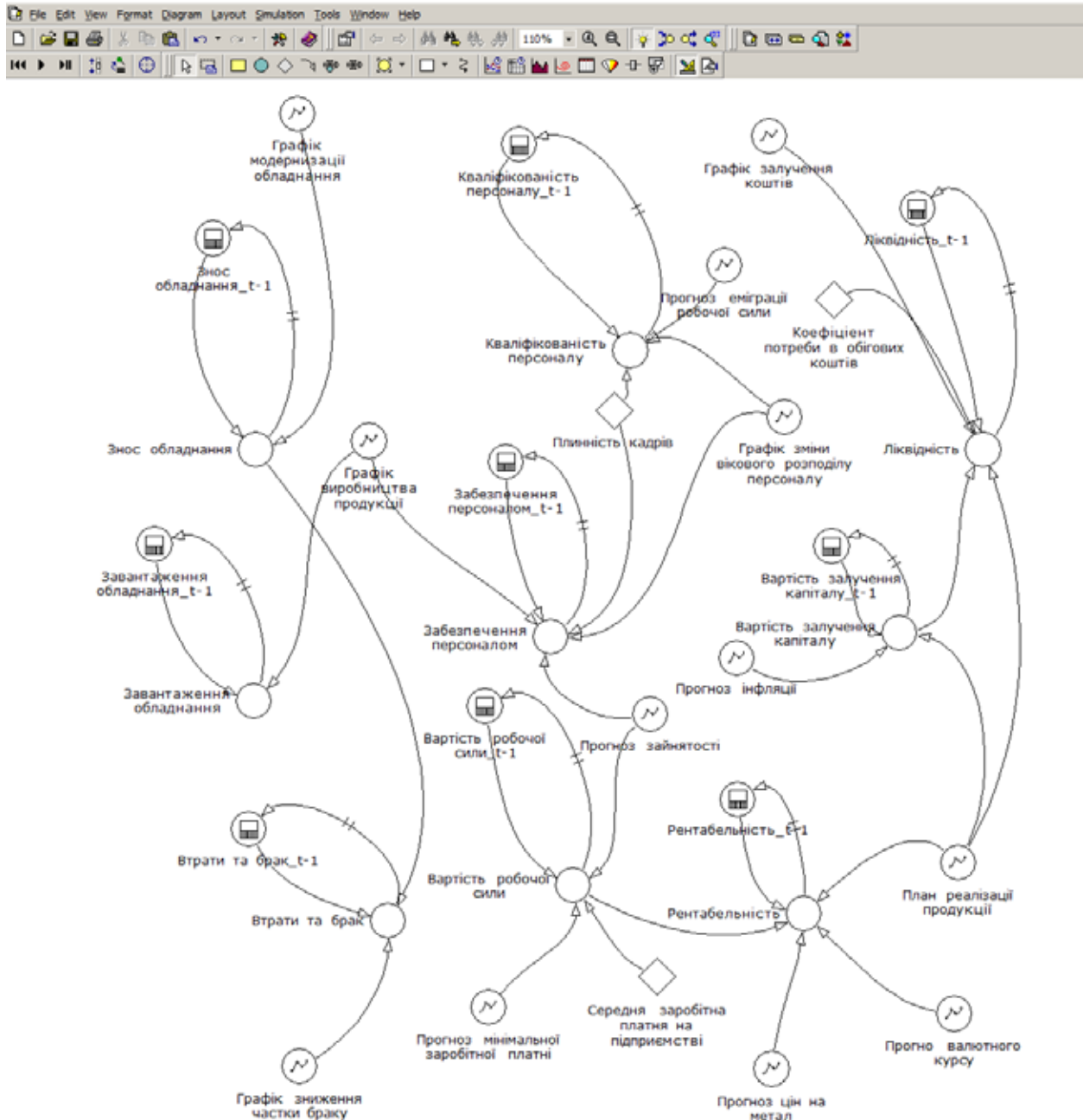


Рис. 1. Імітаційна модель прогнозування показників-індикаторів внутрішньої кризи промислового підприємства

Джерело: розробка автора

2) цикли Жюгляра (7–10 років), які відображають затримки між припливами та відпливами інвестиційного капіталу;

3) ритми Кузнеця (15–29 років), які відображають демографічні коливання;

4) довгі хвилі Кондратьєва (50–60 років), які відображають вплив науково-технічного прогресу та зміну структури виробництва.

Для прогнозування економічних циклів пропонується виходити з припущення, що загалом розвиток економіки має гладкий тренд, а відхилення

від прямої лінії обумовлено або економічними циклами, або непередбачуваними подіями, наприклад війною. Як показник, що характеризує стан економіки загалом, пропонується використовувати обсяг валового внутрішнього продукту. Для врахування економічних циклів доцільно використовувати метод Хольта-Вінтерса [9] (формула 1):

$$GDP_{t+p} = \left(\overline{GDP}_t + p \cdot Z_t^L \right) S, \quad (1)$$

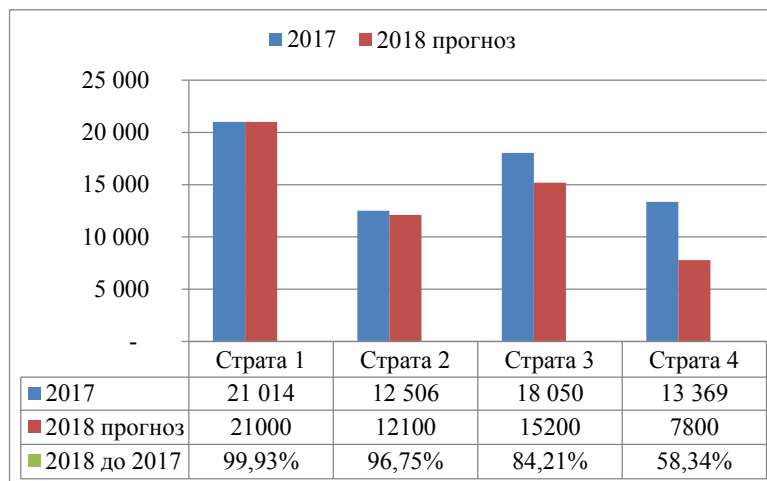
де GDP_{t+p} – прогноз ВВП на p періодів;

$\overline{GDP}_t$ – експоненціально згладжене значення ВВП;

Ринкові втрати під час прогнозування ринку збуту продукції
ПАТ Інститут керамічного машинобудування «Кераммаш»

Характеристика	Страта 1	Страта 2	Страта 3	Страта 4
Тип палива	Газова	Газова	Електрична	Електрична
Призначення	Термообробка металів, сушка та гартування	Термообробка металів, випал	Сушка та гартування	Термообробка металів, випал
Потужність	до 1 500	більше 2 000	до 1 000	більше 1 000
Об'єм	більше 200 л	до 200 л	більше 200 л	до 200 л
Вартість	більше 800 тис. грн.	менш 800 тис. грн.	більше 850 тис. грн.	менш 850 тис. грн.

Джерело: сформовано автором

Рис. 2. Результати прогнозування реалізації
ПАТ Інститут керамічного машинобудування «Кераммаш»
за ринковими втратами

Джерело: розраховано автором

 p – номер періоду, на який робиться прогноз; Z_t^L – трендове значення за останній період; S – коефіцієнт сезонності за той же період в останньому сезоні.

Прогноз за допомогою методу Хольта-Вінтерса може використовуватись для усіх видів економічних циклів, при цьому змінюється коефіцієнт згладжування, який залежить від довжини економічного циклу.

Галузеві економічні кризи пропонується прогнозувати через аналіз можливостей якісних стрибків та аналіз наслідків локальних криз в інших галузях.

Прогноз можливостей якісних стрибків здійснюється шляхом формалізації експертних оцінок поточного становища у галузі та досліджень вдосконалення продукції та технологій, що використовуються в галузі, до якої відноситься промислове підприємство. Прогноз якісних стрибків здійснюється за допомогою моделі (формула 2):

$$Q = \max \left(\frac{v^S \sum_e w_e^S S_e}{6}, \frac{v^T \sum_e w_e^T T_e}{6}, \frac{v^M \sum_e w_e^M M_e}{5} \right), \quad (2)$$

де Q – прогноз виникнення якісних стрибків, які можуть спровокувати кризу на промисловому підприємстві;

v^S – частка результатів діяльності промислового підприємства, яка залежить від якісних стрибків у сфері товарів-субститутів;

v^T – частка результатів діяльності промислового підприємства, яка залежить від якісних стрибків у сфері технологій;

v^M – частка результатів діяльності промислового підприємства, яка залежить від якісних стрибків у сфері;

w_e^S – вага е-го експерта щодо аналізу розвитку товарів-субститутів, які можуть замінити продукцію промислового підприємства;

w_e^T – вага е-го експерта щодо аналізу розвитку технологій виробництва, які використовуються на промисловому підприємстві;

w_e^M – вага е-го експерта щодо аналізу розвитку маркетингових комунікацій, які можуть вплинути на промислове підприємство;

S_e – прогноз е-го експерта щодо можливості виникнення товарів-субститутів;

T_e – прогноз е-го експерта щодо можливості виникнення альтернативних технологій виробництва;

M_e – прогноз е-го експерта щодо можливості виникнення альтернативних маркетингових комунікацій.

З усіх напрямів оцінювання якісних стрибків, що можуть викликати кризу, достатньо вибрати один, за якого загроза найбільша, щоб оцінити силу кризи, але для подальшого розроблення заходів щодо розвитку промислового підприємства в умовах кризи потрібні усі прогнози. Кількісні та якісні оцінки, які надають експерти щодо можливості виникнення якісних змін, що несуть загрози кризи, наведено в табл. 2.

Згідно з оцінками експертів ПАТ Інститут керамічного машинобудування «Кераммаш» існує загроза якісних стрибків у сфері технологій виробництва та товарів, а саме впровадження конкурентами більш економічних регенеративних горілок, які суттєво покращують характеристики промислової печі. Можливе освоєння виробництва таких горілок конкурентами ПАТ Інститут керамічного машинобудування «Кераммаш» дасть їм змогу отримати перевагу на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Таблиця 2

Шаблон експертних висновків щодо можливості якісних стрибків

Критерій	Експертний висновок	Кількісна оцінка
Можливість появи товарів-субститутів із суттєво кращими характеристиками	Неможливо у стратегічній перспективі	0
	Можливо через 1–2 роки	1
	З'явиться через 1–2 роки	3
	Вже існують	6
Можливість появи технологій виробництва із суттєво кращими характеристиками	Неможливо у стратегічній перспективі	0
	Можливо через 1–2 роки	1
	З'явиться через 1–2 роки	3
	Вже існують	6
Можливість змін у маркетингових комунікаціях	Неможливо у стратегічній перспективі	0
	Можливо через 1–2 роки	1
	З'явиться через 1–2 роки	2
	Вже існують	5

Джерело: сформовано автором

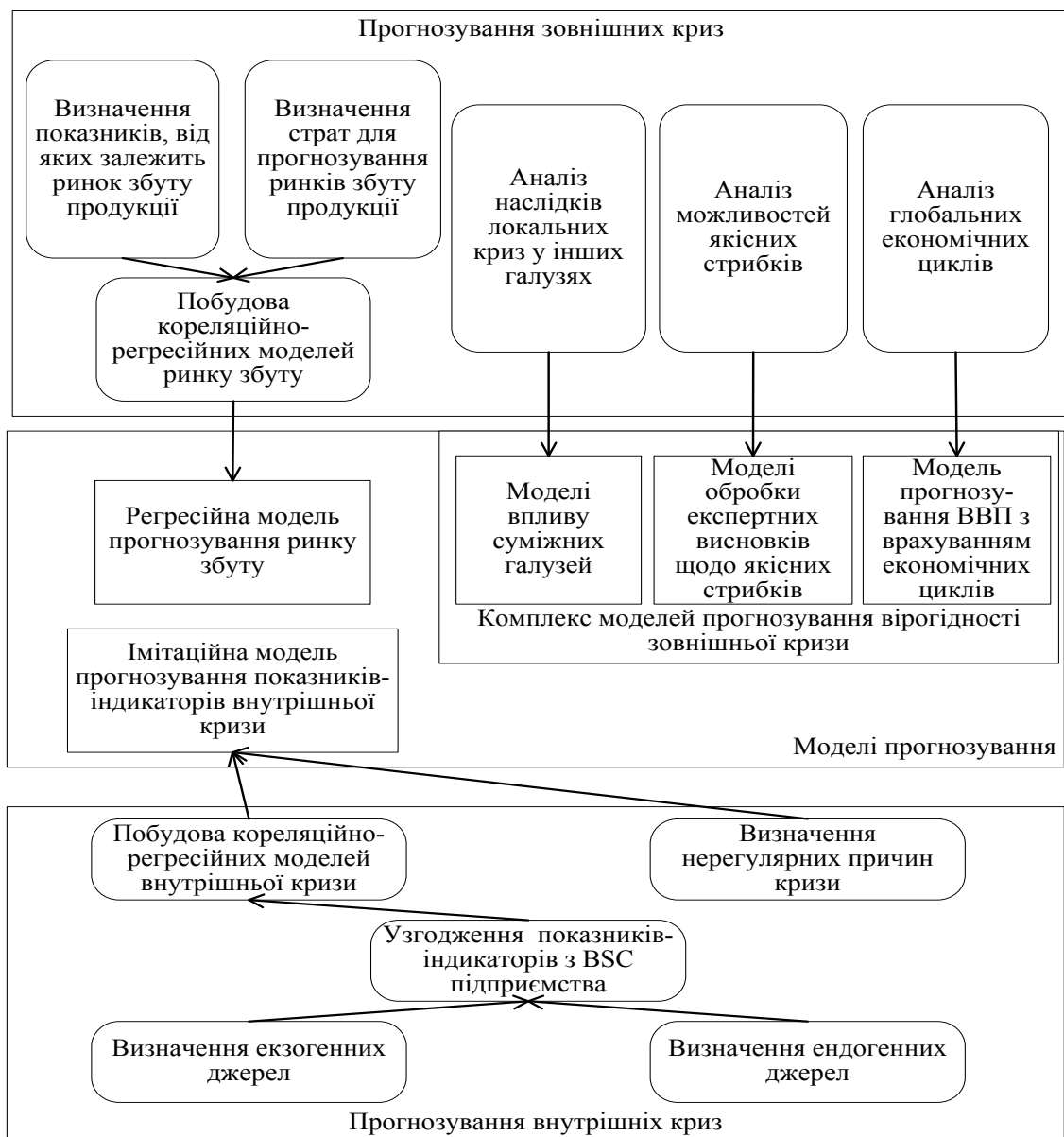


Рис. 3. Послідовність розробки системи прогнозування кризи під час управління розвитком промислового підприємства

Джерело: сформовано автором

Аналіз наслідків локальних криз у інших галузях – це дослідження того, як функціонування суміжних галузей впливає на ту галузь, в якій працює промислове підприємство. Для ПАТ Інститут керамічного машинобудування «Кераммаш» такими галузями є:

- металургійне виробництво;
- виробництво готових металевих виробів, крім машин та устаткування;
- виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції (виробництво скла та виробів зі скла, керамічних виробів, кахлю, черепиці, виробів із випаленої глини й теракоти, цементу та гіпсових сумішей, від сировини до готових виробів).

Розрахована залежність між обсягом реалізації продукції у галузі «Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань», до якої відноситься продукція ПАТ Інститут керамічного машинобудування «Кераммаш», та трьома вищезгаданими галузями має такий вигляд (формула 3):

$$R^{28} = 391,9 + 0,0856R^{23} + 0,0496R^{24} + 0,6851R^{25}, \quad (3)$$

де R^{28} – обсяг реалізації продукції галузі КВЕД «28-Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань»;

R^{23} – обсяг реалізації продукції галузі КВЕД «23-Виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції»;

R^{24} – обсяг реалізації продукції галузі КВЕД «24-Металургійне виробництво»;

R^{25} – обсяг реалізації продукції галузі КВЕД «25-Виробництво готових металевих виробів, крім машин і устаткування».

Ця модель може використовуватись для врахування впливу суміжних галузей за умов наявності прогнозів за цими галузями, наданих зовнішніми джерелами. Так, прогнози щодо металургійного виробництва та виробництва готових металевих виробів, крім машин і устаткування, надають спеціалізовані видання та біржі, як українські [4], так і світові [5].

Таким чином, вищезгадані заходи розроблення системи прогнозування внутрішніх та зовнішніх криз промислового підприємства здійснюються згідно зі схемою, наведеною на рис. 3.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, комбінування прогнозування внутрішніх та зовнішніх криз надає промислового підприємству підстави для подальшого розроблення стратегії розвитку в умовах кризи. Запропоновані моделі та методи складають науково-методичний підхід до прогнозування кризових явищ під час управління розвитком промислового підприємства, в основу якого покладено врахування особливостей внутрішніх та зовнішніх криз, що можуть загрожувати промислового підприємству. Використання цього підходу на промислового підприємстві дає можливість виявити загрозу різних видів кризових явищ та оцінити вплив кризи на прогноз реалізації продукції промислового підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Белаї С. Механізм державного прогнозування кризових явищ соціально-економічного характеру. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 6. С. 122–127.
2. Белаї С., Лісіцин В. Модифікація методу k-середніх кластерного аналізу у задачах прогнозування кризових явищ соціально-економічного походження. Збірник наукових праць Національної академії Національної гвардії України. 2014. Вип. 2. С. 29–34.
3. Сапаева Л. Глобальные прогнозы и кризисное общество. Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки. 2013. Т. 18. Вип. 2(2). С. 11–17.
4. Металлоторговий портал. URL: <https://www.metalika.ua>.
5. Trading Economics. Commodity – Forecast – 2018–2020. URL: <https://tradingeconomics.com/forecast/commodity>.
6. Hroznyi I., Tarasova H. Economic security management of the industrial enterprise in the terms of crisis. Економіка і управління. 2017. № 4(77). С. 45–56.
7. Животенко В. Особливості формування системи індикаторів розвитку кризових явищ на підприємстві. Проблеми і перспективи розвитку підприємства. 2014. № 2(2). С. 162–166.
8. Кулаковська Т. Методичні підходи до аналізу та прогнозування кризового стану підприємств. Економіка харчової промисловості. 2014. № 3. С. 12–17.
9. Петерс Э. Хаос и порядок на рынках капитала. Новый аналитический взгляд на циклы, цены и изменчивость рынка. Москва: Мир, 2000. 333 с.

REFERENCES:

1. Belay S. (2015) The mechanism of state forecasting of crisis phenomena of socio-economic character. Investments: practice and experience. № 6. P. 122–127.
2. Belay S. (2014) Modification of the method of k-medium cluster analysis in problems of prediction of crisis phenomena of socio-economic origin. Collection of scientific works of the National Academy of the National Guard of Ukraine. Vol 2. P. 29–34.
3. Sapayeva L. (2013) Global forecasts and crisis society. (2013) Bulletin of the Odessa National University. Sociology and political science. Vol. 18, Vol. 2(2). P. 11–17.
4. Metal trading salary. [Electronic resource]. Access mode: <https://www.metalika.ua>.
5. Trading Economics. Commodity – Forecast – 2018–2020. [Electronic resource]. Access mode: <https://tradingeconomics.com/forecast/commodity>.
6. Hroznyi I. (2017) Economic security management of the industrial enterprise in the terms of crisis / I. Hroznyi, H. Tarasova / Economics and Management. – Scientific Journal. No. 4(77). P. 45–56.
7. Zhivotenko V. (2014) Features of forming a system of indicators for the development of crisis phenomena in the enterprise. Problems and prospects of entrepreneurship development. No. 2(2). P. 162–166.
8. Kulakovskaya T. (2014) Methodical approaches to the analysis and forecasting of the crisis state of enterprises. Economy of the food industry. No. 3. P. 12–17.
9. Peters E. (2000) Chaos and order in capital markets. New analytical view of cycles, prices and market variability. M.: Mir, 333 p.

Tarasova H.O.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit
Kyiv National University of Technologies and Design

**IMPLEMENTATION OF THE SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACH
TO FORECASTING CRISIS PHENOMENA IN THE MANAGEMENT
OF THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES**

In the article, an approbation of the developed scientific-methodical approach to forecasting of crisis phenomena during the management of the development of the machine-building enterprise was conducted. In order to forecast internal crises in the industrial enterprise, a system of indicators was created, depending on the predictions of deterioration or improvement of which the probability of the crisis is estimated. The proposed models of prediction of various components of the crisis states of the industrial enterprise take into account peculiarities of internal and external crises that could threaten the industrial enterprise. Thus, the industrial enterprise gets the basis for further development of the development strategy in the crisis conditions.

Thus, combining forecasting of internal and external crises gives the industrial enterprise the basis for further development of the development strategy in a crisis. The proposed models and methods constitute a scientific and methodical approach to forecasting crisis phenomena in managing the development of an industrial enterprise, which is based on taking into account the features of internal and external crises that could threaten the industrial enterprise. The use of this approach in an industrial enterprise makes it possible to identify the threat of various types of crisis phenomena and to assess the impact of the crisis on the forecast of sales of industrial enterprises.

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ФАКТОР
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВINNOVATIVE MARKETING AS A FACTOR
OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

УДК 339.138

Чернявська Є.І.д.е.н., професор кафедри
економіки та підприємництва
Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Дала
(м. Сєвєродонецьк)**Маслош О.В.**к.х.н., доцент кафедри
економіки та підприємництва
Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Дала
(м. Сєвєродонецьк)**Касаткіна М.В.**старший викладач кафедри
економіки та підприємництва
Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Дала
(м. Сєвєродонецьк)

У статті розглянуто інноваційний маркетинг як фактор конкурентоспроможності підприємств. Обґрунтовано, що реальний розвиток ринкової економіки є неможливим без участі держави. Розглянуто роль держави на різних етапах розвитку ринкової економіки. Досліджено коло факторів, які впливають на прибутковість підприємства. Визначено, що інновації в рамках маркетингових стратегій сьогодні є головною умовою отримання довгострокового прибутку.

Ключові слова: маркетинг, інновації, ринкова економіка, конкурентоспроможність, підприємство.

В статье рассмотрен инновационный маркетинг как фактор конкурентоспособности предприятий. Обосновано, что реальное развитие рыночной экономики невозможно без участия государства. Рассмотрена роль государства на различных этапах развития рыночной экономики. Исследован

круг факторов, влияющих на прибыльность предприятия. Определено, что инновации в рамках маркетинговых стратегий сегодня являются главным условием получения долгосрочной прибыли.

Ключевые слова: маркетинг, инновации, рыночная экономика, конкурентоспособность, предприятие.

The article considers innovative marketing as a factor of enterprise competitiveness. It is substantiated that the real development of the market economy is impossible without the participation of the state. The role of the state at various stages of development of a market economy is considered. The range of factors influencing the profitability of the enterprise was investigated. It is determined that innovation within the framework of marketing strategies for today is the main condition for obtaining long-term profit.

Key words: marketing, innovation, market economy, competitiveness, enterprise.

Постановка проблеми. В умовах глобальних можливостей і викликів переходу розвинутих країн до Стратегії сталого розвитку проблеми конкурентоспроможності підприємств, які працюють на ринках недосконалої конкуренції, зберігають свою актуальність. Водночас в переліку факторів, що забезпечують необхідний для прибуткового розвитку компаній рівень конкурентоспроможності підприємств, з'явилися нові інноваційні фактори, серед яких вагоме місце посідають фактори інноваційного маркетингу. Для України забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств є напрямом подолання системної кризи в економіці, зумовленої насамперед прорахунками в характері ринкових реформ. Нагальною проблемою є усвідомлення необхідності застосування сучасної технології конкурентоспроможності та прибутковості підприємств, якою є інноваційний маркетинг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі проблеми конкурентоспроможності підприємств розглядаються перш за все в контексті ефективності виробництва, в рамках теорії позиціонування та конкурентних переваг М. Портера. Визначенню та подоланню проблем конкурентоспроможності українських підприємств присвячені праці Ю.Б. Іванова, Т.М. Кулініч, Л.В. Соколової, Г.М. Скударя та інших науковців. В контексті факторного аналізу конкурентоспроможності підприємств важлива роль відводиться інноваціям та маркетингу. Але дослідження загалом не мають системного характеру, що пов'язане з недооцінкою закономірностей розвитку реальної ринкової економіки, її специфіки на

етапі панування ринків недосконалої конкуренції. Подолання системної кризи в економіці України та забезпечення реалізації Стратегії сталого розвитку об'єктивно зумовлюють увагу до інноваційного маркетингу як найважливішого елементу конкурентоспроможності підприємств.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд інноваційного маркетингу як сучасної технології конкурентоспроможності підприємств, що працюють на ринках недосконалої конкуренції, в контексті реального розвитку ринкової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття інноваційного маркетингу, як і поняття конкурентоспроможності підприємств, є категорією сучасного етапу розвитку ринкової економіки, періоду панування ринків недосконалої конкуренції. Однак необхідно підкреслити, що на цьому етапі сутнісні риси ринкової економіки повністю зберігають своє значення, тому далі розглядаються найбільш важливі її характеристики.

По-перше, згідно з поширеним твердженням, ринкова економіка – це саморегульована економіка. Без втручання держави вона найкращим чином може задовольняти потреби споживачів, стимулювати науково-технічний прогрес, відбудувати ефективність структури економіки тощо. Саме на підставі цього погляду головним напрямом ринкових реформ в Україні, як і в інших республіках колишнього Радянського Союзу, стало наполегливе позбавлення держави економічних функцій. Теоретично ринкову економіку справді можна представити як саморегульовану економіку, однак у рамках практики ринкова економіка

ніколи не розвивається без участі держави. Безперечно, на різних етапах розвитку ринкової економіки роль держави не є однаковою, однак вона завжди є важливою.

Ринкова економіка стала активно розвиватися ще в останній період феодального способу виробництва. Однак тільки буржуазна революція через надання юридичної свободи всім громадянам, свободи підприємництва, стабільного розвитку грошової системи створила умови для розвитку найманої праці та перетворення ринкової економіки на типову форму суспільного виробництва. Держава перш за все створює економічний простір для діяльності підприємств. Проте, підкреслюючи невід'ємну роль держави в розвитку реальної ринкової економіки, враховуємо те, що ринкова економіка – це економіка приватних осіб. Відособленість виробників на базі суспільного поділу праці обумовлює обмін продуктами праці як товарами. Обмін товарами здійснюється на підставі закону вартості. При цьому реалізується специфікація прав власності на всі ресурси, а також відбувається розподіл доданої вартості. Розподіл доданої вартості за законом вартості складає підґрунтя формування ємності національного ринку (обсяг платоспроможного попиту), визначає умови відтворення факторів виробництва та подальший розвиток процесу праці, виробництва.

В разі порушення об'єктивних правил розподілу доданої вартості за законом вартості, тобто встановлення правил розподілу доданої вартості на користь окремих учасників, в суспільстві виникають та починають активно діяти деструктивні для розвитку самої ринкової економіки та суспільства сили. Порушення об'єктивних законів ринкової економіки можуть здійснюватися державою (високі податки, занижений рівень прожиткового рівня та мінімальної заробітної плати, несприятливі умови підприємницької діяльності, ускладнення ліцензування, різні перевірки, необґрунтована політика протекціонізму або фритредерства тощо) або групою осіб (монополізація ринку праці, монополізація окремих ринків, банківської системи тощо). Монополізація порушує закони розвитку ринкової економіки. Це ще раз доводить, що ефективний розвиток ринкової економіки в практичному плані потребує відповідної ролі держави.

По-друге, вважається, що ринковій економіці притаманні внутрішня динаміка, економічне зростання економіки. Розуміння динаміки також не є простим та однозначним. Вперше проблеми динаміки в розвитку капіталістичного способу виробництва були поставлені К. Марксом. Він довів, що перетворення частини доданої вартості в новий капітал приймає форму накопичення капіталу, історичними тенденціями якого є усупільнення виробництва та виникнення передумов переходу до нового способу виробництва [1, с. 770–773].

В контексті організаційно-економічних відносин вагомий внесок у створення теорії динамічного розвитку ринкової економіки зробив Й. Шумпетер. Створення теорії економічного розвитку Й. Шумпетером відбувалося в період переходу капіталізму до монополістичної стадії розвитку. Друга промислова революція створила необхідні матеріально-технічні передумови для переходу до монополії та панування ринків недосконалої конкуренції. За таких умов промислові корпорації розпочинають активно здійснювати свою діяльність на національних і світових ринках, отримувати монополні прибутки, вносять серйозні зміни у фактори ефективності економічної діяльності. Монополії через розвиток науково-технічного прогресу, нові форми організації виробництва та підприємств створюють умови для масштабного виробництва, розширюючи межі капіталізму до світових ринків. Але монополії мають подвійну природу. Вони можуть розподіляти та перерозподіляти додану вартість на свою користь, викликаючи процеси економічної ентропії. Позитивні сторони монополії у Й. Шумпетера були втілені в поняття підприємництва, можливості ефективного розвитку, тобто комбінації факторів виробництва. Нові комбінації факторів виробництва отримали назву нововведення або інновацій. В часи Й. Шумпетера це поняття охоплювало п'ять випадків:

1) виготовлення нового, тобто невідомого споживачам, блага або створення нової якості того чи іншого блага, введення на ринок нового товару (товару, з яким не знайомий споживач, або товару нового виду);

2) впровадження нового, тобто для цієї галузі промисловості ще практично невідомого, методу (способу) виробництва, в основі якого не обов'язково лежить нове наукове відкриття і який може втілюватися також у новому способі комерційного використання відповідного товару;

3) відкриття та освоєння нового ринку збуту, тобто такого ринку, на якому ця галузь промисловості цієї країни ще не була представлена, незалежно від того, чи існував цей ринок раніше;

4) одержання нового джерела сировини або напівфабрикатів;

5) проведення відповідної реорганізації, наприклад забезпечення монопольного положення (завдяки створенню треста) або підлив монопольного положення іншого підприємства [2, с. 159].

Однак розвиток монополії за вказаними напрямками став можливим лише завдяки провадженню державного антимонопольного регулювання у формі антитрестовських законів, спрямованих на запобігання її паразитарній природі. Слід підкреслити, що втручання держави в регулювання економічних процесів стало більш глибоким. Держава почала перетворюватися на одного із суб'єктів виробничих відносин.

Після Другої світової війни економічний простір підприємств розвинутих країн знову суттєво змінився. Формування світової системи соціалізму, криза й розпад колоніальної системи імперіалізму суттєво зменшили економічний простір діяльності міжнародних компаній. Стратегія розвитку на підставі методу логічних приростів, тобто планування діяльності від досягнутого, як відзначає І. Ансофф, вже не могла забезпечити прибутковості компанії, тому потрібні були нові технології управління та нові довгострокові плани розвитку [3, с. 202]. Це зауваження відноситься перш за все до компаній, які діяли в традиційних галузях бізнесу, а саме сталеливарної промисловості, верстатобудування та виробництва сільськогосподарської техніки. Щодо компаній, породжених науково-технічною революцією, то вони вже від самого початку орієнтувались на новітні технології організації та управління компаніями. Комплексною назвою новітніх технологій організації та управління підприємствами ринків недосконалої конкуренції стали поняття конкурентних стратегій, конкурентних переваг, конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємств є складним та системним утворенням. Важливу роль у формуванні теорії конкурентоспроможності або конкурентних переваг відіграли роботи М. Портера, який обґрунтував два методологічні принципи. За першого принципу конкурентна стратегія підприємства повинна мати своїм підґрунтям всебічне знання структури галузі та процеси її змін. В будь-якій галузі економіки незалежно від того, діє вона тільки на внутрішньому ринку чи на зовнішньому, сутність конкуренції визначають п'ять сил: 1) загроза появи нових конкурентів; 2) загроза виробництва замінників (товарів чи послуг); 3) спроможність постачальників торгуватися; 4) спроможність покупців торгуватися; 5) суперництво вже наявних конкурентів між собою. За другого принципу конкурентоспроможність залежить від того, як підприємство організує та виконує окремі види діяльності, утворюючи ланцюжок цінності [4, с. 52–59]. Отже, ці два методологічні принципи виступають основою побудови конкурентоспроможної моделі розвитку реального підприємства, яке працює на ринку недосконалої конкуренції.

Конкурентоспроможність підприємства виявляється через конкурентоспроможність товару, тобто здатність товару задовольнити потреби споживачів за визначеною ціною, що дає змогу отримати на підставі цього необхідний для розвитку економічної діяльності прибуток. Якщо на початку становлення ринків недосконалої конкуренції головною умовою отримання корпораціями прибутків була організація масштабного виробництва, то з середини 60-х років головна роль в отриманні цих прибутків переходить до факторів ринкового середовища, вивчення ринкових процесів, всього

комплексу поведінки споживачів. Маркетинг на рівні підприємств стає тією технологією, яка визначає правила організації ефективного виробництва в умовах панування п'яти конкурентних сил.

В подальшому зміни в розвитку продуктивних сил, в моделях розвитку економіки та бізнесу зумовили появу нових функцій держави. Під дією зазначених факторів держава стала суб'єктом системи виробничих відносин. Вона стала могутнім власником засобів виробництва, почала перерозподіляти через механізми держбюджету від 35% (США) до 50% (країни Європи) доданої вартості, вирішуючи питання платоспроможного попиту, необхідного для розвитку національного ринку. В контексті злагоди й добробуту суспільства держава на основі законодавства стала втручатись у відносини між трудом і капіталом, приділяти велику увагу підготовці сучасної робочої сили, регулюванню міжнародних зв'язків бізнесу тощо. Приватно-державне партнерство, соціальне партнерство стали організаційними формами подальшого прогресу виробничих відносин, що створило необхідні умови для подальшого прогресивного розвитку продуктивних сил та науково-технічної революції.

На рівні підприємств маркетинг стає технологією організації ефективного виробництва. Як технологія маркетинг визначає стратегію економічної діяльності підприємств в такому алгоритмі:

- 1) перелік товарів (послуг), що виводяться на ринок з позначенням їх цін;
- 2) визначення сегменту ринку та споживачів, для яких виробляються товари;
- 3) визначення каналів руху продукції до споживачів;
- 4) визначення методів впливу на поведінку споживачів з метою збільшення обсягів продажів, долі ринку;
- 5) проблеми післяпродажного обслуговування, якщо це необхідно (хто це буде здійснювати);
- 6) визначення результатів економічної діяльності на підставі маркетингу і необхідних від корпорацій для цього витрат.

Кінець XX – початок XXI ст. в розвитку ринкової економіки характеризується новими тенденціями та змінами. Перш за все йдеться про становлення та розвиток нової (постіндустріальної, інформаційної) економіки, причому в глобальному вимірі. Стрижнем цієї економіки є знання. Через це сьогодні нову економіку все частіше визначають як економіку знань. Вона є вищою стадією інтенсивного шляху відтворення суспільного виробництва, розвитку підприємницької діяльності, вирішення питань покращення добробуту країни та громадян.

Дослідження показують, що за своєю природою знання швидко оновлюються. Втілюючись у новий товар або послугу, нове знання приводить до виникнення інновацій. Економіка знань постійно генерує інновації, тобто перетворює нові

знання на нові духовні та матеріальні цінності, товари та послуги. Інновації пронизують соціальні, економічні, організаційні, політичні та інші відносини. Тому економіку знань можна визначити як інноваційну. Інноваційність – стрижень економіки знань. Технологією організації та управління на рівні конкурентоспроможності підприємств стає інноваційний маркетинг, тобто організація й управління підприємствами як ринковими структурами будуються за технологією маркетингу, а ланцюжок цінності формується на підставі інновацій, причому на формування доданої вартості впливають як фактори продуктивних сил, так і чинники виробничих відносин.

Формування економіки знань – один з найважливіших напрямів економічної політики в усіх розвинутих країнах світу. Необхідно підкреслити, що перехід до економіки знань продукується декількома факторами. Разом з розвитком продуктивних сил, науково-технічним прогресом важливу роль у необхідності переходу до економіки знань відіграють нові виклики. Цими викликами стали глобальні проблеми, серед яких одне з вагоміших місць посідають проблеми охорони навколишнього природного середовища в широкому плані. Сьогодні проблеми екології набувають актуальності не тільки щодо стану природного середовища, але й стосовно технологій виробництва, якості товарів, їх зберігання, впливу на здоров'я людини тощо.

Як і раніше, новий етап розвитку ринкової економіки пов'язаний з переосмисленням та змінами в ролі та політиці держави. Шляхом обговорень на рівні міжнародних зустрічей та конференцій доведено, що ефективний розвиток сучасної економіки, суспільства, громад, людини є можливим за умов втілення в життя та організацію економічної діяльності Концепції сталого розвитку.

Концепція сталого розвитку ґрунтується на узгодженості інтересів усіх громадян нинішніх і майбутніх поколінь. Вона формувалась поступово й стала результатом осмислення сучасних закономірностей розвитку та вирішення проблем (економічних, соціальних, екологічних) навколишнього середовища людини. Сталий розвиток – це керований розвиток. Застосування системного підходу та інформаційних технологій дає змогу швидко моделювати варіанти напрямів розвитку, з високою точністю прогнозувати їх результати та вибирати найбільш ефективний. Тому Концепція сталого розвитку виходить з того, що процеси узгодженості інтересів суб'єктів соціальних відносин та учасників економічної діяльності повинні складати основу основ і сутність соціально-економічного прогресу та розвитку країн [5].

Концепція сталого розвитку рекомендована міжнародними організаціями, що діють під егідою ООН, як базова модель соціально-економічного розвитку та екологічної безпеки. Такі країни, як

США, Японія, держави Європейського Союзу, вже стали на шлях сталого розвитку [6]. Саме в рамках Концепції сталого розвитку інноваційний маркетинг набуває особливої сили як технологія, фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Маркетинг на основі інновацій науково-технічного характеру, тобто знань про природу та цінності людини, сучасні форми комунікацій, стосунків, технологій виготовлення продукції, місця та ролі персоналу у вирішенні питань якості продукції та її ефективності, соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством за результати своєї діяльності дає надійну основу для організації конкурентоспроможного виробництва, вирішення проблеми конкурентоспроможності підприємств та отримання прибутку.

Україна офіційно підтримує міжнародні рішення щодо втілення в життя Концепції сталого розвитку, проте досі не має загальнонаціонального плану втілення ідей Концепції в життя. Причина цього, можливо, лежить в площині того, що Україна ще чітко не визначилася з моделлю економічного розвитку, чому, на наш погляд, заважає неправильне визначення функцій держави в рамках розвитку реальної ринкової економіки, сучасного етапу ринкової трансформації економіки. Вказані фактори спотворюють умови перебування економіки України в кризовому стані та не дають змогу повною мірою використовувати інноваційний маркетинг як забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Використання інноваційного маркетингу як фактору конкурентоспроможності українських підприємств пов'язане перш за все зі змінами природи влади, суб'єктивацією виробничих відносин. Панівною формою в організації влади й бізнесу повинні стати інклюзивні політичні та інклюзивні економічні інститути [6]. Також повинні бути чітко визначені економічні функції держави. За таких умов розробка конкурентоспроможних моделей розвитку підприємств, які працюють на ринках недосконалої конкуренції, стане звичайною справою відповідних економічних фахівців.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження показує, що:

- реальний розвиток ринкової економіки є неможливим без участі держави, однак держава, створюючи умови для розвитку ринкової економіки, не повинна порушувати її законів;
- на кожному історичному етапі розвитку ринкової економіки роль та функції держави не є однаковими, однак завжди є вагомими; після Другої світової війни держава об'єктивно набула сталої форми суб'єкта системи виробничих відносин;
- в 60-х роках минулого століття розвиток науково-технічного прогресу та докорінні зміни в системі, перш за все міжнародних відносин, поставили традиційні міжнародні корпорації перед пошуком нових моделей та технологій забезпе-

чення довгострокової конкурентоспроможності та отримання прибутку; технологією розробки та управління конкурентоспроможністю підприємств став маркетинг;

- перехід до економіки знань, стрижнем якої є інновації, формує інноваційний маркетинг як фактор конкурентоспроможності підприємств;

- Україна перебуває на початковому етапі використання інноваційного маркетингу як фактору конкурентоспроможності підприємств; можливості повного використання потребують змін у природі влади, переходу до інклюзивних інститутів організації влади, чіткого означення економічних функцій держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии: в 3 т. / предисл. Ф. Энгельса; пер. И.И. Скворцова-Степанова. Москва: Политиздат, 1969. Т. 1. Кн. 1: Процесс производства капитала. 907 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития / пер. с нем. / под общ. ред. А.Г. Милейковского. Москва: Прогресс, 1982. 453 с.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 416 с. (Серия «Теория и практика менеджмента»).
4. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ.; под ред. и с предисл. В.Д. Щетинина. Москва: Международные отношения, 1993. 896 с.
5. Чернявська Є.І. Щодо узгодженості та гармонізації інтересів учасників економічної діяльності. Вісник Східноукраїнського національ-

ного університету імені Володимира Даля. 2016. № 6(230). С. 218–223.

6. Аджемоглу Д., Робинсон Дж.А. Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты / пер. с англ. Д.В. Литвинова, П.И. Миронова, С.П. Сановича. Москва: АСТ, 2016. 693 с.

REFERENCES:

1. Marks K. Kapital. Kritika politicheskoy ekonomii: v 3-kh t. / K. Marks ; predisl. F. Engel'sa; per. I.I. Skvortsova-Stepanova. – M.: Politizdat, 1969. T. 1. Kn. 1: Prot-sess proizvodstva kapitala. – 907 s. (in Russian).
2. Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvi-tiya: per. s nemetskogo / Y. Shumpeter; pod obshch. red. Akademika A.G. Mileykovskogo. – M.: Progress, 1982. – 453 s. (in Russian).
3. Ansoff I. Novaya korporativnaya strategiya / I. Ansoff. – SPb.: Piter, 1999. – 416 s. – (Seriya "Teoriya i praktika menedzhmenta") (in Russian).
4. Porter M. Mezhdunarodnaya konkurentsia: per. s angl. / M. Porter; pod red. i s predisl. V.D. Shchetinina. – M.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1993. – 896 s. (in Russian).
5. Cherniavska Ye.I. Shchodo uzghodzhnosti ta har-monizatsii interesiv uchasnykiv ekonomichnoi diialnosti / Ye.I. Cherniavska // Visnyk Shchidnoukrainskoho natsional-noho universytetu imeni Volodymyra Dalia. – № 6(230). – Sievierodonetsk: SNU im. V. Dalia, 2016. – S. 218–223.
6. Adzhemoglu D. Pochemu odni strany bogatye, a drugie bednye. Proiskhozhdenie vlasti, protsvetaniya i nishchety / D. Adzhemoglu, Dzh.A. Robinson; per. s angl. D.V. Litvinova, P.I. Mironova, S.P. Sanovicha. – M.: AST, 2016. – 693 s. (in Russian).

Cherniavs'ka Ye.I.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at Department of Economics and Entrepreneurship
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University
(Sievierodonetsk)

Maslosh O.V.

Candidate of Chemical Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics and Entrepreneurship
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University
(Sievierodonetsk)

Kasatkina M.V.

Senior Instructor at Department of Economics and Entrepreneurship
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University
(Sievierodonetsk)

INNOVATIVE MARKETING AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Competitiveness of enterprises depends on certain factors, the list of which varies depending on the change of the external and internal environment. In the current conditions of the national economy, there is an urgent need to make changes in the technology of competitiveness and profitability of the enterprise through the use of innovative marketing.

In the course of the research conducted, the most important characteristics of a market economy are considered – self-regulation of the economy and inherent internal dynamics. It is noted that at different stages of the development of a market economy, the role of the state is not the same but it is always important. The contribution of K. Marx and J. Schumpeter to understanding the dynamics of economic development is singled out.

K. Marx proved that the conversion of a part of the added value into a new capital takes the form of capital accumulation, the historical trend of which is the socialization of production and the emergence of preconditions for the transition to a new mode of production. The creation of the theory of economic development by J. Schumpeter took place during the transition of capitalism to a monopolistic stage of development. Positive aspects of the monopoly of J. Schumpeter were embodied in the concept of entrepreneurship, the possibility of effective development – a combination of factors of production. New combinations of factors of production have been called innovations.

The development of economic thought after the Second World War took place in the direction of identifying new management technologies and new long-term development plans. Concepts of competitive strategies, competitive advantages, and competitiveness have become a complex name for the latest technologies in the organization and management of enterprises in the markets of imperfect competition. M. Porter's works played an important role in shaping the theory of competitiveness or competitive advantages.

In the conditions of the active development of markets of imperfect competition, marketing at the enterprise level becomes the technology that defines the rules for the organization of efficient production under the conditions of the dominance of the five competitive forces.

The modern economy is increasingly defined as the knowledge economy. It represents a higher stage of an intensive way of reproduction of social production, development of entrepreneurial activity, and solution of issues of improving the well-being of the country and citizens. Studies show that by nature knowledge is quickly updated. Inspiring a new product or service, new knowledge leads to innovation. Knowledge economy constantly generates innovations – transforms new knowledge into new spiritual and material values, goods and services. Innovation permeates social, economic, organizational, political, and other relations.

It is concluded that effective development of the modern economy, society, communities, and people is possible in the context of the translation of the Concept of Sustainable Development into action and the implementation in the organization of economic activity. It is within the framework of the Concept of Sustainable Development that innovative marketing acquires special power as a technology, a factor in ensuring the competitiveness of enterprises. Marketing on the basis of scientific and technical innovations provides a solid basis for the organization of competitive production, solving the problem of enterprise competitiveness and profit making.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ НАДАННЯ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ

THE CONCEPTUAL BASIS FOR THE CONSULTING SERVICES' PROVISION

УДК 334.7

Шпильова В.О.
д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки,
фінансів, обліку і аудиту
Європейський університет
Тен С.А.
аспірант
Європейський університет

У статті наведено визначення послуг, а також здійснено їх класифікацію, встановлено місце консультування в системі послуг. Розглянуто підходи до трактування консалтингових послуг у науковій літературі. Визначено мету й завдання консалтингу, а також переваги його застосування. Наведено аргументи щодо інноваційності консалтингових послуг у сучасних умовах.

Ключові слова: консультаційні послуги, консалтинг, консультанти з менеджменту, консалтингові продукти.

В статье приведено определение услуг, а также осуществлена их классификация, установлено место консультирования в системе услуг. Рассмотрены подходы к трактовке консалтинговых услуг в научной литературе. Определены цель и задачи

консалтинга, а также преимущества его применения. Приведены аргументы относительно инновационности консалтинговых услуг в современных условиях.

Ключевые слова: консультационные услуги, консалтинг, консультанты по менеджменту, консалтинговые продукты.

In the article the definition of services is given, its classification is carried out; the place of consulting in the system of services is established. Considered approaches to the interpretation of consulting services in the scientific literature. The purpose and objectives of consulting, as well as the advantages of its application, are defined. The arguments concerning the innovation of consulting services in the current conditions are presented.

Key words: consulting services, consulting, management consultants, consulting products.

Постановка проблеми. З розвитком міжнародної торгівлі, науково-технічного прогресу та зростанням конкуренції помітно змінились умови діяльності підприємств на сучасному ринку. В контексті інтеграції України у світове економічне суспільство проблеми, що пов'язані з обслуговуванням бізнесу, набули великого значення для підприємств. З'явилась потреба переорієнтації підприємств на новий тип економічної системи. Виникла необхідність підвищення конкурентоспроможності та управління бізнес-процесами з використанням передових технологій. З урахуванням швидких змін умов функціонування вітчизняних підприємств керівники підприємств потребують професійної допомоги у вирішенні питань управління діяльністю підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення специфіки надання консалтингових послуг почалось у другій половині XIX ст. засновником теорії наукового управління Ф. Тейлором, який був одним із перших професійних консультантів. Питанням розвитку консалтингових послуг у контексті сучасних економічних тенденцій присвячені праці відомих зарубіжних економістів, зокрема роботи Л. Грейнера, Ф. Кросмана, М. Кубра, Р. Мецгера, К. Свейбі.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження концептуальних основ надання консалтингових послуг в сучасних реаліях.

Виклад основного матеріалу дослідження. У країнах з ринковою економікою залучення професіоналів є свідченням того, що фірма володіє достатньою діловою культурою, щоб використовувати запропоновані ринком інтелектуальні здобутки в галузі менеджменту. Тому останнім часом набуває поширення надання консалтингових послуг.

Послуги є досить поширеним явищем у сучасному житті споживачів та в діловій діяльності. У цій

сфері працює багато підприємств різного профіля. В ринковій економіці вибір товарів і послуг, які бажає придбати споживач, як правило, більший, ніж сукупність усіх доходів, якими споживачі володіють. Крім того, кожен споживач бажає, щоб йому пропонували те, що йому потрібно.

Послуга, відповідно до визначення Американської маркетингової асоціації, відрізняється від звичайного товару, адже послуга – це діяльність, вигоди чи задоволення, що продаються окремо чи пропонуються разом із продажем товарів [1].

Господарський кодекс визначає діяльність підприємницьких структур у сфері послуг як комерційне посередництво (або агентську діяльність), що є «підприємницькою діяльністю, яка основана на наданні комерційним агентом послуг суб'єктам господарювання за рахунок господарської діяльності шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок суб'єкта, якого він представляє» [5].

У сфері послуг працює багато підприємств різного профіля. Звідси випливають різновиди послуг, так звана класифікація, яка наведена на рис. 1.

Визначивши місце консультування в системі послуг, що надаються, розглянемо найбільш обґрунтовані трактування цього терміна.

Міжнародна рада інститутів управлінського консультування (ICMCI) дає цьому виду діяльності таке визначення: «управлінське консультування полягає в наданні незалежних рекомендацій і підтримці для клієнтів, що володіють керівними повноваженнями, в питаннях, що стосуються процесу управління» [4, с. 54].

Схоже за змістом визначення дано консалтингу Європейською федерацією асоціацій консультантів з економіки і управління (FEACO): «менеджмент-консалтинг полягає в наданні незалежних порад і допомоги з питань управління, включаючи



Рис. 1. Класифікація послуг

Джерело: систематизовано авторами

визначення й оцінювання проблем та/чи можливостей, рекомендації відповідних заходів і допомогу в їх реалізації» [11].

Консультування як специфічна форма незалежних порад має багатовікову історію. Природно, існує безліч трактувань цього терміна. В одних із них консультування розглядається з функціональної точки зору. Так, в роботі Т. Вайнмана консультування трактується як «будь-яка форма надання допомоги відносно змісту, процесу рішення або побудови задачі (або низки задач), коли консультант не виконує задачу самостійно, а лише надає допомогу в її виконанні» [3].

М. Скворцов відзначає, що «консультування – це діалог індивідуальностей, який повинен відповідати діалогу осіб у рамках певних вимог» [9, с. 16].

За іншого підходу консультування є особливим видом професійної діяльності. К. Матіас вважає, що «консалтинг – це процес надання фахівцем своїх особливих знань, навиків і досвіду в системі його клієнта» [7, с. 72].

О. Посадський трактує консалтинг як «підприємницьку діяльність, здійснювану професійними консультантами на обслуговування потреб економіки й управління в консультаціях та інших видах професійних послуг» [8, с. 115].

На думку О. Белецького, консалтинг – це консультування виробників, продавців і покупців із широкого кола економічних та інших питань, що стосуються господарства та права, зокрема у

зовнішньоекономічній сфері. Консалтингом в економічній сфері можна назвати вид інтелектуальних послуг, пов'язаних із вирішенням складних проблем підприємства у сфері управління й організаційного розвитку [2, с. 17].

Виходячи з різноплановості трактування консалтингових послуг, можемо визначити такі підходи до їх визначення (рис. 2).

Аналіз наукової та спеціальної літератури дає можливість констатувати факт багатоваріантного тлумачення самого поняття управлінського консультування, серед яких домінуючими слід вважати два підходи. Перший базується на визначенні специфіки професійного змісту діяльності консультантів, другий – на сфері підприємництва в галузі створення інформаційного (інтелектуального) продукту. Проведений нами огляд підходів до трактування сутності управлінського консультування дає змогу констатувати існування принаймні восьми груп дефініцій:

- 1) функція управління;
- 2) підсистема менеджменту;
- 3) різновид експертної допомоги в галузі управління;
- 4) метод удосконалення управління й розвитку організації;
- 5) механізм впровадження нововведень;
- 6) вид професійної діяльності;
- 7) форма підприємництва;
- 8) наукова діяльність.

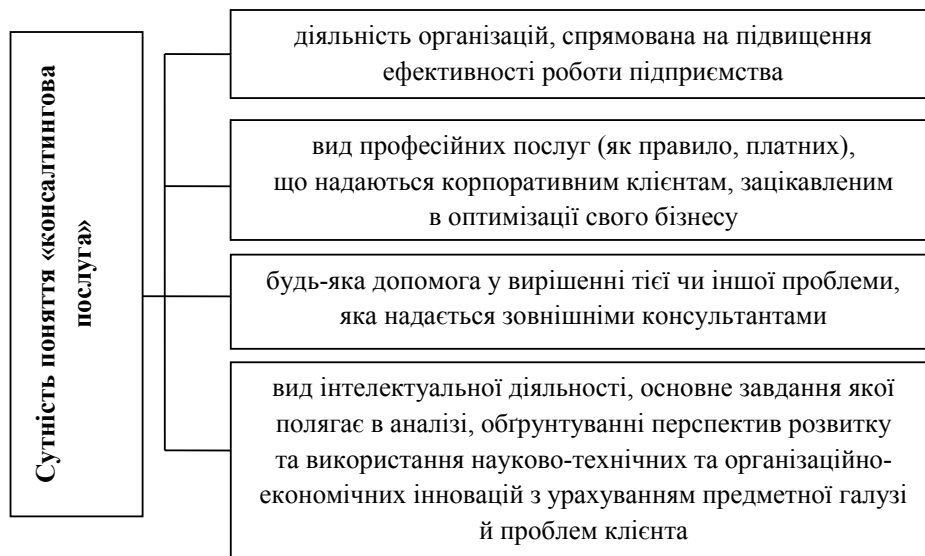


Рис. 2. Підходи до визначення консалтингових послуг у наукових джерелах

Джерело: систематизовано авторами

Таким чином, сучасний консалтинг є професійною допомогою керівникам та управлінському персоналу різних організацій (клієнту) з боку фахівців з управління господарством в аналізуванні та вирішенні проблем функціонування та розвитку підприємств, що здійснюється у формі порад, рекомендацій і спільно вироблених із клієнтом рішень.

Сутність консалтингу полягає в поєднанні фахової та підприємницької діяльності.

Мета консалтингу полягає в наданні клієнту кваліфікованої допомоги у вирішенні управлінських та ділових проблем, підвищенні ефективності функціонування організації, оптимізації бізнес-процесів, а також на контрактній основі. Підставою для застосування консалтингу є такі фактори:

- у процесі своєї діяльності консультанти накопичують досвід роботи з багатьма клієнтами;
- консультанти володіють знаннями, якими не володіють працівники звичайних підприємств;
- у консультантів достатньо часу для детального вивчення проблеми;
- консультанти здатні втілювати в життя свої розробки та пропозиції.

Основними завданнями консалтингу є виявлення, ідентифікація та діагностика наявних проблем і наявних можливостей у максимальному використанні потенціалу клієнта, визначенні альтернативних шляхів їх вирішення, розробленні та практичному вжитті заходів, спрямованих на конструктивні зміни в діяльності клієнта.

Перевагами залучення консультантів з менеджменту перед менеджерами є:

- ширший кругозір, володіння великою інформацією в різних галузях менеджменту та господарювання;

- незалежність, неупередженість поглядів на проблеми клієнта;

- орієнтація на широке вивчення та впровадження досвіду інших організацій (це стосується переважно зовнішніх консультантів) [6].

Консалтинг здійснюється на комерційній основі незалежними консалтинговими підприємствами в умовах конкурентної боротьби, що встановлює високі вимоги до якості та ефективності таких послуг і викликає їхню орієнтованість на інтереси клієнта.

На сучасному етапі свого розвитку послуги консалтингу набули рис самостійного напрямку, який характеризується наявністю чотирьох базових складових:

- 1) потужні дослідження у сфері виробництва фахових професійних знань консультантів;
- 2) активна трансляція, тиражування та поширення когнітивних знань науково-дисциплінарної діяльності, створення навчальних закладів щодо підготовки консультантів;
- 3) формування дослідницьких центрів, проведення наукових і професійних конференцій з метою посилення науково-дисциплінарного спілкування;
- 4) професіоналізація діяльності, створення національних, регіональних та міжнародних наукових спілок діяльності для розвитку науково-дисциплінарної спільноти.

Споживання консалтингової послуги забезпечує розвиток компанії у двох вимірах:

- опосередковано, тобто через створення інформаційного простору шляхом розроблення нових принципів управління підприємствами, управлінських технологій, активної популяризації їх у середовищі управлінців;
- безпосередньо, тобто у процесі плідної співпраці менеджменту компаній з консультантами у сфері пошуку ефективних напрямів, моделей та

управлінських технологій розвитку; рівень впливу управлінського консультування на розвиток підприємства визначається ступенем розробленості, впровадження та розвитку консалтингових продуктів і технологій [10, с. 118].

Розглядаючи сутність консалтингової послуги, можемо стверджувати, що консалтинг має внутрішньо присутній йому інноваційний характер. Аргументи на користь цього такі.

1) Консалтинг безпосередньо пов'язаний із роботою в напрямі ініціації покращень в діяльності та керуванні фірмою, а шляхом до покращень є інноваційність.

2) Консалтинг є специфічною формою передачі знань. Особливість цієї риси полягає в тому, що передаються не абстрактні фрагментовані знання, а спеціальні комплекси знань з чіткими ознаками унікальності, системності та інноваційності.

3) Специфіка діяльності консультантів з питань управління унеможливорює застосування певних шаблонів та універсальних технологій консультування для роботи з усіма клієнтами, оскільки не може бути двох ідентичних організацій з абсолютно ідентичними параметрами внутрішнього та зовнішнього середовища, а також з однаковими проблемами та метою. Тому консультаційна послуга – творчий продукт інноваційного пошуку команди професійних консультантів. При цьому слід визнати, що певна частка «непорядних» консультантів продає уніфікований, стандартний продукт, який не вирішує проблем клієнта та, зрештою, знижує довіру до професійних консалтерів, створюючи проблему падіння попиту на ринку консалтингу.

4) Для збільшення вірогідності отримання інноваційного продукту на «виході» консалтери акумулюють інноваційну інформаційну базу на «вході» своєї організації. Ця обставина вказує на те, що інноваційність як ознака консалтингу пронизує всі елементи та підсистеми консалтингової фірми.

5) Підвищення рівня конкурентної боротьби на ринку консультаційних послуг спонукає його учасників до постійного самовдосконалення шляхом розроблення нових видів консультаційних продуктів, застосування нових інформаційних та комунікаційних технологій, нових видів управлінського впливу, просунутих технологій адміністрування та ринкового впливу.

6) Оскільки консалтинговий бізнес є дуже чутливим до змін чинного законодавства, саме інноваційність реакції керівництва визначає швидкість адаптації до таких змін і, як наслідок, конкурентоспроможність консультаційної компанії на ринку.

7) Підприємства сфери консалтингу акумулюють у собі найкращих професійних виконавців, які повинні вирішувати нестандартні завдання, тому такі робітники схильні до аналітичного мислення, системного та інноваційного підходу як до роботи з клієнтською організацією, так і до роботи в команді [6].

Наведені аргументи свідчать про те, що оскільки консалтинг за своєю професійною природою є інноваційним явищем, то його розвиток сприяє активізації інноваційного прогресу економіки країни.

Висновки з проведеного дослідження.

Підсумовуючи вищенаведене, консалтингові послуги визначаємо як складну багатоаспектну управлінську систему, спрямовану на пошук механізмів удосконалення управління та забезпечення саморозвитку компанії. Подібна система може існувати як автономним чином від підприємства-об'єкта консультування, набуваючи вигляду професійної організації, що створює (аналізує, розробляє та допомагає впроваджувати) консалтингові продукти, надає платні консалтингові послуги з метою сприяння ідентифікації та вирішення управлінських і бізнес-проблем організації-клієнта; так і в організації, забезпечуючи саморозвиток підприємства, що реалізується у вигляді інституту внутрішнього консультування, функції якого органічно розподілені на підприємстві між менеджерами усіх ланок управління.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Анненко О. ЕБРР посчитал консультантов. URL: <http://www.training.com.ua>.
2. Белецкий А. Есть ли логический консалтинг в Украине? Дистрибуция и логистика. 2017. № 8. С. 16–19.
3. Вайнман Т. Бизнес-консалтинг в Германии: как ускорить эволюцию карьеры. URL: <http://dw.de/p/14v7u>.
4. Верба В., Решетняк Т. Организация консалтинговой деятельности: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2000. 228 с.
5. Господарський кодекс України. Київ: Юрінком Інтер, 2004.
6. Давиденко В. Організаційно-економічний механізм консалтингового забезпечення підприємств. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
7. Матиас К., Ларе Э. Управленческое консультирование. Индустрия знаний, символический капитал или новая мода / пер. с англ. Харьков: Гуманитарный Центр, 2008. 416 с.
8. Посадский А. Основы консалтинга: пособие для преподавателей экономических и бизнес-дисциплин. Москва: ГУ ВШЭ, 2009. 384 с.
9. Скворцов Н. Управленческое консультирование. Киев: Вища шк., 2013. 210 с.
10. Соколова М. Управленческое консультирование: учеб. пособие. Москва: ИНФРА-М, 2012. 215 с.
11. European Federation of Management Consultancies Associations. URL: <http://www.feaco.org>.

REFERENCES:

1. Annenko O. (2017) EBRD considered consultants [Online]. Available at: <http://www.training.com.ua>.
2. Beletsky A. (2017) Is there any logical consulting in Ukraine? Distribution and Logistics, 8, 16–19.
3. Vainman T. (2015) Business Consulting in Germany: How to Speed Up the Evolution of a Career [Online]. Available at: <http://dw.de/p/14v7u>.

4. Verba V., Reshetnyak T. (2000) Organization of consulting activity. KNEU, Kiev.
5. The Commercial Code of Ukraine (2004) Yurinkom Inter, Kiev.
6. Davedenko V. Organizational-economic mechanism of consulting support of enterprises [Online]. Available at: <http://www.nbu.gov.ua>.
7. Matias K. (2008) Management Consulting. Knowledge industry, symbolic capital or new fashion. Humanitarian Center, Kharkov.
8. Posadsky A. (2009) Fundamentals of Consulting: A Handbook for Teachers of Economic and Business Disciplines, Moscow.
9. Skvortsov N. (2013) Management Consulting, Higher School, Kyiv.
10. Sokolova M. (2012) Managerial Counseling: Textbook, INFRA-M, Moscow.
11. European Federation of Management Consultancies Associations [Online]. Available at: <http://www.feaco.org>.

Shpil'ova V.A.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Finance, Audit and Management Department
Private Higher Educational Establishment "European University"

Ten S.A.

Postgraduate Student
Private Higher Educational Establishment "European University"

THE CONCEPTUAL BASIS FOR THE CONSULTING SERVICES' PROVISION

In the context of Ukraine's integration into the global economic society, the problems associated with the business servicing have gained a great importance for enterprises. There was a need for reorientation of enterprises to a new type of economic system. It became necessary to increase the competitiveness and management of business processes using advanced technology. Taking into account the rapid changes in the conditions of operation of domestic enterprises, enterprise managers need professional assistance in solving management issues.

The purpose of the article is to study the conceptual foundations of consulting services in modern realities.

Consulting services should be defined as a complex multidimensional management system aimed at finding mechanisms for improving management and self-development of the company.

We considered that modern consulting is a professional help to managers and management personnel of various organizations from the experts in the management of the economy in the analysis and solution of problems of operation and development of enterprises, carried out in the form of advice, recommendations, and jointly developed solutions with the client.

The essence of consulting is a combination of professional and business activities.

The consulting is carried out on a commercial basis by independent consulting companies in a competitive environment, which sets high requirements for the quality and efficiency of such services and causes their orientation to the interests of the client.

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ ВРАЖЕНЬ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

INNOVATIVE ASPECTS OF EXPERIENTIAL MARKETING IN THE SPHERE OF TOURIST SERVICES

УДК 338.58:65.014

Яроміч С.А.

к.е.н., професор кафедри
менеджменту організацій
Одеський регіональний інститут
державного управління
Національної академії державного
управління при Президентів України
Лактіонова Т.М.

магістрант
Одеський регіональний інститут
державного управління
Національної академії державного
управління при Президентів України
Попель О.О.

магістрант
Одеський регіональний інститут
державного управління
Національної академії державного
управління при Президентів України

У статті розглянуто особливості інноваційних аспектів використання маркетингу вражень на підприємствах сфери туристичних послуг. Визначено, що маркетинг вражень є наслідком розвитку ринку, економіки, конкуренції тощо. Акценти зроблені на необхідності визначення реалій сучасного маркетингу вражень, які уточнюють принципи та філософію класичного маркетингу.

Ключові слова: маркетинг, економіка вражень, туристична сфера, ринок, маркетингові комунікації, подієвий маркетинг, інновації.

В статье рассмотрены особенности инновационных аспектов использования маркетинга впечатлений на предприятиях сферы туристических услуг. Определено, что маркетинг впечатлений является следствием развития рынка, экономики, конкуренции и т. п. Акценты сделаны на необходимости

определения реалий современного маркетинга впечатлений, которые уточняют принципы и философию классического маркетинга.

Ключевые слова: маркетинг, экономика впечатлений, туристическая сфера, рынок, маркетинговые коммуникации, событийный маркетинг, инновации.

The article considers the features of innovative aspects of the use of marketing impressions at the enterprises of the tourist services. It is determined that the marketing of impressions is a consequence of market development, economy, competition and the like. The emphasis is on the need to determine the realities of modern marketing impressions that clarify the principles and philosophy of classical marketing.

Key words: marketing, economy of impressions, tourism sphere, market, marketing communications, event marketing, innovation.

Постановка проблеми. Поява концепції економіки вражень дала змогу визначити наступну еволюційну щабель об'єкта обміну, а саме враження. Відповідно, виникла потреба формування комплексу маркетингу, що відображає ці враження і дає можливість управляти ними. Закономірно, що становлення й розвиток концепції маркетингу вражень йшли паралельно з розробкою концепції економіки вражень. Туризм багатьма вченими розглядається як одна з галузей економіки послуг. Отже, можна припустити, що в туризмі інструментарій маркетингу вражень буде сприяти сталому розвитку діяльності з обслуговування споживачів туристичних послуг. Здатність компанії породжувати в людині бажані враження визначатиме її позицію та успіх на ринку. І це найважливіша риса маркетингу вражень, який є наслідком розвитку ринку, економіки, конкуренції тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маркетинг вражень – явище не настільки вже нове. Б.Дж. Пайн II і Дж. Гілмор стверджують у своїй книзі «Економіка вражень», що асортимент товарів і послуг у сучасному світі збільшився настільки, що ринок став дуже перенасиченим, а конкуренція на ньому стала надзвичайно високою [3, с. 214]. Л. Елві у дослідженні «Маркетинг взаємовідносин» погоджується з думкою попередніх авторів. Він радить фахівцям компаній суттєво підвищувати споживчу лояльність, створювати тісний емоційний зв'язок між покупцями та послугами. Над вказаними проблемами працювали такі дослідники, як, зокрема, О. Болотна, Е. Петренко, П. Петриченко, Н. Скригун, П. Шеремет, П. Чернозубенко, які досліджували

теоретичні засади побудови маркетингу вражень [1; 4–7]. Але, незважаючи на велику кількість досліджень у цьому напрямі, проблема розвитку теоретичних і практичних підходів до визначення сутності та формування таких категорії, як «персоналізація», «маркетинг вражень», у сучасних умовах залишається актуальною та обумовлює необхідність проведення подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення реалій сучасного маркетингу вражень, які уточнюють принципи та філософію класичного маркетингу. Вихідним пунктом дослідження є визначення змісту низки положень теорії маркетингу, які є основою дослідження сутності сучасного маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні споживач хоче отримувати не просто продукт або послугу, а яскраві позитивні враження від взаємодії з компанією або брендом. Тому на перший план виходить управління клієнтським досвідом, що стало справжнім глобальним трендом в маркетингу. Передумовою виникнення поняття «маркетинг вражень» прийнято вважати теорію Лінуса [2, с. 37]. Лінус Торвальдс, творець операційної системи «Linux», стверджує, що все, створене природою чи винайдене людиною, історично проходить через три етапи:

1) використання для виживання (беруться на озброєння військовими, спецслужбами, соціумом в період небезпеки тощо);

2) використання як частини суспільного життя (у кожного висить на стіні, стоїть на столі в офісі);

3) використання для задоволення.

Може ще хтось пам'ятає, що стільниковий зв'язок взагалі був засобом спілкування «по телефону» і тільки. Але на очах маркетинг надання послуг телефонного зв'язку мігував у маркетинг мобільного доступу до баз даних, мобільної розваги, маркетингу задоволення від постійного спілкування [2, с. 156]. Перехід від маркетингу монологу до маркетингу-діалогу, від маркетингу масового до маркетингу «один на один», від відволікаючого маркетингу до довірчого маркетингу складає основний зміст сучасних тенденцій в маркетингу. Діалог стає інструментом залучення споживача з метою партнерства для виробництва кращого товару, послуги, зрештою, враження. Тому маркетинг вражень – це процес масштабної міграції цінності, що протікає на наших очах.

Якщо говорити про маркетинг-мікс (4P) маркетингу вражень, то необхідно відзначити, що він перш за все включає класичний мікс зі специфічним наповненням. Так, “product” («продукт») маркетингу вражень «тригольний»: товар і послуга (робота) і враження, або продукт економіки вражень є «сендвічем»: товар + послуга + враження. Такі заходи, як підвищення важливості дизайну, персоналізація, можуть докорінно змінити вид продукту чи послуги. Персоналізація може означати фактичний кінець масового виробництва, на зміну якому прийде дрібносерійне та індивідуальне.

“Price” («ціна») суттєво змінює свою роль. Якщо спочатку виробник встановлює націнку за враження (враження як добавка до товару чи послуги), то в епоху маркетингу вражень продукт (товар) може надаватися безкоштовно, а вся економіка будується на продажу вражень.

«Місце» в маркетингу вражень може бути несподіваним для споживача. Наведемо хрестоматійний приклад: інтернет-кафе – це інтернет в кафе, “bankoraunt” (банк і в той же час ресторан), “agritainment” («екотуризм») тощо. І всім цим, на думку П. Чернозубенко, займається “dreamketing” («маркетинг мрії»), а процес покупки стає «развлекункою» [7].

“Promotion” («просування») передбачає, що маркетинг вражень повинен забезпечити увагу споживача, яка постійно вислизає. Допомагають захопити увагу такі інструменти:

- 1) бренд маркетингу вражень (вже не просто відома торгова марка і навіть не ідеальна «обіцянка», а ідея, ознака стилю);
- 2) більш персоналізовані канали комунікації;
- 3) більш діалогові канали комунікації;
- 4) гра, гумор, вірусні, шокуючі враження тощо.

Чим враження відрізняються від товару й послуги, покажемо у короткому зведенні, запозиченому з книги Б.Дж. Пайна і Дж. Гілмора «Економіка вражень» (табл. 1).

На відміну від послуги, враження не несе прямої економічної користі, його не можна негайно «спожити». Маркетинг вражень – це процес масштабної міграції цінності, що протікає на наших очах. Найголовнішим є створення цінності, а не тільки продуктів, а також спілкування в певній мережі.

Досліджуючи генезис мережевих економічних зв'язків [4, с. 44], акцентуємо увагу на тому, що інтерес до мережевого підходу обумовлений не тільки постійним зростанням кількості різних мережевих структур, але й самими методологічними можливостями, які дає цей підхід до дослідження взаємодії суб'єктів соціально-економічної діяльності. Слід визначити підвищення ролі емоційної та ментальної складових споживчого досвіду. Його розвиток супроводжується зниженням матеріальних та економічних критеріїв як стандартів споживання.

Крім того, існує якісна зміна сформованих потреб учасників мережі, структури споживчої цінності, а також необхідність її постійної реідентифікації. Спільноти споживачів використовують єдину ціннісну платформу для гармонізації матеріальних і нематеріальних цінностей, які споживаються учасниками мережі. У споживача нового мережевого типу відбувається перенесення цінності з продукту на спосіб його споживання. Значно зростає цінність емоційної складової, що впливає на цінності, які спочатку задовольняли групу матеріальних потреб.

Слід підкреслити, що саме створення і використання єдиної ціннісної платформи споживчої мережі сприяють зміні індивідуальних споживчих цінностей, перетворюючи їх на складову частину мережевого обміну, а множинні особистісні оцінки товарів і послуг, які задовольняють утилітарні потреби акторів мережі, – на їх колективне сприйняття як сукупності соціокультурних цінностей. Основою створення нової цінності виступає споживчий досвід, який визначається як сформований чуттєво-матеріальний досвід, який виник в результаті задоволення потреби. Наприклад, кава “Starbucks” дарує людям не каву, а враження, пам'ять про відвідування кав'ярні.

В епоху зростаючої конкуренції потрібно створювати wow-сервіс і wow-ефект. Це приведе до успіху і, звичайно ж, до лояльності клієнтів. Маркетинг вражень сьогодні виходить на перший план, оскільки в наш стрімкий час, переповнений інформацією та різною продукцією, люди все більше й більше цінують

Таблиця 1

Відмінності враження від товару й послуги

Товар	Послуга	Враження
Матеріальне	Нематеріальне	Те, ще запам'ятовується
Стандартизоване	Персоналізоване	Приватне
За описом	За вимогою	Виявляється згодом

емоції. Необхідно пам'ятати, що емоційна прив'язка набагато сильніше, ніж прості звички.

Подібне визначення базується на сприйнятті як результату взаємодії споживача з товаром і продавцем. Учасники мережі зберігають свою незалежність як споживачі та члени соціуму, але одночасно виявляються включеними за допомогою гнучких зв'язків в різні економічні й соціальні системи. Через це індивідуальний споживчий досвід в мережевому співтоваристві набуває форми колективної оцінки та колективної цінності, а також стає одним з провідних факторів споживчого вибору.

Масове залучення постачальників послуг і споживачів у спільне створення унікальної споживчої цінності («враження») розглядається як ключовий ресурс мережевого споживання. Авторами виділяється концепція «емоційного залучення споживача», що відображає важливість і високу значимість емоційної складової під час залучення споживача безпосередньо в процес виробництва цінності.

Авторами поділяється концепція «емоційного залучення споживача», що відображає важливість і високу значимість емоційної складової під час залучення споживача безпосередньо в процес виробництва цінності. Виявом колективної споживчої цінності виступає враження, що характеризується багатьма авторами як цінність нового рівня в сукупності матеріальної та емоційної складових [5, с. 235].

Розглядаючи враження як самостійний дискретний об'єкт з власними характеристиками та процесом розвитку в системі поведінки споживачів, ґрунтуємося на тому, що «враження» має дуалістичну природу формування на основі матеріальних і нематеріальних чинників, раціональних і суб'єктивних мотивів.

«Споживче враження» вперше розглядається як мережева споживча цінність, яка володіє синергетичним маркетинговим ефектом «колективного споживчого враження» учасників мережі. Таким чином, враження як унікальна індивідуальна і колективна цінність багато в чому визначає сучасні моделі споживчої поведінки. За рахунок масового ітеративного залучення відбувається збільшення споживчої цінності, а також її формування як ключового ресурсу мережевого споживання.

Уточнимо поняття, що характеризують процеси формування враження. Під «створенням враження» розуміється емоційна праця із залучення в спільну дію споживача в процесі задоволення потреби для отримання додаткової споживчої цінності, формування враження та позитивного ставлення до продукту й організації, що базується на персональній інтеракції та вимагає вираження працівником відповідних емоцій у відповідному організаційному контексті.

Аналізуючи тенденції, що вплинули на трансформацію інституційної природи споживача, можемо дійти висновку, що мережевий характер – це не тільки споживання з підвищеним очікуванням отримання нематеріальних ефектів, але й створення

нових споживчих цінностей в різних сферах діяльності, що визначає напрям подальшого розвитку усталених маркетингових концепцій. Маркетинг взаємовідносин стосовно нового суб'єкта, тобто споживчих мереж, відокремлюється в новий напрям, а саме маркетинг взаємовідносин зі споживчими мережами, або маркетинг споживчих мереж. Сутність еволюції маркетингових підходів полягає в тому, що розглядаються, змінюються ускладнені потреби, що містять враження як нові цінності. Аналіз розвитку маркетингу взаємин показав, що ця концепція сьогодні розглядається як інструмент створення нової цінності для клієнта з його безпосереднім залученням.

Маркетинг взаємовідносин з мережами споживачів (маркетинг споживчих мереж) активно інтегрує інструменти подієвого маркетингу, що дають змогу організовувати майданчики комунікації та створювати платформи для залучення в «спільне створення враження», але мають істотну обмеженість реалізації свого методологічного потенціалу.

На наш погляд, необхідно інтегрувати клієнтоорієнтований маркетинг відносин з механізмами подієвого маркетингу, що сприяє створенню умов для вузлових комунікацій та зародження «споживчого враження». Інтеграція теорії маркетингу взаємин і методичного інструментарію подієвого маркетингу з елементами мережевого підходу розглядається як еволюційний етап маркетингу взаємин, а саме «маркетинг вражень», перш за все для мережевих споживачів.

Особливостями «маркетингу вражень» у взаєминах з мережевими споживачами є:

- домінування відносин з мережами споживачів;
- пріоритет вражень на основі споживчого досвіду;
- використання сформованих і створення нових мереж споживачів на основі локалізації споживання.

Ми поділяємо думку багатьох авторів про те, що «маркетинг вражень», поєднуючи маркетинг подієвий і маркетинг взаємовідносин, є розвитком концепції відносин в нових умовах інформаційного суспільства і для нових мережевих споживачів [2; 5, с. 234].

Галузева специфіка підприємств істотно впливає на застосування маркетингового інструментарію. Розвиток регіональних ринків протікає в контексті сервісизації світової економіки, перетворення сфери послуг на провідний сектор, що тягне глобальні зміни системи цінностей і споживчих моделей поведінки. У сфері послуг виділяються відносно відособлені ринки обміну специфічними послугами, де помітно зростає роль емоційно-комунікативної складової, через що необхідно переорієнтувати маркетинг на створення продукту з унікальною споживчою цінністю, здатного задовольнити природу попиту, що змінився.

Розвитку попиту на враження як специфічний продукт сфери послуг та специфічну споживчу цінність сприяє активний розвиток індустрії розваг.

Для постійного виробництва затребуваних «споживчих вражень» пропонується новий принцип, а саме принцип масової персоналізації, що визначається як комунікація з індивідуальними та мережевими споживачами, створена на базі персональної інформації споживачів, заснована на наявності широкого кола пропозицій щодо задоволення потреби, які можна скомпонувати відповідно до індивідуальних характеристик клієнта, що дасть змогу задовольнити його персональну потребу [5, с. 236].

Основною специфічною характеристикою споживчого циклу учасника мережі є формування споживчого враження. Введемо поняття «мережеве споживче враження» як підсумковий стан і поведінкову реакцію споживача, сформовані в сукупності спільних дій з матеріального споживання та емоційного переживання під час задоволення потреби, що володіють унікальною синергетичною цінністю та визначають ставлення до спожитого продукту. Саме «споживче враження» є вихідною та завершальною крапкою в споживчому циклі мережеспоживачів, оскільки воно стає домінуючою цінністю, яка має синергетичний ефект.

Модель поведінки мережеспоживачів як комплексна конструкція розглянута в єдиному аспекті:

1) відображення еволюції цінності від послуги, яка задовольняє індивідуальну потребу, до спільного з виробником створення нової цінності колективного «споживчого враження»;

2) доповнення комплексу маркетингових комунікацій з індивідуальним споживачем системою взаємовідносин з мережевими споживачами на принципах масової персоналізації звернення;

3) об'єднання індивідуального покупця в споживчі мережі;

4) вплив на оцінку в мережевому співтоваристві споживачів мережевої ролі учасника та накопиченої оцінки «мережевого споживчого капіталу».

Впровадження поняття «споживче враження» є основною специфічною характеристикою споживчого циклу учасника мережі. Саме «споживче враження» є вихідною та завершальною крапкою в споживчому циклі мережеспоживачів, оскільки воно стає домінуючою цінністю, яка має синергетичний ефект.

Формування «споживчого враження» є основною специфічною характеристикою споживчого циклу учасника мережі. На підставі «споживчого враження» реалізується наступний етап споживчого циклу, а саме розпорядження, що зберігає особистий досвід і фіксує стан індивідуального «споживчого враження», формує колективне враження, а також передає інформацію про товар/послугу для суспільства на ринок.

Висновки з проведеного дослідження. Маркетинг вражень в Україні (та й у світі) завоює все більш міцні позиції. Можливості маркетингу вражень полягають у психологічній потребі людини цікавитися життям інших. Сучасний споживач

сприймає властивості та переваги, якість послуги та позитивний імідж як належне. Він прагне таких послуг, комунікацій і кампаній, які б стосувалися його і вписувалися в його стиль життя.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Болотна О. Емоційний маркетинг як технологія управління поведінкою споживачів. Ефективна економіка. 2013. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2257>.
2. Пайн II Б.Дж., Гилмор Дж. Економіка впечатлений. Как превратить покупку в захватывающее действие. Москва: Альпина Паблишер, 2018. 452 с.
3. Петренко Е. Место рекламы в экономике впечатлений. Известия УрГЭУ. 2008. № 1(20). С. 191–196.
4. Петренко Е. Создание продукта уникальной потребительской ценности на принципах экономики впечатлений. Наука и ее роль в современном мире: материалы межд. научно-практ. конф. Караганда: Болашак Баспа, 2010. С. 43–48.
5. Петриченко П. Управление эмоциями та враженнями клієнтів. Вісник соціально-економічних досліджень. 2014. Вип. 2(53). С. 232–237.
6. Поверіна Ю., Скригун Н. Передумови виникнення та сутність маркетингу вражень. Strategiczne pytania światowej nauki: materiały X Międzynarodowej naukowi-praktycznej konferencji. Przemyśl: Nauka i studia, 2014. Vol. 3. S. 3–4.
7. Чернозубенко П. Закон Линуса. Маркетинг впечатлений. URL: www.marketch.ru/marketing/marginalia/marketing_experience.
8. Шеремет П. Тотальний маркетинг в економіці вражень. URL: <http://innovations.com.ua/ua/articles/13554>.

REFERENCES:

1. Bolotna O. (2013) Emotsiyniy marketing yak tekhnologiya upravlinnya povedinkoyu spozhivachiv / O. Bolotna // Elektronne naukovе fakhove vidannya "Efektivna ekonomika" [Effective economy] № 8. Rezhim dostupa: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2257>.
2. Payn II B.Dzh. (2018) Ekonomika vpechatleniy. Kak prevratit' pokupku v zakhvatyvayushchee deystvie / B.Dzh. Payn II, Dzh. Gilmor. – M.: Al'pina Pablisher. – 452 s.
3. Petrenko E. (2008) Mesto reklamy v ekonomike vpechatleniy / E. Petrenko // Izvestiya UrGEU [News of USUE]. № 1(20). – S. 191–196.
4. Petrenko E. (2010) Sozdanie produkta unikal'noy potrebitel'skoy tsennosti na printsipakh ekonomiki vpechatleniy / E.S. Petrenko // Materialy mezhd. nauchno-prakt. konf. "Nauka i ee rol' v sovremennom mire". Karaganda: Bolashak Baspa. – S. 43–48.
5. Petrichenko P. (2014) Upravlinnya emotsiyami ta vrazhennyami klientiv / P. Petrichenko // Visnik sotsial'no-ekonomichnikh doslidzhen' [Bulletin of socio-economic research]. Vipusk 2(53). S. 232–237.
6. Poverina Yu. (2014) Peredumovi viniknennya ta sutnist' marketingu vrazhen' / Yu. Poverina, N. Skrigun // Strategiczne pytania światowej nauki – 2014: Materiały X Międzynarodowej naukowi-praktycznej konferencji. – Przemyśl : Nauka i studia. – Vol. 3. – S. 3–4.

7. Chernozubenko P. Zakon Linusa. Marketing vpechatleniy / P. Chernozubenko [Elektroni resurs]: Rezhim dostupa: www.marketch.ru/marketing.marginalia/marketing_experience.

8. Sheremet P. Total'niy marketing v ekonomitsi vrazhen' / P. Sheremet [Elektroni resurs]: Rezhim dostupa: <http://innovations.com.ua/ua/articles/13554>.

Yaromich S.A.

Candidate of Economic Sciences, Professor,
Professor at Department of Management of Organizations
Odessa Regional Institute for Public Administration
National Academy for Public Administration under the President of Ukraine

Lakhtionova T.M.

Graduate Student,
Odessa Regional Institute for Public Administration
National Academy for Public Administration under the President of Ukraine

Popel' O.O.

Graduate Student,
Odessa Regional Institute for Public Administration
National Academy for Public Administration under the President of Ukraine

INNOVATIVE ASPECTS OF EXPERIENTIAL MARKETING IN THE SPHERE OF TOURIST SERVICES

The article touches the specifics of experiential marketing innovative aspects in the travel industry. It is defined that experiential marketing is a result of progressing market development, competition, growing economies and so on. Emphasis is placed on fundamentals of modern experiential marketing, which ascertains the principles and philosophy of classical marketing, needs to be determined. It is shown that right now client experience management dominates and is a real global marketing trend. It is stressed that experiential marketing is a grand-scale ongoing process of values migration. The most important thing – is to create values but not the products.

Marketing instruments should serve only as a description of how to do this optimally. Much attention is given to the point that interest to the network approach in the study of economic practices is due to not only to the continuous growth of various network structures, but also methodological capabilities provided by this approach to the studies of socio-economic subjects' interaction. The role of emotional and mental components of the consumer experience is specified.

The change in the current needs of network participants, consumer value structure, and the need for its permanent re-identification were noted. The basis for the emerging of new value is the consumer experience, which is defined as the formed sensory-material experience that arose as a result of a need satisfaction. Our fast-paced environment, overflowed with information and different products, generates high demand of emotions, which makes experiential marketing to stand forward.

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

PROBLEMS OF THE ECONOMIC INTERACTION OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TERRITORIES AND NATURAL HERITAGE

ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ ТА ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ

The article presents the points of contact between the natural heritage and the economic dimension of sustainable territorial development. The economic characteristics of the components of the applied process of use of natural heritage will be examined. Then follows a consideration of the various models, used as approaches to applying natural heritage within territorial sustainable development strategies. The different roles natural heritage may perform in such policies will then be outlined. Finally, will consider both the possibilities and the constraints of the original proposition that natural heritage can play a significant role in sustainable territorial development strategies. The aim of article is consideration of the main problems of economic interaction of natural heritage with sustainable territorial development in the context of property and utilitarian relations on natural heritage resources as well as ways to overcome these problems in modern economic science.

Key words: *environmental economics, territorial sustainable development, natural heritage, tourism resources, sustainable development strategies.*

У статті представлено точки дотику природної спадщини з економічним виміром сталого територіального розвитку. Розглянуто економічні характеристики компонентів прикладного процесу використання природної спадщини, а також різні моделі, що використовуються як підходи до застосування природної спадщини в рамках територіальних стратегій сталого розвитку. Визначено різні ролі, які може грати природна спадщина в такій політиці. Розглянуто можливості й обмеження початкового припущення про те, що природна спадщина може відігравати значну роль у забезпеченні сталого територіального розвитку. Метою статті є розгляд основних проблем

економічної взаємодії природної спадщини зі сталим територіальним розвитком у контексті майнових і утилітарних відносин щодо природних ресурсів, а також шляхів подолання цих проблем у сучасній економічній науці.

Ключові слова: *економіка природокористування, сталий розвиток територій, природна спадщина, туристичні ресурси, стратегії сталого розвитку.*

В статье представлены точки соприкосновения природного наследия с экономическим измерением устойчивого территориального развития. Рассмотрены экономические характеристики компонентов прикладного процесса использования природного наследия, а также различные модели, используемые в качестве подходов к применению природного наследия в рамках территориальных стратегий устойчивого развития. Определены различные роли, которые может играть природное наследие в такой политике. Рассмотрены возможности и ограничения первоначального предположения о том, что природное наследие может играть значительную роль в обеспечении устойчивого территориального развития. Целью статьи является рассмотрение основных проблем экономического взаимодействия природного наследия с устойчивым территориальным развитием в контексте имущественных и утилитарных отношений в отношении природных ресурсов, а также путей преодоления этих проблем в современной экономической науке.

Ключевые слова: *экономика природопользования, устойчивое развитие территорий, природное наследие, туристические ресурсы, стратегии устойчивого развития.*

УДК 332.158

Ganski U.A.

Ph.D. in Economics,
Associate Professor at Department
of Economics and Management
Minsk Institute of Entrepreneurial Activity
Amdreichyk K.V.
M.A. in History, Ph.D. Student,
Senior Lecturer at Department of History
and Tourism,
Polotsk State University

Problem statement. Natural heritage today has become endowed with many public policy expectations, some of which are concerned with sustainable development not least at the territorial. However, although natural heritage possesses many economic dimensions and plays many roles in sustainable territorial development strategies only rarely are economic considerations paramount in the selection and management of natural heritage resources and only rarely is natural heritage the main support or justification for sustainable development. Herein lies the ambivalences in this reluctant relationship between natural heritage as a ubiquitous, flexible and multi-used resource and the many instrumental roles it is

expected to play in, largely territorial, sustainable development policies. Natural heritage is place-bound and is a major contributor to the identification of people with specific places, it becomes inextricably involved in territorial place images, identities and economic geographies. Natural heritage, therefore, is frequently called upon to perform many instrumental roles in, largely territorial, sustainable development strategies as commercial activity in itself, as a location factor for other economic enterprises, as a contributor to environmental amenity and territorial identity, as a constituent of place image promotion and branding, and as a frequently catalytic element in neighborhood regeneration. However, all these expectations are

based upon a resource that was not created for these purposes, is not necessarily managed by agencies sympathetic to them, and which itself may be intrinsically an obstacle to sustainable development though the restrictions on change it imposes, the resources it consumes and fossilizes and above all the backward-looking mentality it may engender amongst those who seek refuge from the challenges of the present and the future.

Therefore, this article will consider the possibilities and constraints stemming from this ambivalence, by examining and exemplifying the economic components of the natural heritage and outlining the economic models that are assumed to determine the natural heritage outcome at the territorial level. Natural heritage has an economic dimension that is quite basic to the activity if only because natural heritage costs money but also may earn money. There is thus inherently an economics of natural heritage that is fundamental to the selection of resource elements, their subsequent maintenance, interpretation, packaging, marketing and use management, even if those engaged in many of these activities would vehemently deny that economic justifications were paramount or even existed. In addition, natural heritage is used as a primary resource in many commercial industries, in which aspects of a commodified nature are selected and packaged into products for sale on various contemporary markets, including but not confined to tourism and recreation markets. It is also indirectly used in the construction of high amenity physical environments that may act as location factors for economic activities as well as endowing places with extra value, expressed in real estate prices or just a sentiment of well-being. Natural heritage also often plays a major role in the shaping and promotion of place images on internal and external markets, often in support of economic goals that may have little direct concern with nature.

Analysis of recent studies. The most significant in this area are substantial publications of G.J. Ashworth, J. Friedman, M. Hampton, R. Mason, L. Meskell, A. Peacock, C. Pert, I. Rizzo, A. Mignosa, E. Avrami, R. Mason, M. Torre etc. However, despite the presence of individual publications in this area, important issues of theoretical and methodological foundations of economic interaction of sustainable development and heritage remain virtually unexplored, especially in the domestic economic science, which determines the high degree of relevance of this study in the light of the special social significance of this problem.

The aim of article is consideration of the main problems of economic interaction of natural heritage with sustainable territorial development in the context of property and utilitarian relations on natural heritage resources as well as ways to overcome these problems in modern economic science.

Presentation of the main material. Natural heritage as a responsibility of governments and a concern of their citizens is an extremely recent phenomenon. Most of the legislation, governmental and non-governmental agencies, official subsidy and taxation structures have been created over the last century-and-a-half in order to satisfy a quite specific collective political and social requirement. The current consensus of official and popular support for natural heritage has the same basic justification. Economic uses were added subsequently and are of secondary importance. The point needs emphasis because designated sites, districts, objects and landscapes were not created for economic reasons and economic considerations were not decisive or even present at all in their creation.

It is only subsequently that economic uses have been added to the demand for the consumption of natural heritage, sometimes fortuitously and sometimes deliberately out of a reluctantly accepted economic necessity. Tourist uses of natural heritage in particular are often treated as a barely tolerated marginal use for natural heritage sites and places, which have been identified, selected, designated, maintained and interpreted for quite other groups and purposes [9, p. 25-39]. Tourists and saleable natural heritage products are endured for the marginal income or a possible justification through visitor numbers, that may be obtained from them but most existing heritage would continue to exist, albeit with fewer financial resources, in the service of its primary purposes if the economic function completely disappeared [12]. Indeed many institutions and individuals involved in the natural heritage process regard the intrusion of economics into their endeavors as, at best a distasteful necessity to be reluctantly tolerated, or, at worst, a distracting and even unwelcome commercialization of their undertakings.

Although many involved in the preservation and interpretation of natural heritage resources would rather ignore the economic dimension, they are confronted by the simple imperative that these activities cost money, an inconvenience that may be offset by its potential to earn money [8, p. 169-171]. However, the apparent symmetry of costs and benefits in the above statement is illusory as a result of the contexts in which natural heritage exists. Much official natural heritage is a public good in which public woodlands, places and sites, conserved natural territories and landscapes are freely accessible and zero, or near zero, priced facilities, whose consumption cannot be denied. However, although free to many natural heritage consumers, it is costly to create and maintain. The initial protective natural heritage designation may appear to cost next to nothing: it involves just the adding of a structure or area to a list, the cost of drawing a protective line upon a map or erecting a sign. Indeed much of the inflation that has occurred

in monument and natural heritage district designation lists in countries through the world over the last years can be explained by this seductively cost-free undemanding designation process, which normally occurs at some political level of government. In reality, however, such designation brings with it a political and moral commitment to preserve, restore and maintain into infinity. Also generally ignored are the less direct costs of natural heritage, including the alternative development opportunities forgone on what are often the most potentially valuable natural sites and the concomitant restrictions on the adaptation of objects, areas and even wider landscapes to changing social and economic circumstances. Restricting the capacity to change can be a serious constraint upon the continuous evolution of territories. This locking up of economic resources and acquisition of an increasing financial commitment into the future was called the "time-bomb", which is exacerbated by the disappearance of diversity resulting in the fact that more of structures become eligible through their originality to receive a preservation designation. An economic mortgage is taken out on the future, to provide for what the present perceives to be its needs, to be paid by the sterilization of scarce natural space and the fossilization of natural forms and morphologies as well as by a financial burden on future public and private funds [10, p. 369-372].

However, and seemingly in fortuitous compensation, natural heritage seems to offer a potential to make money in a number of different ways, directly and indirectly as discussed below. It is notable that attitudes to the role of natural heritage, like the wider idea of nature in general, within economies have dramatically shifted. It may be that it is the completeness and abruptness of this role reversal that accounts for the reluctance and unease of many in being involved. Also, simply those creating and maintaining the natural heritage resources are often not the same people as those engaged in releasing its economic potential. The managers of the potential natural heritage resources often find it difficult to apply economic concepts and approaches to the natural heritage experience or indeed to natural goods and services in general. They regard themselves as the custodians of natural riches, with a responsibility to maintain and bequeath objects, sites and landscapes intrinsic worth even to a society that seems to be unaware and even uncaring. Thus there has been a reluctance among natural heritage professionals to think in economic terms or place their activities within an economic context, for which they are usually unfamiliar, untrained and often unsympathetic.

All natural heritage needs investment for its maintenance and the realization of its potential utility for whatever purpose. It is possible to view this investment in natural heritage in much the same way as any other economic investment, namely a objects,

areas or landscapes is preserved and renovated by an investing owner who then reaps the profits from the enhanced value of the asset.

However, when considering especially built environmental heritage, there are complications to this otherwise straightforward link between investment and return. First, the costs of building and area preservation, renovation and restoration are front-loaded, that is most of the investment must be made long before any returns are obtained and may only be repaid over many years or even centuries. Such long-term and, intrinsic to heritage, intentionally intergenerational repayment renders it economically illogical for the individual to invest. Incremental investment to partially save or restore is rarely possible and deferring investment may raise costs or even render the project impossible. Second, as mentioned earlier, those making the investment and those reaping the profits are unlikely to be the same. However, even more fundamentally, both costs and benefits accrue more widely than just to those who own or are responsible for the natural heritage. Because much natural heritage is produced and consumed as a public merit good consumption cannot be restricted to those who pay for it and equally consumption may actually be compulsory as no-one can exclude themselves from experiencing built environments, whether such experiences convey positive or negative feelings. As with much environmental investment the economic externalities, whether benefits or costs, accruing to a wider society are often more important, and indeed may be the justification for the investment, than the internalities. This simple condition lies at the heart of the balance between public and private interests, which in turn has determined the nature of decision making in policies for using natural heritage in sustainable territorial development.

Consider the fundamental issue of private property ownership, which bedeviled attempts at public intervention in the natural environment in Europe for almost a century, delaying protective legislation and public subsidy. Indeed the issue remains unresolved in North American jurisdictions. Simply the judicially protected, and in some countries constitutionally supported, right of owners to an unfettered use and disposal of property made state intervention in the collective interest legally impossible. The compromise eventually arrived at in most Western European countries, and enshrined in legislation around the turn of the nineteenth and twentieth centuries, was to separate the private right to use and enjoy from the public right to preserve and bequeath. The ostensible confiscation of some private control by the state was compensated by public subsidy: the state, in effect, bought out some of the rights of private property in the common good.

This characteristic of investment in potential natural heritage whereby private and collective costs and

benefits are interlinked through externalities has a major influence upon the decision to invest. The rational process of the decision to invest in the preservation of natural heritage property may be explained by the simple idea of the "neighbor's dilemma". Two neighbors are considering whether it is financially worthwhile to invest in renovating their properties. If one does and the other does not, the investing neighbor receives a return from the value added to the property but this is depressed by the continued non-renovated condition of the neighborhood. The investor suffers a loss while the non-investing neighbor reaps an unearned profit from the partially renovated neighborhood [10, p. 376-378].

There are two rational strategies. The first is to do nothing and hope that your neighbor invests: the second is for both to agree to invest together thereby reaping the external as well as internal profits. So far in this story only the costs and benefits to the individual have been considered, the third party is the community, which can be assumed to have an interest in neighborhood renovation and is presumably represented by some local government agency. Only rarely will such agencies have the financial resources to invest themselves in preservation and even if they had the use of public finances to increase the value of private assets would need justification. In most cases, the role of the public sector is to create the conditions that encourage the individual owners to invest in their property. This may involve no more than the formal designation of a natural heritage or natural district, a line on the map, which declares the intent of a public authority. This alone may reassure the individual that private investment will be profitably secure and that the externalities are likely to be positive rather than negative. The act of designation can be enhanced by promotional measures such as a suitable naming of the area, by attention to public objects and infrastructure. Thus this "neighbor's dilemma" lies at the core of area development and preservation issues especially for natural districts. Public intervention is thus justified by increased collective benefit, by redressing territorial market failure, by reconciling private and public economic interests and distinguishing between individual and collective costs, benefits and responsibilities.

In the choice between public or private investment for property and area preservation it is, of course, in theory possible for the state to assume exclusive responsibility, in the collective interest, in a political system where private ownership of property does not exist or is severely curtailed. This avoids the 'neighbor's dilemma' described above and directs preservation effectively to exactly where it is desired and presumably also to whom the benefits will accrue. Apart from the political and legal difficulties of such a state monopoly of funding and subsequent uses, the magnitude of the funds required normally preclude this

happening on any substantial scale. The opposite extreme position would be for the state and its agencies to play no part in the process, leaving it entirely to private profit seeking investors who both take the risks and reap the benefits. This abrogation of financial responsibility also implies an inability to influence where such preservation occurs and who benefits. In particular private financial speculation is likely to result in social change among property users and in districts whose property improves or deteriorates, rising or falling in value, taking no account of any public policies for economic or social area redevelopment. Public authorities thus effectively cease to engage in area management. Most natural areas preservation over the last 50 years throughout most of the world has functioned through some compromise between these extremes. The government's dilemma is to obtain private risk-taking investment, while avoiding or mitigating what it regards as the undesirable social consequences of such investment. The role of the state has been to devise policies, generally at the territorial level, that protect the public interest through measures to limit or mitigate the negative external effects of private preservation investment. Intervention here tends to be in the form of regulations and constraints such as rent controls, resale restrictions, security of tenure, legal right of return and the like. The danger, of course is that if such antispeculation measures have little effect then they are futile but if they are effective then they restrict the rights of owners and investors thus lowering the value of property, which in turn discourages the investment [5, p. 739-740].

One common form of direct public intervention was for the public authority to play the role of the investing neighbor by operating rolling programmes of the purchase, preservation and resale on the free market of individual natural objects in the hope that this would send a positive signal to the market and encourage an imitation by private investors. A number of European countries, for example, have nationally funded preservation funds of this sort, while in the British Isles of private conservation trusts which again attempted to lead the market by example and again play the role of the initial investing neighbor in the model [11, p. 294].

However, there is a false sense of inevitability in the idea, which seems to suggest that the costs of preservation and maintaining natural heritage districts for the common good can quite easily be undertaken by private investment, as steered by public authorities. This sounds too good to be true, and it is. The illusion of automatic success was fostered from the experiences of individual Western European, North American and Australasian territories from the late 1960s though to the 1990s. This period followed the enactment of natural heritage area legislation in much of the Western world, which shifted

the focus of intervention from the natural object to the natural area and from the aesthetic and natural justifications to economic and social functional ones. The changes in approaches to local area planning and management were accompanied by an increasing popular and political support for territorial conservation [1, p. 26-31].

Suspicion about such statements should be aroused by the simple question of why logically this should occur. The designation of a object or an area as "natural" normally imposes constraints on use, which should lower the utility and thus value of the object or area. If this seems not to have happened then this aberration needs explanation and there has been much speculation about valuing preserved natural structures [6, p. 45-49].

The most widely encountered approach to using natural heritage resources and facilities especially at the territorial level could be called the "windfall gain model" in which existing natural heritage, maintained and managed to serve non-economic purposes, are utilized in addition for economic purposes. This can be viewed as a windfall gain because a marginal benefit is obtained without extra cost. Its attraction is that economic use obtains what appears to be a free resource, while the resource managers obtain what appears to be a marginal cost-free benefit. However this win-win situation is dependent upon a number of assumptions. First, it presupposes that the additional economic demands can be accommodated alongside the other already existing demands without competing with, displacing or reducing the value of the natural heritage experience to other consumers. Much of the friction between users at the scale of the local site, and much of the concerns of site management, can be traced to the partial incorrectness of this assumption. Second, it also assumes that the additional marginal use does not damage, diminish or change the resource upon which multiple uses depend. Third, it is implied that the addition of the economic use is conditional upon the above two assumptions being correct and, if they are proved not to be in practice, then there is an acceptance that the economic use will be monitored and regulated such that other users will be prioritized. This model also raises the issue of free-ridership (i.e. gaining benefits from a resource whose costs are borne by another), although who is riding free depends upon how the model is interpreted in a given situation. An economic enterprise may freely use a natural heritage facility created and maintained for other purposes: alternatively, a natural heritage enterprise may generate economic returns that maintain a facility in existence for the free use by others. Both situations can exist simultaneously [10, p. 352-356].

At the level of the individual natural heritage facility, it may not appear to matter much who consumes or why they are consuming the service and experi-

ence on offer. The critical variable becomes the customer or visitor numbers or expenditures. It is these figures that provide the economic returns or less directly the political justification for the facility. The dangers of this 'turnstile model', however, are that it assumes that it is the same product that is being consumed in the same way and for the same reasons by each customer.

If natural heritage is conceived to be the commodification of the nature, then a tradable product for sale on present markets is created from what was previously non-tradable structures and sites. This can be viewed as an industrial assembly model which combines resources, products and markets. Within this model three processes occur, namely, resource discovery and activation, product assembly though resource selection and product packaging, and product delivery to final consumer markets. Such a model accommodates and explains some of the significant characteristics of natural heritage when viewed as a product range. In particular, it illustrates the vertical disintegration of the different stages in the process whereby different agencies are responsible for different phases in the process. It remains however something of an abstraction for two reasons. First, no such integrated assembly system actually exists: The three processes of which it is composed are performed by at least three groups of actors namely, the resource caretakers, the product assemblers and the market managers. Those operating at these different stages of the model often have little interest in, or even awareness of, each other, having different working practices and are usually quite differently motivated. Second, although the model is useful in stressing the essentially market rather than resource driven characteristic of natural heritage, there is a marked difference in this respect between the two sides of the assembly process. The demand side of the model is certainly market driven but the supply side rarely recognizes this, with the resource providers assuming the existence of intrinsic object-based values rather than ascribed society-based market values. From this discrepancy stems much of the lack of understanding and often friction between those operating at the different stages of the model [3, p. 72-78].

Natural heritage can be used as an economic enterprise; as part of a wider set of natural industries producing distinctive natural goods and services for sale. In this respect it has a distinctive local geography of production. It has identifiable spatial location factors, distinctive industrial structures of production, patterns of employment and traceable inter-firm linkages and networks. Natural heritage enterprises can thus be planned and managed as other services enterprises in the public interest by using the distinctive characteristics of the industry. These include the prevalence of small enterprises each handling specific stages in the production and delivery pro-

cess and a dependence on specialized labor pools, a feature typical of both service industries and tourism. These characteristics of production reinforce an often highly localized, spatial dimension leading to a marked spatial clustering.

The tourist use of natural heritage could be regarded as only a specialized travel industry market consuming a particular set of natural goods and services. However, its economic importance, both locally and beyond, demands special attention and has generated much political and academic interest. Suffice it here to add that the main economic problem with the commodification of nature for tourism lies in the discrepancy between internalities and externalities of costs and benefits already discussed. Many of the primary tourism resources experienced by visitors are public goods, freely accessible at zero-cost. The economic returns from tourism are dominantly indirect, accruing to the secondary tourist support services. This imbalance of internal and external costs and benefits is also compounded by discrepancies of spatial scale in that many of the costs may occur at the territorial scale as externalities, while much of the benefit may be reaped as internalities outside the territory [7, p. 129-134].

The way tourism as a user of natural heritage is viewed depends upon the viewpoint. Natural heritage provides a flexible, ubiquitous and inexhaustible resource that is ideal for the creation of place-bound tourism products for ever-expanding leisure markets. The tourism industry, with low start-up costs and labor-intensive activities, seems to offer local economic benefits generated from resources that largely already exist and are often otherwise underused. Equally tourism can be viewed as a parasitical free-rider and potential despoiler of natural resources that it has not created and financed and does not manage, displacing other more worthy users and creating high external costs for many who receive no benefit from the activity. These largely irreconcilable viewpoints account for both the almost ubiquitous presence of tourism in local strategic sustainable development policies as well as its prominence as a local political issue [5, p. 735-759]. The resolution depends upon the priorities set by territorial governments and place managers.

Natural heritage may be a variable, whether positive or negative, in the location decision of other economic enterprises and of potential residents. The existence of conserved districts and landscapes, objects and natural heritage structures, and even just the idea that a place is important from a natural point of view, may be an environmental amenity attractive to potential residents. Such natural heritage may also be attractive to economic enterprises both indirectly through the enhanced residential amenity for employees but also and more directly if the enterprise can capitalize upon the place association with naturalness

and even upon the visitors that such naturalness may attract. Whether naturalness of place associations are beneficial or detrimental will depend largely upon the nature of the product or service being produced. Equally however the restrictions on use, adaptation and traffic circulation imposed by preservation designations upon areas are a cost to residents and enterprises and the natural place associations may not be appropriate and profitably transferable to the firm.

The link here between the built environmental heritage and sustainable development is through place identity. Here it is assumed that specific localities to varying degrees possess a quality called identity, that is that the people who use this place, or even imagine it from a distance, identify with it in some way, and that this quality may confer a universal benefit in the form of a public good by its very existence. This is the "identity dividend" [4, p. 294-301]. Such a dividend, whether economic or psychic, is expected to emanate from 'identity-rich' regions and be automatically conferred upon their inhabitants and other users of such places. Governments have frequently assumed the role of encouraging the creation of strong local identities because of such assumed public benefits and heritage has generally been the most important instrument in such policies.

Strongly related to place identity is the use of natural components within place-marketing and place-branding strategies. All such strategies share the common element of attempting local differentiation: making one place different from another in the imagination of the consumer. The idea that places are distinctively local and unique explains why heritage associations are frequently used to promote places, and not only on tourism markets. Preserved objects and areas, are seen as reinforcing the uniqueness of the place-product selling point, almost regardless of the nature of the product [2, p. 167-172].

Finally in this list of the uses of natural heritage in sustainable development, there are a few cases where natural heritage has been used to reshape fundamentally the economy of a place through becoming in itself the dominant economic sector. Examples such are notable for both their success but also their rarity. Such cases are usually the result of a sudden and drastic failure in the local economy necessitating a complete reorientation. They also require much good fortune in time and place and are nearly impossible to replicate elsewhere. Much more widespread is the use of natural heritage indirectly, through its contribution to a broad-based amenity and environmental quality. Natural heritage in its many expressions may all contribute to area regeneration even when the sustainable development has little directly to do with nature. Although it was made clear at the outset that natural heritage is an experience rather than an object, many of the arguments expounded above have in practice been overtly or covertly concerned

with the built environment of objects and natural heritage districts. Of course, natural heritage meanings can be communicated by many other means including natural sites, geological artefacts, relief and landscape. However even though any or all of these can play some role in the economic regeneration of local areas, it is natural spaces and morphologies that have had the most obvious, long-term and substantial impact upon such policies [8, p. 309-321].

Natural heritage offers many possibilities for use in sustainable territorial development strategies but is also constrained by many limits. There is a school of thought that contradicts the whole argument of this article by not only dismissing any possible role of natural heritage in solutions to economic regeneration but by viewing it as a significant part of the problem. In these arguments natural heritage is a cost both directly through the financial resources it consumes and more importantly indirectly through the opportunity costs foregone and the obstacles to sustainable development it imposes though the restrictions that preservation designations entails on objects and areas. More broadly natural heritage is viewed as a constraint that fossilizes the existing morphological patterns and land uses and even more seriously engenders a backward looking mentality that focuses upon the former state of nature, which is the antithesis of the forward looking future orientation intrinsic to sustainable development.

Conclusions. It is still worth remembering that although natural heritage possesses many economic dimensions and plays many roles in sustainable territorial development strategies, only rarely are economic considerations paramount in the selection and management of the resources from which it is created and only rarely is natural heritage the main support or justification for sustainable development. Almost all natural heritage is maintained to fulfill contemporary political and social needs for legitimation and socialization and it would continue to exist even if it had no economic significance. Also, it must be reiterated that many of the actors involved in the process of natural heritage resource preservation, natural heritage product packaging and even promotion and consumption are not motivated by its economic potential and may even be averse to the very idea of its use for economic gain. Nevertheless, and for whatever reason it was created it offers ubiquitous, flexible and mutable resources rendering it in many

ways an ideal instrument of sustainable territorial development. This is usually most effective in combination with other management instruments where nature often plays a catalytic role by shaping a natural and distinctive place identity within which wider sustainable development policies can operate successfully. It must always be remembered, however, that natural heritage is inevitably about choices and in sustainable territorial development and the regeneration of areas this involve choices of objectives and instruments. Natural heritage may, but equally does not have to, be chosen to be among either the goals or the tools.

REFERENCES:

1. Ashworth G.J. (2008) Heritage and economy. Encyclopedia of Human Geography, ed. R. Kitchen, London: Elsevier.
2. Ashworth G.J. (2010) Personality associations as an instrument of place branding: possibilities and pitfalls. Towards Effective Place Branding, ed. M. Kavatzis, Northampton: Edward Elgar Publishing.
3. Avrami E., Mason R., Torre M. (2000) Values and Heritage Conservation, Research Report, Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
4. Friedman J. (1994) Cultural Identity and Global Process, London: Sage.
5. Hampton M. (2005) Heritage, local communities and economic development. Annals of Tourism Research, Vol. 32(3), pp. 735-759.
6. Mason R. (1999) Economics and Heritage Conservation: Concepts, Values and Agenda for Research, Los Angeles: Getty Conservation Institute.
7. Meskill L. (2010) Heritage and Globalization, London: Routledge.
8. Peacock A., Rizzo I. (2008) The Heritage Game: Economics, Policy and Practice, Oxford: Oxford University Press.
9. Pert C. (2002) Tourist apprehension of heritage: a semiotic approach to behavior patterns. International Journal of Arts Management, Vol. 4, pp. 25-39.
10. Rizzo I., Mignosa A. (2013) Handbook on the Economics of Cultural Heritage, Northampton: Edward Elgar Publishing Inc.
11. Torre M., Mason R. (1999) Economics and Heritage Conservation, Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
12. World Tourism Organization (2009) Sustainable Tourism Management at World Heritage Sites. Enhancing Inter-agency and Stakeholder Coordination for Joint Action, Madrid: World Tourism Organization.

Ganski U.A.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics and Management
Minsk Institute of Entrepreneurial Activity

Amdreichyk K.V.

M.A. in History, Ph.D. Student,
Senior Lecturer at Department of History and Tourism,
Polotsk State University

PROBLEMS OF THE ECONOMIC INTERACTION OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TERRITORIES AND NATURAL HERITAGE

Today the natural heritage has become endowed with many public policy expectations, some of which are concerned with sustainable development not least at the territorial. The natural heritage possesses many economic dimensions and plays many roles in sustainable territorial development strategies only rarely are economic considerations paramount in the selection and management of natural heritage resources and only rarely is natural heritage the main support or justification for sustainable development. Natural heritage is frequently called upon to perform many instrumental roles in, largely territorial, sustainable development strategies as commercial activity in itself, as a location factor for other economic enterprises, as a contributor to environmental amenity and territorial identity, as a constituent of place image promotion and branding, and as a frequently catalytic element in neighbourhood regeneration. Therefore, this article will consider the possibilities and constraints stemming from this ambivalence, by examining and exemplifying the economic components of the natural heritage and outlining the economic models that are assumed to determine the natural heritage outcome at the territorial level. Natural heritage in territorial sustainable development operates alongside and possibly in competition with the cultural, social, and political objectives, a competition in which it is unlikely to be prioritized. Natural heritage has an economic dimension that is quite basic to the activity if only because natural heritage costs money but also may earn money. There is thus inherently an economics of natural heritage that is fundamental to the selection of resource elements, their subsequent maintenance, interpretation, packaging, marketing, and use management, even if those engaged in many of these activities would vehemently deny that economic justifications were paramount or even existed. In addition, natural heritage is used as a primary resource in many commercial industries, in which aspects of a commodified nature are selected and packaged into products for sale on various contemporary markets, including but not confined to tourism and recreation markets.

ВІДПОВІДНІСТЬ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ВИМОГАМ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ НА ПРИКЛАДІ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНІВ

CONFORMITY OF THE EDUCATIONAL MARKET TO THE REQUIREMENTS OF THE MODERN LABOUR MARKET UNDER THE EXAMPLE OF THE MACHINE-BUILDING COMPLEX OF OLD INDUSTRIAL REGIONS

У статті розглянуто можливості перспективного збалансованого та взаємопов'язаного розвитку ринків праці та освітніх послуг професійної підготовки висококваліфікованих кадрів машинобудівного комплексу. Модельним районом досліджень вибрано проблемні та депресивні старопромислові регіони України. Запропоновано комплексний підхід до класифікації та типології старопромислових регіонів на основі аналізу статистичних даних щодо індикаторів їхнього економічного розвитку. Визначено сучасні проблеми та реалії функціонування даної галузі промисловості. Запропоновано заходи щодо подолання невідповідності пропозицій і попиту на ринках освітніх послуг та праці. Ключовим інструментом вирішення даного кризового явища слід уважати просування та практичну реалізацію на теренах Української держави концепції створення навчально-наукових виробничих центрів та комплексів.

Ключові слова: старопромислові регіони, проблемні регіони, типологія, промисловість, індикатор, комплекс, машинобудівна галузь, вища освіта, система, конкурентоспроможність, ринок, послуга, додана вартість.

В статье рассмотрены возможности перспективного сбалансированного и взаимосвязанного развития рынков труда и образовательных услуг профессиональной подготовки высококвалифицированных кадров машиностроительного комплекса. В качестве модельного района исследований выбраны проблемные и депрессивные старопромышленные регионы Украины. Предложен комплексный подход к классификации и типологии старопромышленных регионов на основе анализа статистических данных в отношении индикаторов их экономического развития. Определены современные проблемы и реалии функционирования

данной отрасли промышленности. Предложены меры по преодолению несоответствия предложений и спроса на рынках образовательных услуг и труда. Ключевым инструментом решения данного кризисного явления следует считать продвижение и практическую реализацию на территории Украинского государства концепции создания учебно-научных производственных центров и комплексов.

Ключевые слова: старопромышленные регионы, проблемные регионы, типология, промышленность, индикатор, комплекс, машиностроительная отрасль, высшее образование, система, конкурентоспособность, рынок, услуга, добавленная стоимость.

In the article, possibilities of the perspective balanced and interconnected development of labour markets and educational services on professional training of highly qualified personnel of a machine-building complex are considered. As a model area for research, the authors selected problematic and depressed old industrial regions of Ukraine. The article suggests a comprehensive approach in the classification and typology of old industrial regions based on the analysis of statistical data on indicators of their economic development. Based on the analysis, modern problems and realities of the functioning of this branch of industry are determined. The authors propose measures to overcome the discrepancy between supply and demand in the markets of educational services and labour. One of the key tools for solving this crisis phenomenon is the promotion and practical implementation of the concept of creating educational and scientific production complexes and centres on the territory of the Ukrainian state.

Key words: old industrial regions, problem areas, typology, industry, indicator, complex, machine building, higher education, system, competitiveness, market, service, added value.

УДК 338.124+331.522+338.465.4

Драчук Ю.З.

д.е.н., професор,
провідний науковий співробітник
Інститут економіки промисловості
Національної академії наук України
Сав'юк Л.О.
к.т.н., доцент, докторант
Інститут економіки промисловості
Національної академії наук України

Постановка проблеми. Вважається, що до старопромислових регіонів України належать Дніпропетровська, Запорізька, Донецька, Луганська, Полтавська і Харківська області. При цьому Донецький та Луганський регіони сьогодні втягнуті у військове протистояння, і частина цих регіонів знаходиться на непідконтрольній українській владі території. Тобто Донецька та Луганська області підпадають під статус проблемних депресивних регіонів, що продовжують зазнавати значного руйнування об'єктів із порушенням діяльності підприємств. Це викликає руйнування економічного укладу вказаних територій, спотворення та диспропорції ринків праці й сфери освітніх послуг, що обслуговують промислові галузі металургійного

та хімічного виробництва, видобування корисних копалин, машинобудування.

Поряд із необхідністю радикальних змін у структурі економіки старопромислових регіонів не менш важливою проблемою їх трансформації є зміна поведінкових стереотипів суб'єктів економічних відносин. Щодо сучасного стану розвитку системи вищої освіти (СВО) України можна зробити невтішний висновок про слабку інтеграцію цієї системи з ринком праці та промисловим сектором. Низька конкурентоспроможність трудового потенціалу України, що фіксується в продуктивності й якості праці, інноваційна загальмованість у більшості галузей указують на вади в роботі професійних навчальних закладів, передусім вищих.

Промисловий сектор незначно (окрім поодиноких випадків) безпосередньо опікується процесами підготовки інженерних кадрів як у технологічно-матеріальному, так і в методичному та професійному сенсі. Звичною практикою майже для всіх галузей промисловості є життєва необхідність перепідготовки молодих спеціалістів на виробництві або за його межами. Водночас СВО продовжує за інерцією готувати професійні кадри, які не відповідають критеріям сучасного інноваційного виробництва, його стрімкого розвитку на основі креативних технологій, інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та новацій у сфері управління, менеджменту та маркетингу.

Відзначене призводить до підвищення безробіття на ринку праці, дефіциту кадрів на промислових підприємствах, невідповідності освітньої кваліфікації їхніх працівників, зниження конкурентоспроможності національної СВО та відтоку кадрів за межі країни.

Подолання цих кризових явищ в українському суспільстві можливе лише за умов сприйняття, що вища освіта повинна відповідати сучасним потребам суспільства та ринку праці, забезпечувати формування у кожної особистості здатності швидко адаптуватися до сучасних соціоекономічних реалій, які стають найважливішою умовою успішного і стійкого розвитку соціуму.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

У сучасній економічній теорії існує достатня кількість досліджень щодо класифікації і типології регіонів за різними критеріями залежно від цілей проведення дослідження [1, с. 636]. За критерієм структури економіки, з урахуванням історичного аспекту регіони поділяються на старопромислові й «новітнього розвитку». Виділення першої групи регіонів урахує хронологію періоду їх формування та освоєння, що значною мірою визначає їхню сучасну структуру, а саме велику частку базових (старих) галузей промисловості. У цьому плані переважна частина старопромислових регіонів України належить до першого типу. У відзначених регіонально-економічних системах, окрім Дніпропетровської та Харківської областей, головують старі промислові галузі з низькою прибутковою нормою, частковим занепадом виробництва: паливно-енергетичний комплекс, металургійне та хімічне виробництво, важке машинобудування за відсутності стійкої тенденції до впровадження високотехнологічних інновацій та підготовки високопрофесійного персоналу. Напередодні економічної й політичної кризи та військового конфлікту на сході нашої країни в інформаційних джерелах почала активно обговорюватися гостра проблема розвитку та необхідності інноваційної трансформації проблемних регіонів, у яких виникає низка несприятливих обставин постійного або тимчасового характеру, передусім занепад економіки,

соціально-політичні й етнічні конфлікти, масштабні техногенні аварії або стихійні природні явища тощо. Вказані регіони ще прийнято називати програмними, тому що їх подальший розвиток потребує швидкого розроблення спеціальних програм розв'язання проблем [2, с. 139]. Світовий досвід свідчить, що під час виділення проблемних регіонів використовуються два основних підходи. Перший полягає в оцінці ступеня та впливу на економіку кризової ситуації: райони з глибоким постійно діючим економічним занепадом, конфліктні території, регіони стихійних і техногенних катастроф. У другому підході виділяються головні об'єкти державної регіональної політики: відсталі, прикордонні, старопромислові регіони, райони нового освоєння.

Регіональною економікою виділяються кілька типів проблемних регіонів: слаборозвинені (відсталі), депресивні регіони, зони екологічного лиха, території з екстремальними природними умовами та ін. Сьогодні, на думку українських науковців, зміст поняття «депресивні регіони» збігається з категорією старопромислових районів. Однак як один із типів проблемних регіонів вони перебирають на себе їхні соціоекономічні особливості й кризові явища. Ці території не в змозі самостійно вирішувати свої соціально-економічні проблеми, реалізовувати високий потенціал і вимагають активної підтримки з боку держави.

Проблема визначення критеріїв для віднесення певного регіону до типу старопромислового в економічній літературі досліджується та продовжує докладно вивчатися багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими, серед них: А. Фремон, Р. Бошма, Й. Ламбуй, М. Штайнер, Ф. Нафка, Ф. Ван Оорт, Р. Хадсон, Е. Камберс, О.І. Амоша, Ю.С. Залознова, В.І. Ляшенко, І.В. Петенко, М.С. Пашкевич, О.Ю. Снігова, С.О. Федулова, Г.М. Майборода. Вирішення цієї проблеми дасть змогу на більш ефективний та якісний рівень підняти управління регіональним розвитком Української держави у цілому.

Економічний стан вітчизняного машинобудівного комплексу протягом різних періодів функціонування висвітлюється у численних працях учених та дослідників. Сучасні аспекти сталого розвитку машинобудівних підприємств, стратегічні цілі та пріоритети їх трансформування у високотехнологічне виробництво розглянуто в роботах А.І. Амоші, В.П. Вишневського, Л.А. Збараської, Л.Є. Довгань, Н.О. Сімченко, Б.М. Данилишина, Д.В. Клинового, Т.В. Пепи, Н.В. Тарасової, Л.П. Клименко, В.М. Ємельянова, В.О. Точиліна, В.В. Венгера, М.О. Кравченко, Р.Д. Уваровського, І.А. Шейко та інших провідних науковців.

В останні роки з урахуванням незадовільного стану кадрового забезпечення різних галузей промисловості, невідповідності якості підготовки

професійних кадрів у стінах вищих навчальних закладів (ВНЗ) потребам виробництва виникає необхідність негайного вирішення проблеми приведення до систематичної відповідності ринків освітніх послуг та праці. До одного з аспектів наукових досліджень належить аналіз стану ринку праці, у тому числі старопромислових регіонів. Як зазначається в роботі [3, с. 56], функціонування вітчизняного ринку праці сьогодні залежить не лише від стану економіки України, а й від попиту та пропозиції робочої сили у Європі та в Росії. Причому розв'язувати проблеми вітчизняного ринку праці доводиться на тлі загального старіння населення України та скорочення економічно активної його частини, а також анексії Росією Кримської АР і м. Севастополя та окупації частини районів Донбасу. А залежність машинобудівного виробництва від кадрового забезпечення є відомою широким науковим та суспільним колам та досліджується в роботах визнаних вчених Інституту соціології НАН України, а також розглядається в роботах Д.В. Алфімова, О.П. Волошина, С.О. Тимченко та ін. Слід відзначити відсутність робіт, що присвячені дослідженням прямого взаємозв'язку та взаємного впливу ринку освітніх послуг і ринку праці. Досі не розглянуто аспект входження світової спільноти в епоху економіки знань як вирішального чинника необхідності переведення ВНЗ у розряд юридичного статусу організацій із надання якісних послуг із забезпеченням доданої академічної вартості. Такі дослідження мають призвести до гармонічного поєднання економіки, виробництва й освіти у збалансовану систему відносин, коли кожний випускник університету стає сформованим спеціалістом, забезпеченим відповідним до його кваліфікації робочим місцем, а його компетенції відповідають потребам розвитку виробництва на високотехнологічній платформі без необхідності перекваліфікації та повторного навчання.

Особливого значення набуває взаємно збалансований та інтегрований розвиток машинобудівного комплексу депресивних регіонів України та системи підготовки кадрів для нього на територіях старопромислових регіонів, що залишилися під контролем Української держави або у ВНЗ інших областей України. Підготовка таких кадрів повинна ґрунтуватися на особливостях нинішнього стану економіки та промисловості старопромислових регіонів. А спеціалісти машинобудівного комплексу повинні володіти інструментами реалізації дорожньої карти заходів із відновлення територій Донбасу та інноваційного розвитку інших старопромислових регіонів, нового регіоналізму, інноваційними технологіями та широким конструктивістським мисленням.

Постановка завдання. Метою дослідження є проведення критичного та всебічного аналізу стану ринків праці та освітніх послуг старопромис-

лових регіонів України. За результатами інформаційному пошуку зроблено аналітичні висновки щодо можливості налагодження ефективних та корисних креативних зв'язків між ринком праці та ринком освітніх послуг підготовки висококваліфікованих кадрів для машинобудівного комплексу вказаних регіонів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Для вирішення проблем незадовільного забезпечення ринку праці старопромислових регіонів якісними інженерними кадрами, у тому числі для підприємств машинобудівного комплексу, серед головних якісних ознак таких регіонів слід виділити [2, с. 127]:

- особливу критичність проблем, що створюють загрозу соціально-економічній, політичній стабільності та екологічній рівновазі в країні;
- наявність виробничого, науково-технічного, трудового, природного потенціалів, використання яких принципово важливе для національної економіки;
- незвичайність геополітичного і геоекономічного положення регіонів з огляду на стратегічні інтереси країни.

На думку авторів, найбільш сучасне та актуальне визначення старопромислового регіону сформовано С.О. Федуловою [4, с. 15]: це цілісна соціально-економічна система, складова частина територіального устрою країни, що характеризується за своїм змістом наявністю старої промислової базової галузі з переважанням монопромислової економіки та питомою вагою таких регіонів у добувній і переробній галузях понад 7%. Даний підхід та відповідні статистичні дослідження дали змогу автору зробити несподіваний та неоднозначний висновок про те, що за обсягами реалізованої промислової продукції за регіонами після анексії території Криму та тимчасової окупації частини територій Донецької і Луганської областей незмінними областями, що підпадають під визначення старопромислових, є Дніпропетровська і Донецька області, м. Київ та Запорізька область. Випала з переліку старопромислових регіонів Луганська область. У 2015 р. до цього визначення підійшли економічні системи Луганської, Полтавської і Харківської областей, що поступово нарощували свій старопромисловий потенціал. Слід відзначити наявність інших підходів до класифікації та типології регіональної економіки України. Так, професором Інституту економіки промисловості НАН України В.І. Ляшенко запропоновано класифікувати регіони України за їхньою питомою вагою у добувній та переробній галузях промисловості, а саме:

- понад 7% – гіпертрофований промисловий розвиток регіону;
- 2–7% – нормальний індустріально-аграрний розвиток регіонів;

- до 2% – аграрно-індустріальний розвиток регіонів [5].

Саме за цією класифікацією аграрно-індустріальними в Україні є Волинська, Житомирська, Закарпатська, Кіровоградська, Тернопільська, Херсонська, Черкаська і Чернівецька області. Всі останні в тому або іншому ступені є промислово-аграрними та старопромисловими. Переважна більшість дослідників схиляється до того, що в Україні до типових старопромислових регіонів належать Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Полтавська і Харківська області. Слід відзначити, що окремим типом економіки виділяються рекреаційні регіони України, до яких належать Волинська область, Карпатський регіон та вже анексований Кримський півострів. Тому, наприклад, Івано-Франківська, Львівська та Херсонська області можуть бути віднесені до нового типу рекреаційно-аграрно-промислових регіонів.

Унаслідок динамічного та неухильного розвитку або, навпаки, деградації регіональної системи країни відбуваються постійні зміни в класифікації та типології її регіонів. Цей факт вимагає відповідального ставлення до регуляторної регіональної ідентифікації, особливо старопромислових регіонів.

У монографії В.І. Ляшенко, Л.Г. Червоної, Л.М. Кузьменка та ін. «Структурні трансформації старопромислових регіонів України» (Інститут економіки промисловості НАН України) відзначено, що у високорозвинених країнах світу склалася система економічних відносин основних чотирьох типів: високорозвинені, старопромислові, аграрні регіони та регіони нового освоєння [6, с. 9–10], де відзначається, що старопромислові регіони виникли, як правило, в епоху промислових переворотів. Для них характерні такі старопромислові галузі промисловості, як видобування кам'яного вугілля та залізної руди, суднобудування, текстильна промисловість, які домінують над наукомісткими виробництвами.

Рівень розвитку регіонів оцінюється за багатьма видами економічних показників та визначається шляхом порівняння регіональних індикаторів розвитку із середніми по країні або з аналогічними показниками інших регіонів (деколи з показниками інших країн). Головними економічними показниками є валовий внутрішній продукт (ВВП) або валовий суспільний продукт (ВСП), валовий національний продукт (ВНП) і валова додана вартість (ВДВ) або національний дохід (НД) на одну особу. Різноманітні аспекти економічного розвитку регіону аналізуються для встановлення об'єктивного діагнозу, на основі якого здійснюється ранжування регіонів за рівнем їхнього розвитку та розробляється певна стратегія і тактика подальшого регіонального розвитку.

Характерною особливістю розвитку регіонів України є поглиблення наявних міжрегіональних

диспропорцій за показниками соціально-економічного розвитку. Сьогодні доцільно виділяти чотири типи регіонів: регіони-лідери, високорозвинені, розвинені та проблемні [7, с. 292–293]. Згідно із цією класифікацією, до проблемних регіонів належать такі, становище яких за сукупністю показників гірше середньодержавного рівня на 10% і більше. Матеріальне виробництво у цих регіонах не отримало достатнього розвитку, вони мають дотаційну структуру бюджету, недостатній фінансовий потенціал, у тому числі інвестиційний. У таких регіонах деякі соціальні показники мають загрозливе значення для безпеки держави, що переводить їх у клас потенційно депресивних, а ринок праці напряму залежить від розвитку промислового виробництва.

Індекс промислової продукції є індикатором позитивного розвитку промисловості як показник динаміки обсягу промислового виробництва, середньозважена величина з відповідних індивідуальних індексів за кожним товаром. Розрахунок базується на даних щодо динаміки виробництва видів продукції за постійним набором товарів-представників у структурі валової доданої вартості за видами промислової діяльності за базисний рік (2010=100%). Індекс промислової продукції за звітний період розраховується з урахуванням уточнених даних за попередній період. У травні поточного року проти травня 2017 р. індекс промислової продукції по країні, скоригований на ефект календарних днів, становив 102,9%. У табл. 1, згідно з даними Державної служби статистики України, наведено індекси промислової продукції за регіонами країни, що належать до старопромислових.

Як можна бачити, особливе занепокоєння викликає стан розвитку промисловості в Луганській області, де індекс промисловості знизився порівняно з травнем 2017 р. на 10%. Зменшення індексу спостерігається в Полтавській, Запорізькій, Донецькій та Дніпропетровській областях на 4,4%, 3,3%, 3,1% та 2,5% відповідно. Зростання цього індексу досягнуто лише у Харківській області – на 15,8%. Якщо провести порівняльний аналіз індексу промислової продукції для періодів із січня по травень 2017 та 2018 рр., то ситуація є якісно іншою: Дніпропетровська, Донецька, Запорізька області мали більше значення індексу промисловості, ніж у цілому по країні. Відставали за даним показником Харківська та Луганська області. Аналіз статистичних даних за 2016–2017 рр. дає змогу зробити висновок про суттєві проблеми промислового розвитку у Дніпропетровській, Донецькій та Луганській областях. Луганська область досі має тенденцію до стагнації й може бути віднесена скоріше до слаборозвиненого регіону з постійно діючим економічним занепадом. Згідно з інформаційним аналізом наукових джерел, нижче запропоновано комплекс типології та класифікації ста-

ропромислових регіонів України станом на 2017 р. (рис. 1).

Дана класифікація розроблена авторами та потребує подальшого обґрунтування та деталізації. Однак, на нашу думку, станом на 2017 р. лише чотири регіони можуть бути віднесені до типу старопромислових: Дніпропетровська, Запорізька, Полтавська та Харківська області. Донецька та Луганська області обтяжені іншими негативними типологічними ознаками та мають найбільш віддалену оптимістичну перспективу переходу до стану регіонів сталого розвитку. Саме вони особливо гостро потребують розвитку на своїх територіях високотехнологічного виробництва, у тому числі інноваційного машинобудівного комплексу.

Слід відзначити, що вельми складним завданням є проведення повного аналізу стану ринку праці у Донецькому та Луганському регіонах унаслідок великої кількості вимушено переміщених осіб, які динамічно змінюють місце проживання по території країни. Сьогодні у цих регіонах існує загроза скорочення обсягів виробництва, може виникнути питання про повну зупинку підприємств металургійної сфери внаслідок недовантаження їхніх виробничих потужностей, зростання ціни на продукцію та відсутність ринків збуту. Такі підприємства завжди були системоутворюючими для економіки старопромислових регіонів і навіть окремих районів Донецької, Луганської, Запорізької областей. Це може вплинути на рівень безробіття,

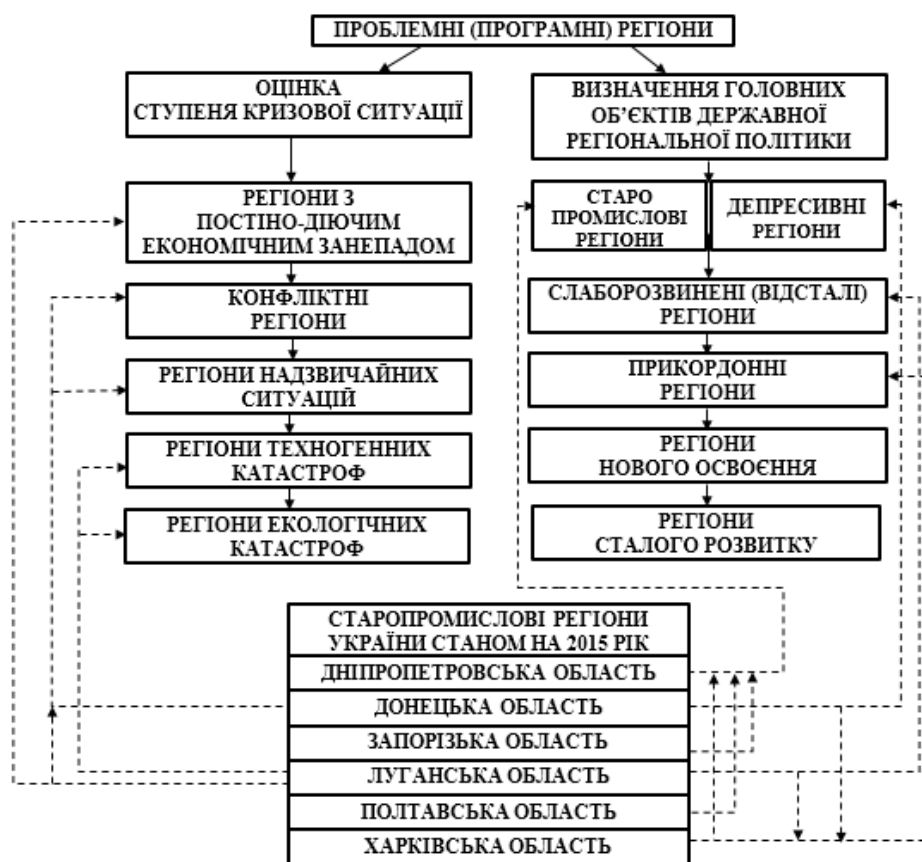


Рис. 1. Комплексна класифікація та типологія старопромислових регіонів України

Таблиця 1

Індекси промислової продукції старопромислових регіонів та країни у цілому

	Травень 2018 р. до		Січень-травень 2018 р. до січня-травня 2017 р.	Довідково: січень-травень 2017 р. до січня-травня 2016 р.
	квітня 2018 р.	травня 2017 р.		
Україна	103,1	102,5	102,6	99,4
Дніпропетровська	96,9	99,4	105,0	96,7
Донецька	105,0	108,1	104,3	88,5
Запорізька	103,3	106,6	105,5	107,7
Луганська	98,0	108,0	72,0	72,0
Полтавська	95,4	99,8	100,4	98,0
Харківська	111,8	96,0	96,2	108,7

рівень доходів населення, додаткове навантаження на бюджети через необхідність збільшення обсягів соціальних виплат [8, с. 8]. Нині з 55 шахт на окупованій території 34 підлягають ліквідації, а інші не працюють у повну силу, затримують заробітну плату, скорочують штат і кількість робочих місць. У цих районах раніше проживало близько 3 млн. осіб, для працездатних із них сьогодні відсутні можливості працевлаштування. З весни 2017 р. на 40 великих промислових підприємствах (переважно це шахти і металургійні підприємства) уведено зовнішнє управління, що знизило обсяг надходжень від податків до бюджетів підконтрольної території. Вказані проблеми додалися до існуючих раніше: вузька спеціалізація господарств, застаріла матеріально-технічна база, виснаження природних ресурсів та погана екологічна ситуація.

Однак розвиток промисловості та стабільність ринку праці окупованих територій мають позитивні перспективи. Проведене влітку 2017 р. соціологічне опитування показало, що «Донбас має широкий спектр напрямів економічного розвитку. Найбільш перспективними можуть бути: розвиток малого та середнього бізнесу, відновлення агропромислового комплексу, відбудова важкої промисловості, створення інноваційних підприємств» [9, с. 8]. При цьому слід урахувати, що, за різними оцінками, вартість створення нового робочого місця тільки на підприємствах металургійної сфери може становити від \$21,2 тис. до \$1 млн. Відповідно, обсяг коштів, необхідних для відновлення інфраструктури та створення нових робочих місць, може сягати понад \$50 млрд., і поки що джерела надходження цих коштів відсутні [10].

Станом на початок анексії Криму та військових дій на сході в нашій країні спостерігався факт недостатнього розвитку підприємств, що виготовляли машини й устаткування для металургії, гірничодобувної, хімічної промисловості, паливно-енергетичного комплексу. Через специфіку цього напрямку машинобудування воно тяжіло до споживача та сировини. Підприємства галузі були розміщені переважно на Донбасі та в Придніпров'ї. До найбільших підприємств цієї спеціалізації в старопромислових регіонах Донбасу належали Новокраматорський та Горлівський машинобудівні заводи. Великими центрами важкого машинобудування були також Артемівськ, Донецьк та Луганськ.

Окрім важкого машинобудування, у старопромислових регіонах Донбасу були розташовані підприємства транспортного машинобудування, виготовлення тепловозів та електровозів було зосереджене в Луганську. Крім того, у Луганську налагоджувалося виробництво трамваїв. Вантажні вагони вироблялися у Стаханові. У старопромислових районах була також розміщена частка підприємств точного машинобудування з

орієнтацією на висококваліфіковані кадри. Так, у Донецьку функціонували підприємства електротехнічного машинобудування, що спеціалізувалися на випуску електричних двигунів, апаратів, приладів, кабелю та іншої продукції, призначеної для передачі й споживання електроенергії.

З виробничого погляду старопромисловим шахтарським регіонам слід переймати досвід Дніпропетровського регіону, де вже випробовуються можливості перебудови машинобудівного комплексу на основі технологічних інновацій, міждержавної кооперації та розвитку середнього та малого бізнесу. Так, наприклад, у м. Дніпро ТОВ «Нива-Україна», яке є офіційним представником в Україні білоруського унітарного виробничого підприємства «Нива-Холдинг», об'єднує інженерно-технічний центр і сім машинобудівних заводів. Основним напрямом діяльності цього підприємства є підбір і постачання гірничо-шахтного і збагачувального устаткування з його подальшим сервісним обслуговуванням під конкретні гірничотехнічні умови експлуатації та вимоги замовника [11].

Таким чином, старопромислові регіони мають усі можливості та потужний потенціал для формування конкурентоспроможного машинобудівного комплексу, який повинен забезпечуватися висококваліфікованими інженерними кадрами.

З аналізу персоналу машинобудівних підприємств за рівнем освіти можна зробити висновок, що питома вага працівників із вищою освітою стабільно підвищується, але цей факт досить сумнівно впливає на зміну якісного складу персоналу. Згідно з моніторинговим дослідженням Інституту соціології НАН України «Українське суспільство», лише 54,7% опитаних працюють за спеціальністю (32% – ні, а решта вагається з відповіддю), і тільки 30% респондентів вважають, що поточна робота відповідає їхньому освітньо-професійному рівню [12, с. 199]. Таким чином, спостерігається розрив у взаємозалежному та гармонічному розвитку сучасних ринків праці та освітніх послуг.

На теренах Української держави велика кількість ВНЗ займається підготовкою кадрів для машинобудівного комплексу. Двадцять п'ять технічних ВНЗ України здійснюють підготовку за спеціальністю «Галузеве машинобудування». Серед них дев'ять було розташовано в старопромислових регіонах Донбасу та евакуйовано на підконтрольну територію. Тому виникає практичне запитання про витоки факту невідповідності професійної освіти працівників машинобудівного комплексу вибраній спеціальності. Можливо, головним чинником виникнення цього явища є непереведення освітньої професійної системи на рейки ринкових відносин, коли ВНЗ повинні розглядатися як конкурентоспроможні установи сфери послуг, які повинні забезпечувати додану акаде-

мічну вартість подібно до доданої вартості промислових підприємств та бізнес-структур.

У сучасних умовах формування на світових просторах економіки, що заснована на знаннях (Knowledge-Based Economy), освіта та наука є головною теоретичною основою і структурним чинником забезпечення економічного розвитку держави. Динамізм і рівень розвитку освіти відповідають за забезпечення інтенсивного економічного зростання під час переходу до «нової» економіки, заснованої на знаннях (неоекономіки), за диференціацію між економічно розвиненими і країнами, що розвиваються. Головним джерелом і вирішальним чинником такого зростання є якість освіти. Й напевно чи можна говорити щодо передових позицій української освіти у світовому розрізі [13, с. 74].

Перехід до економіки знань набуває глобального характеру й базується на найкращих практиках виробничих і трудомістких типів економік та додаткових чинниках, що базуються на знаннях.

Освіта та знання, що іменуються людським капіталом і є повноцінною компонентою економіки, значною мірою залежать від інтелектуальних можливостей населення країни, а не від природних ресурсів або матеріальних внесків держави та бізнесу [14, с. 60]. Конкурентоспроможними суб'єктами ринку освітніх послуг слід уважати такі ВНЗ, які усвідомили входження СВО України у світ ринкових відносин та готові вступити у жорстку конкурентну боротьбу за право випускати якісний продукт на цей ринок, а саме затребуваних висококваліфікованих спеціалістів.

Аналіз ринку освітніх послуг показує, що навчальними програмами спеціальності «Галузеве машинобудування» для освітньо-кваліфікаційних рівнів бакалавра, магістра та доктора філософії не враховано однорідність для різних ВНЗ та не завжди використовують сучасні інноваційні технології навчання. Тому саме машинобудівні підприємства мають виступати зовнішніми стейкхолдерами, зацікавленими у підготовці висококваліфікованих кадрів. Досвід країн світу показує ефективність дуальної освіти, де майбутні спеціалісти проходять навчання та набувають компетенції за замовленням та під контролем досвідчених спеціалістів промислових підприємств і бізнес-структур, виконують проекти та творчі завдання за замовленням виробництва, де проходять практику, а в подальшому зараховуються на інженерні посади вже сформованими професіоналами.

Такий досвід слід уважати перспективним у підготовці спеціалістів для машинобудівного комплексу України. А ВНЗ, що готують професіоналів цього профілю, повинні переходити на кооперативні відношення для досягнення максимально ефективних результатів у процесах підготовки майбутніх інженерів, що не потребують перепід-

готовки під час адаптаційного періоду на виробництві. Це дасть змогу підприємствам машинобудівних галузей оптимізувати часові та майнові витрати під час формування інноваційної інфраструктури виробництва на основі креативного інженерного персоналу.

Найбільш досконалим інструментом реалізації цієї стратегії слід уважати розвиток на території старопромислових регіонів навчально-науково-виробничих комплексів. Згідно зі ст. 27 п. 6 Закону України «Про вищу освіту» (від 01.07.2014 № 1556-VII, зі змінами і доповненнями), заклади вищої освіти можуть утворювати навчальні, навчально-наукові та навчально-науково-виробничі комплекси, наукові парки та входити до складу консорціуму [15] для вирішення глобальних завдань забезпечення економічного зростання нашої держави, підняття її конкурентоспроможності. Таким чином, є законні підстави для якісного трансформування СВО України, необхідною умовою реалізації якого є поєднання волі і зусиль із боку держави та громадського суспільства.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах часткової окупації старопромислових регіонів є потреба у негайній підготовці до перебудови машинобудівного комплексу та його трансформації у високотехнологічну та інноваційну галузь промисловості. Цьому процесу повинні сприяти якісні зміни у підготовці інженерного складу цього сектору промисловості, а також ретельний аналіз наявних машинобудівних галузей на їх відповідність кон'юнктури світового ринку та можливості їх переоснащення і перетворення у високотехнологічні, наукомісткі та інтелектуальні виробництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Клиновий Д.В., Пепа Т.В. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка України: навч. посіб.; за наук. ред. Л.Г. Чернюк. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 728 с.
2. Регіональна економіка: підручник / Є.П. Качан, Г.П. Баб'як, Л.П. Запорожан та ін.; за ред. Є.П. Качана. К.: Знання, 2011. 670 с.
3. Кулицький С.П. Проблеми розвитку ринку праці в Україні. Україна: події, факти, коментарі. 2017. № 21. С. 56–69. URL: <http://nbuvip.gov.ua/images/ukraine/2017/21.pdf>. Назва з екрану.
4. Федулова С.О. Економіка старопромислових регіонів України: сучасне розуміння та реалії. Економіка: реалії часу. 2015. № 4(20). С. 12–19.
5. Старопромислові регіони України: пріоритети та механізми структурної модернізації у посткризовий період. Матеріали круглого столу регіонального філіалу Національного інституту стратегічних досліджень. 2012. URL: <http://ec.donnu.edu.ua/uk-ua/Documents/Кафедра%20міжнародної%20економіки/Старопромислові%20регіони%20України%20пріоритети%20та%20механізми%20структурної%20модернізації%20у%20посткризовий%20період.pdf>.

6. Структурные трансформации старопромышленных регионов Украины: монография / В.И. Ляшенко, Л.Г. Червова, Л.М. Кузьменко и др.; НАН Украины, Ин-т экономики пром-ти. Донецк, 2013. 412 с.

7. Джаман М.О. Теорія економіки регіонів: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 384 с.

8. Соціально-економічний розвиток регіонів України: тенденції першої половини 2017 року / Національний інститут стратегічних досліджень. 2017. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/region_Ukr-d43fd.pdf.

9. Шевченко О.В. Заходи по відновленню території Донбасу, постраждалих внаслідок бойових дій: аналітична записка; Національний інститут стратегічних досліджень. 2018. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/3020/>.

10. Сазонов К. Скільки коштуватиме Україні повернення Донбасу. URL: https://espresso.tv/article/2017/08/28/skilky_koshtuvatyme_ukrayini_povernennya_donbasu.

11. О компанії / Офіційний представник білоруського унітарного виробничого підприємства «Нива-Холдинг». 2017. URL: www.niva-ukraine.com.

12. Тимченко С.О. Сучасний стан розвитку персоналу на машинобудівних підприємствах України. Економічний вісник Донбасу. 2014. № 1(35). С. 198–203.

13. Savyuk L. The sphere of educational services in the context of world globalization. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 4(50). С. 74–81.

14. Драчук Ю.З., Сав'юк Л.О. Сфера освітніх послуг як вирішальний фактор формування економіки знань на теренах України. ІНТЕЛЕКТ XXI. 2018. № 1. С. 58–63.

15. Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII «Про вищу освіту» (зі змінами і доповненнями). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

REFERENCES:

1. Klynovyj D.V., Pepa T.V., L.Gh. Chernjuk (ed.) (2006) Rozmishhennja produktyvnykh syl ta reghionaljna ekonomika Ukrajinj: Navchalnyj posibnyk [Placement of the productive forces and regional economy Ukraine: Training tutorial]. Kyiv: Center for Educational Literature. (in Ukrainian).

2. Kachan Je.P., Bab'jak Gh.P., Zaporozhan L.P., Kachan Je.P. (ed.) (2011) Reghionaljna ekonomika: Pidruchnyk [Regional economy: Tutorial]. Kyiv: Knowledge. (in Ukrainian).

3. Kulyc'kyj S.P. (2017) Problemy rozvytku rynku praci v Ukrajinj [Problems of Labor Market Development in Ukraine]. Ukrajinja: podiji, fakty, komentari [Ukraine: Events, Facts, Comments] (electronic journal), no. 21, pp. 56–69. Available at: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2017/21.pdf> (accessed 16 July 2018).

4. Fedulova S.O. (2015) Ekonomika staropromyslovykh reghioniv Ukrajinj: suchasne rozuminnja ta realiji [The economy of the old industrial regions of Ukraine: modern understanding and realities]. Economics: realities of time, no. 4, 20 pp. 12–19.

5. Regional branch of the National Institute strategic research (2012) Old industrial regions of Ukraine:

priorities and mechanisms of structural modernization in the post-crisis period [Old industrial regions of Ukraine: priorities and mechanisms of structural modernization in the post-crisis period] (electronic resource). Available at: <http://ec.donnu.edu.ua/uk-ua/Documents/Kafedra%20mizhnarodnoji%20ekonomiki/Staropromyslovi%20reghioni%20Ukrajinj%20prioriteti%20ta%20mekhanizmi%20strukturnoji%20modernizacii%20u%20postkryzovij%20period.pdf> (accessed 17 July 2018).

6. Ljashenko V.Y., Chervova L.Gh., Kuzjmenko L.M. (and others) (2013) Struktturnye transformatsii staropromyshlennykh regionov Ukrainy: monografiya [Structural transformations of the old industrial regions of Ukraine: monograph]. Donetsk: Institute of the Economy of Industry of the National Academy of Sciences of Ukraine. (in Russian).

7. Dzhaman M.O. (2014) Teorija ekonomiky reghioniv [The theory of regional economics]. Kyiv: Center for Educational Literature. (in Ukrainian).

8. Shevchenko O.V. (2017) Socialjno-ekonomichnyj rozvytok reghioniv Ukrajinj: tendenciji pershoji polovyny 2017 roku [Socio-economic development of regions of Ukraine: trends of the first half of 2017], Kyiv: National Institute for Strategic Studies.

9. Shevchenko O.V. National Institute for Strategic Studies (2018) Zakhody po vidnovlennju terytorij Donbasu, postrazhdalychk vnaslidok bojovykh dij. Analitychna zapyska [Measures for the restoration of the Donbas territories, which suffered as a result of hostilities. Analytical note] (electronic resource). Available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/3020/> (accessed 19 July 2018).

10. Sazonov K. (2017) Skilky koshtuvatyme Ukrajinj povernennja Donbasu [How much will a return to Donbass cost to Ukraine] (electronic resource). Available at: https://espresso.tv/article/2017/08/28/skilky_koshtuvatyme_ukrayini_povernennya_donbasu (accessed 18 July 2018).

11. Official representative of Belarusian unitary production enterprise “Niva-Holding” (2017) O kompaniji [About the company] (electronic resource). Available at: www.niva-ukraine.com (accessed 19 July 2018).

12. Tymchenko S.O. (2014) Suchasnyj stan rozvytku personalu na mashynobudivnykh pidpryemstvakh Ukrajinj [The current state of personnel development at the machine-building enterprises of Ukraine]. Economic Bulletin of Donbass, vol. 35, no. 1, pp. 198–203.

13. Savyuk L. (2017) The sphere of educational services in the context of world globalization. Economic Bulletin of Donbass, vol. 50, no. 4, pp. 74–81.

14. Drachuk Ju.Z., Sav'juk L.O. (2018) Sfera osvitnikh poslugh jak vyrishalijnyj faktor formuvannja ekonomiky znanj na terenakh Ukrajinj [The sphere of educational services as a decisive factor in the formation of knowledge economy in Ukraine]. Scientific Economic Journal INTELLECT XXI, no. 1, pp. 58–63.

15. The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine (2017) Zakon Ukrajinj vid 01.07.2014 #1556-VII “Pro vyshhu osvitu” (iz zminamy i dopovnennjamy) [Law of Ukraine dated 01.07.2014 № 1556-VII “On Higher Education” (with amendments and supplements)] (electronic resource). Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (accessed 17 July 2018).

Drachuk Yu.Z.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Senior Researcher
Institute of Industrial Economics,
National Academy of Sciences of Ukraine

Savyuk L.O.

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Doctoral Student
Institute of Industrial Economics
National Academy of Sciences of Ukraine

**CONFORMITY OF THE EDUCATIONAL MARKET TO THE REQUIREMENTS
OF THE MODERN LABOUR MARKET UNDER THE EXAMPLE
OF THE MACHINE-BUILDING COMPLEX OF OLD INDUSTRIAL REGIONS**

As a result of the political and economic crisis, the conduct of hostilities on the territory of Donbas, a temporary annexation of the Crimean peninsula, there was a dynamic stratification in the classification and typology of old industrial regions of the Ukrainian state.

The index of industrial production is an indicator of the positive development of the industry. This indicator, as of 2017, can classify only four regions as old-industrial. These are Dnipropetrovsk, Zaporizhzhia, Poltava, and Kharkiv regions. Donetsk and Luhansk regions burdened are with negative additional features of regions of conflict situations, environmental and man-made disasters. Luhansk region has become a region with a constant economic downturn and backward underdeveloped territory.

The aforementioned industrial regions have the most remote prospects for the transition to the status of regions of sustainable development. They especially need development in their territories of high-tech production, including an innovative machine-building complex.

The difficult task is to carry out an analysis of the labour market in the Donetsk and Luhansk oblasts. Today in the regions, there is a threat of reduction of production volumes; the question arises about the stopping of metallurgical enterprises, which have always been systematic formations for some regions of Donetsk and Luhansk regions. This affects the level of unemployment, the level of income, creates an additional burden on budgets due to the need to increase the amount of social benefits. The abovementioned problems supplemented were with previously existing problems of narrow specialization of industrial enterprises, outdated material and technical base, depletion of natural resources and bad environmental situation.

The development of industry and the stability of the labour market in the occupied territories have positive prospects. The old industrial regions have a prerequisite and powerful potential for the formation of a competitive machine-building complex, which should be provided by highly skilled engineers. The analysis of the structure of the personnel of machine-building enterprises proves that the share of workers with higher education is steadily increasing, but this fact has a rather doubtful influence on the change in the qualitative composition of the personnel. There is a gap in the interconnected, harmonious development of modern labour markets and educational services. The main factor in the appearance of this phenomenon is not the transformation of the system of the professional system into the system of market relations. Universities should be considered as competitive institutions that should form the added academic value. The experience of the world shows the effectiveness of dual education, where future specialists are trained and acquire competencies by order and under the control of experienced industrialists, and subsequently credited to engineering positions by already-formed professionals. The perfect instrument for realizing this strategy should be the development of educational-scientific-industrial complexes in the old industrial regions and their integration with similar complexes of other regions.

ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ LOGISTIC ASPECTS OF AGRICULTURAL GREEN TOURISM DEVELOPMENT

Розглянуто підходи до визначення ефективності логістики на рівні держави. Визначено складники логістики сільського зеленого туризму (СЗТ). Запропоновано логістичну мережу СЗТ формувати на основі виявлених логістичних центрів. Розвиток проєктованих центрів має здійснюватися шляхом об'єднання сільських населених пунктів навколо міст районного значення, які розташовані в зонах пріоритетного екологічного нагляду, що дасть можливість використовувати наявну транспортну розв'язку, розвивати туристичну інфраструктуру та водночас забезпечувати сталий розвиток території. Визначено функції запропонованих логістичних центрів розвитку СЗТ.

Ключові слова: ефективність логістики, логістика СЗТ, логістична мережа СЗТ, логістичні центри розвитку СЗТ, сталий розвиток.

Рассмотрены подходы к определению эффективности логистики на уровне государства. Определены составляющие логистики сельского зеленого туризма (СЗТ). Предложено логистическую сеть СЗТ формировать на основе выявленных логистических центров. Развитие проектируемых центров должно осуществляться путем объединения сельских населенных пунктов вокруг городов районного значения, расположенных в зонах при-

оритетного экологического надзора, что даст возможность использовать существующую транспортную развязку, развивать туристическую инфраструктуру и одновременно обеспечивать устойчивость развития территории. Определены функции предложенных логистических центров развития СЗТ.

Ключевые слова: эффективность логистики, логистика СЗТ, логистическая сеть СЗТ, логистические центры развития СЗТ, устойчивое развитие.

The approaches to determining the efficiency of logistics at the state level are considered. The components of logistics of rural green tourism (RGT) are determined. The proposed logistic network of RGT is formed on the basis of the identified logistic centres. The development of projected centres should be carried out by bringing together rural settlements around towns of district significance located in priority ecological surveillance zones, which will enable the use of existing transport solutions, the development of tourism infrastructure and the simultaneous maintenance of the sustainability of the development of the territory. The functions of the proposed logistic centres of RGT development are determined.

Key words: logistics efficiency, RGT logistics, RGT logistics network, logistic centres of RGT development, sustainable development.

УДК 338.48 (045)

Іванишин В.В.

д.е.н., професор, ректор
Подільський державний аграрно-технічний університет

Печенюк А.П.

к.е.н., викладач кафедри економіки
і маркетингу підприємств туристсько-готельної сфери
Київський університет туризму,
економіки і права

Постановка проблеми. Одними з основних характеристик сучасного стану світового ринку туристичних послуг є глобалізація та розвиток міждержавної співпраці, що проявляється у зростанні туристичних потоків. Унаслідок цього особливої актуальності набуває питання оптимізації та ефективності туристичної логістики як у масштабах регіону, країни, так і на міждержавному рівні.

Завдяки появі глобальних логістичних мереж зростають вимоги до швидкості, комфорту, вартості та ефективності адміністрування туристичних груп. Особливого значення у цих умовах набуває питання логістики сільського зеленого туризму за умови дотримання принципів сталості розвитку регіону. Здатність держави долучитися до сучасного процесу стала ключовим чинником, що визначає конкурентоспроможність країни у цілому, тому ці питання повинні бути у центрі уваги сучасних науковців, а високий рівень актуальності теми зумовлює необхідність її подальшого вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальнотеоретичні проблеми ефективності логістики досліджували такі вчені, як Ю.О. Крюкова та А.В. Кулик. Н.В. Хвищун досліджує регіональний логістичний потенціал; І. Смирнов та Ю. Бенч – логістичний потенціал регіонів із позицій сталого розвитку; Т. Мазур та Є. Король досліджують роль туристичної логістики в територіальній організації туризму; С.П. Кузик, П.С. Кузик та А.В. Шев-

чук – питання інформаційних туристичних ресурсів; О.В. Музиченко-Козловська – проблеми територіально-просторової організації систем туризму і рекреації. У наявних умовах особливого значення набуває питання створення логістичних центрів розвитку сільського зеленого туризму та визначення ефективності логістики загалом.

Постановка завдання. Враховуючи те, що Україна має унікальне географічне розташування, можемо стверджувати, що держава має шанс отримати значні переваги від глобалізації, заявивши про себе як про виробника туристичного продукту, виділивши при цьому сільський туризм як напрям спеціалізації. Одним із чинників, який є перешкодою для розвитку сільського туризму в Україні, є недостатня розвиненість логістичної інфраструктури регіонів, хоча наша держава має досить розгалужену внутрішню транспортну систему. Зокрема, через низьку якість автомобільних доріг, значний рівень зношення транспортних засобів, відсутність достатніх інвестицій в оновлення залізничного транспорту, аеропортів та морських портів, через відсутність логістичних центрів розвитку сільського туризму в окремих регіонах, які є потенційно привабливими для туристів, спостерігається гальмування розвитку цього виду діяльності, що проявляється у сповільненні зростання туристичного потоку до місць туристичного споживання, оскільки зростають витрати ресурсів та

часу потенційних споживачів для подолання означених бар'єрів. Завданням дослідження є розроблення пропозицій щодо вдосконалення логістики у сфері сільського зеленого туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Під логістикою туристичного продукту розуміють ефективне планування, контроль та управління туристичною діяльністю, її фізичними, інформаційними та фінансовими потоками, транспортною інфраструктурою для підвищення якості туристичного продукту та наближення його до світових стандартів [1].

У зв'язку з появою глобальних логістичних мереж у світовому масштабі великого значення набуло питання визначення ефективності діяльності країни у сфері логістики. Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР) розробив спеціальний індекс для виміру ефективності результатів діяльності логістики – Logistics Performance Index (LPI) – Індекс ефективності логістики та показники, що адаптовані для різних країн, на основі якого відбувається поліпшення інформованості, стимулювання поліпшень та оцінюються стримуючі чинники шляхом інтерпретації знань фахівців із логістики з усього світу. В окремих країнах індекс використовують не лише як рейтингове порівняння між країнами. Наприклад, Індонезія за допомогою даного показника оцінює результати діяльності міністерства торгівлі, Європейська Комісія використовувала індекс для оцінки ефективності транспорту.

Світовий рейтинговий аналіз показників LPI свідчить, що європейські країни з розвинутою економікою, а також країни з широкими міжнародними зв'язками показують найвищі результати.

Країною з найбільш розвинутою логістикою є Німеччина, значення її індексу становило 4,12 бали з п'яти максимальних [2].

В Україні, згідно з оцінкою МБРР, найвище значення LPI належить показнику своєчасності поставок вантажів (3,51 з 5), а найгірше – показнику якості торговельної та транспортної інфраструктури.

Основними проблемами розвитку логістики в Україні є такі:

- відсутність чи недостатній розмір інвестицій у розвиток як загальної, так і туристичної інфраструктури;
- відсутність ринку логістичних послуг;
- низький кваліфікаційний рівень логістичного персоналу;
- відсутність нормативно-правового регулювання та недосконалість контролю зовнішніх кордонів;
- відсутність на національному рівні належного статистичного обліку стану розвитку логістики;
- незначна інтеграція з глобальною логістичною системою.

Виходячи із цього, пріоритетом розвитку логістичної системи України має стати підвищення якості торгової та транспортної інфраструктури, що позитивно позначиться на туристичній діяльності [3].

Разом із тим слід сказати, що жодна з наявних методик оцінки логістичного потенціалу не є універсальною.

Окремі автори, які розуміють логістичний потенціал як здатність до забезпечення оптимальних параметрів економічних потоків у просторі та часі, пропонують розраховувати інтегральний індекс логістичного потенціалу регіону шляхом урахування географічного, соціально-економічного, транспортного, інфраструктурного, інституційного складників.

Ці показники характеризують стан розвитку регіону, що дає можливості для формування основних напрямів стратегії розвитку туристичних дестинацій, прийняття рішень щодо інвестицій у частині розвитку логістичної інфраструктури, висновку про стан логістичної системи загалом, виявлення резервів щодо вдосконалення критеріїв оптимальності витрат та мінімізації ризиків [3].

До сфери логістичного управління розвитком сільського туризму ми би включили глобальне інформаційне середовище, складником якого є інформаційно-віртуальні туристичні ресурси, без яких значно знижується привабливість туристичного продукту [4].

Окремі автори, зокрема І. Смирнов та Ю. Бенч, поділяють сільський туризм за ступенем віддаленості від цивілізації сільських територій від дуже сільського (*extremely rural*) – у дуже віддалених місцевостях, наприклад у гірських регіонах, до приміського (є часто близьким до рекреації екскурсійного типу) [5]. Ми погоджуємося із цим і вважаємо, що під час організації логістичної системи розвитку сільського туризму ця особливість обов'язково має бути врахованою.

Як свідчить світовий досвід, для забезпечення сталості розвитку сільського зеленого туризму використовують поєднання двох логістичних, а одночасно й географічних понять: потужності (ємності) та зонінгу. Згідно з концепцією потужності (ємності), у сільському зеленому туризмі має встановлюватися певний обсяг туристичних потоків, які може прийняти дестинація без нанесення їй шкоди. Необхідність урахування цього показника можна пояснити і бізнесовими інтересами, зокрема під час визначення точки беззбитковості. Точка беззбитковості – це мінімальна кількість туристів (T_{min}), які мають бути залученими до туристичного споживання, щоб отриманий дохід (D_{min}) повністю покривав усі витрати (постійні та змінні) і в подальшому забезпечував би прибуток. Відомо, що в туристичному бізнесі (готельному та транспортному сервісі) визначення точки без-

збитковості є проблемним, що пов'язано з високим рівнем постійних витрат. Менеджери, які розуміють, які потужності є в розпорядженні та як досягнути точки беззбитковості, для зростання доходів можуть корегувати ціну послуги (транспортний тариф чи вартість проживання), тобто здійснювати управління цими компонентами. Логістичний підхід до сталого розвитку сільського туризму дає можливість визначити мінімальний обсяг туристопотоку, який забезпечуватиме прибутковість садиб сільського туризму [5].

Визначення максимальних граничних значень ємності ресурсної бази сільського туризму є підґрунтям для формування політики сталого розвитку в сільському туризмі на регіональному чи національному рівні. Вони базуються на встановлених нормативах. Логістика порівнює ресурсну базу туризму з наявним туристичним потоком і визначає відповідну логістичну стратегію для сталого розвитку. Як правило, стратегії є двох типів: розвитку туризму чи обмеження туристичної діяльності.

Зонінг полягає у визначенні та взятті під захист вразливих територій. Прикладом застосування зонінгу є створення мереж національних природних парків [5].

Слід визнати, що нині економічна сутність сільського туризму як галузі народного господарства належно не врахована в стратегіях його територіальної організації, суть яких полягає у тому, щоб на базі вивчення комплексу туристичних факторів виявити туристично-рекреаційні системи різного ієрархічного рівня (туристичні райони, зони, центри). Це стане основою для розбудови відповідної туристичної інфраструктури [1].

У загальноукраїнському масштабі Хмельниччина є регіоном, який поєднує значні природні, рекреаційні, історико-культурні ресурси та вигідне розташування, що формує умови для розвитку туризму, а наявність сільських територій та аграрного потенціалу створює передумови для розвитку сільського туризму. Актуальність та перспективність розвитку Хмельниччини у цьому напрямі полягають в тому, щоб на основі оптимального використання матеріальних, технічних, природних, історичних, трудових ресурсів шляхом використання логістичних принципів під час формування та організації мережі логістичних центрів розвитку сільського зеленого туризму створити якісний конкурентоспроможний туристичний продукт.

Суттєвий вплив на якість логістики та розмір логістичних витрат здійснює не лише інфраструктура та діяльність суспільних логістичних компаній, а й конкурентоздатність приватного сектору економіки, зокрема у сільському туризмі ним виступають особисті селянські та фермерські господарства. Розвиток приватної ініціативи сприятиме економічному піднесенню населених пунктів, це можемо побачити на прикладі країн Західної

Європи, які змогли перетворити невеликі містечка та сільські поселення на успішні туристичні локації з розвинутою логістичною мережею.

Дрібні туристичні готелі та садиби сільського туризму є досить вигідними з екологічного погляду та не вимагають складного інженерно-технічного оснащення, але, з іншого боку, зростання приватних закладів ускладнює процес формування туристичних районів та розроблення стратегій розвитку сільського туризму, оскільки стихійно сформований регіональний ринок послуг часто не пов'язується з проектами територіального планування та інтересами сільських громад. Саме тому ключовим питанням є не просто зростання кількості таких об'єктів та нарощення матеріально-технічної бази, а й забезпечення їх роботи за допомогою туристичної логістики [1].

Логістика сільського зеленого туризму включає компонентні та геопросторові аспекти, які розглянемо на основі рис. 1.

Для розширення туристичного бізнесу (за відсутності нормативних показників освоєння рекреаційних територій) зростає роль пошукового та експериментального проектування [1].

Як приклад скористаємося результатами дисертаційного дослідження А.П. Печенюк [6]. У роботі автором запропонована модель Регіонального еколого-економічного центру розвитку сільського зеленого туризму, який має стати базою для розвитку сільського зеленого туризму в регіоні з урахуванням принципів сталого розвитку. Дослідженням пропонується території національних природних парків «Подільські Товтри», «Мале Полісся» та їхні екологічні коридори визначити пріоритетними для розвитку цієї діяльності, оскільки концепція екомережі пов'язує природоохоронну діяльність із функціонуванням різних секторів, зокрема туризмом, який є складником сталого розвитку.

Для ефективної організації логістики сільського зеленого туризму означеного регіону, слід створити мережу логістичних центрів, загальне управління якою здійснюватиме Регіональний еколого-економічний центр розвитку сільського зеленого туризму. Для цього розглянемо геопросторові структурні елементи, які формуватимуть його інфраструктуру. До них відносимо:

1. загальні туристичні зони, у яких сконцентрована значна кількість туристичних ресурсів і в яких слід виділяти зони масового туризму та зони обмеженої рекреації, які розташовані в межах особливо цінних охоронних територій. Наприклад, у Національному природному парку «Подільські Товтри» господарська зона займає 94,94%. Значно меншу частину території (4,38%) відведено під зону стаціонарної рекреації, ще менше (0,61%) займає заповідна зона, а на зону регульованої рекреації припадає лише 0,07% [7]. Для збереження природних ландшафтів на цих територіях

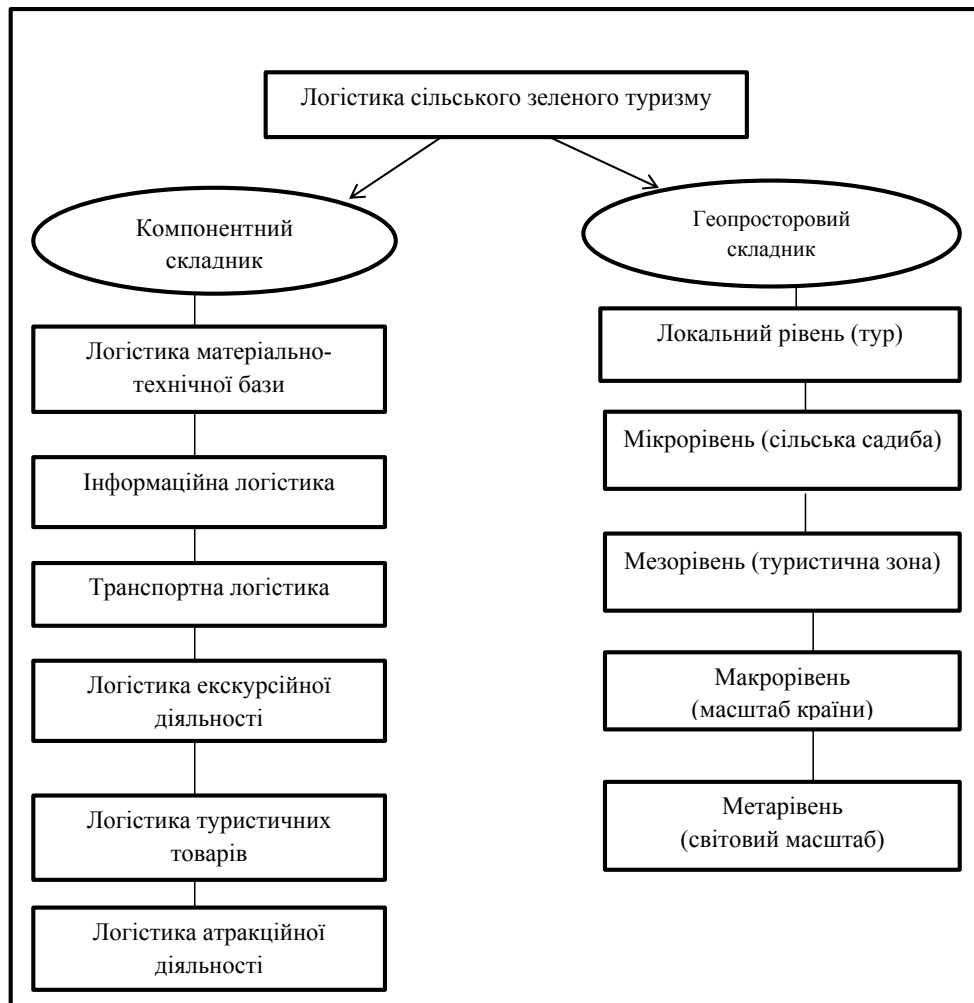


Рис. 1. Логістичні аспекти сільського зеленого туризму

особливої актуальності набуває питання охорони природного середовища. Його вирішення можливе шляхом установлення та дотримання нормативних показників рекреаційного навантаження на екскурсійні та рекреаційні об'єкти, встановлення обмежень щодо розвитку транспортно-дорожньої мережі, впровадження екологічних принципів господарювання;

2. локальні логістичні центри розвитку сільського зеленого туризму. Згідно зі схемою екологічної мережі Хмельницької області [8], на її території виділено 15 природних ядер: три – національного, п'ять – регіонального, сім – місцевого рівнів. Це: Мальованське, Малополіське, Ставищанське, Авратинське, Верхньопобузьке, Староконстантинівське, Подільськотовтринське, Великоберезнянське, Городоцьке, Ярмолинецьке, Данилівське, Калюське, Дністровське, Чорноострівсько-Грузевицьке, Давидовецьке.

Виходячи зі схеми екологічної мережі Хмельницької області, пропонуємо логістичну мережу сільського зеленого туризму будувати навколо міст районного значення, що дасть змогу скористатися наявною транспортною розв'язкою

(автошляхи, залізничні станції) та одночасно забезпечити сталість розвитку території шляхом об'єднання навколо існуючих природних ядер сільських населених пунктів (потенційних надавачів послуг), що дасть можливість для розвитку екологічно сприятливої діяльності у цих зонах. Логістична мережа включатиме: Волочиськ, Городок, Деражню, Дунаївці, Ізяслав, Красилів, Полонне. У межах означених туристичних дестинацій варто сформувати підцентри розвитку сільського зеленого туризму, які базуватимуться у селах та селищах. Наприклад, дестинація із центром у Городку включатиме підцентри Сатанів, Чемерівці, Вінківці; Деражня – Меджибіж та Летичів; Дунаївці – Нову Ушицю, Стару Ушицю та Оринин; Ізяслав – Білогір'я; Красилів – Базалію, Чорний Острів, Самчики; Полонне – Гриців та село Судилків. Діяльність осередків логістичного управління розвитком сільського зеленого туризму в проєктованих центрах та підцентрах можна здійснювати у вигляді кластерів, до яких входитимуть виробники органічної продукції, які отримали відповідні сертифікати, що стане суттєвою перевагою сформованого туристичного про-

дукту перед традиційними пропозиціями із сільського туризму;

3. визначені туристичні маршрути, які поєднують між собою локальні центри, зони масового споживання туристичного продукту та мають різноманітне сутнісне та тематичне наповнення. Як правило, це маршрути вихідного дня. Згідно з даними управління культури, національностей, релігії та туризму Хмельницької обласної державної адміністрації, у досліджуваному регіоні розроблено шість туристичних маршрутів, які передбачають розміщення у садибах сільського туризму та поєднують різні локальні центри та сільські населені пункти [9].

Викладені пропозиції дають змогу виділити основні функції мережі логістичних центрів:

1. організація діяльності особистих селянських та фермерських господарств у сфері сільського зеленого туризму;

2. пропагування принципів сталого розвитку та охорони навколишнього природного середовища;

3. залучення інвестицій у розвиток інфраструктури туристичних зон;

4. охорона природного середовища та культурно-історичної спадщини;

5. ефективне адміністрування, організація та супровід процесу споживання туристичного продукту;

6. організація оперативного реагування та виявлення недоліків технологічного процесу;

7. надання пропозицій Регіональному еколого-економічному центру розвитку сільського зеленого туризму щодо оптимізації туристичних маршрутів;

8. виявлення потреб і настроїв споживачів;

9. виявлення фактів порушення природоохоронного законодавства;

Висновки з проведеного дослідження.

Логістика виступає важливим чинником сталого розвитку туристичних дестинацій, зокрема сільського зеленого туризму. Основним показником для виміру ефективності результатів діяльності логістики є запропонований Міжнародним банком реконструкції та розвитку показник Індекс ефективності логістики.

Складники логістики сільського туризму можна поділити на компонентний та геопросторовий. До компонентного належать: логістика матеріально-технічної бази, інформаційна логістика, транспортна логістика, логістика екскурсійної діяльності, логістика туристичних товарів, логістика атракційної діяльності; до геопросторового: локальний рівень (тур), мікрорівень (сільська садиба), мезорівень (туристична зона), макрорівень (масштаб країни), метарівень (світовий масштаб). У розвитку логістичної системи України пріоритетом має стати підвищення якості торгової та транспортної інфраструктури, що позитивно позначиться на туристичній діяльності.

Одним зі шляхів розвитку логістики сільського туризму в масштабах регіону є виявлення туристично-рекреаційних систем різного ієрархічного рівня, які об'єднуються навколо природних ядер екологічної мережі для забезпечення сталого розвитку, що стане основою для розбудови відповідної туристичної інфраструктури та формування туристичного продукту і становитиме перспективу подальших наукових досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мазур Т.М., Король Є.І. Роль туристичної логістики у формуванні та розвитку територіальної організації туризму (на прикладі Буського, Бродівського та Золочівського районів Львівської області). Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Архітектура. 2015. № 836. С. 151–156. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX_2015_836_21.

2. Крюкова Ю.О. Оцінка ефективності логістики. ScienceRise. 2015. № 1(1). С. 34–36. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/texs_2015_1\(1\)_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/texs_2015_1(1)_7).

3. Хвищун Н.В. Логістичний потенціал регіонів західної України. Актуальні проблеми державного управління. 2016. № 2(50). С. 1–6. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/apdu/2016-2/index.html>.

4. Кузик С.П., Кузик П.С., Шевчук А.В. Інформаційні та інформаційно-віртуальні туристичні ресурси. Географія та туризм. 2010. Вип. 6. С. 101–108. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_6_21.

5. Смирнов І., Бенч Ю. Логістичний чинник сталого розвитку туристських територій на прикладі міського та сільського туризму. Вісник Київського національного університету. Географія. 2017. № 1–2(66–67). С. 41–49. URL: <http://visnyk-geo.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2017/09/07-66-67.pdf>.

6. Печенюк А.П. Формування стратегії розвитку сільського зеленого туризму: дис. ... к.е.н.; Подільський державний аграрно-технічний університет. Кам'янець-Подільський, 2018. С. 165–168.

7. Печенюк А.В., Печенюк А.П. Формування регіональної ренти сільського зеленого туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2017. Вип. 23–1. С. 101–104.

8. Хмельницька обласна державна адміністрація. Затверджено регіональну схему формування екологічної мережі Хмельницької області. URL: <http://www.adm-km.gov.ua/?p=8524>.

9. Управління культури, національностей, релігії та туризму Хмельницької обласної державної адміністрації. Туристичні маршрути. URL: <http://kultura.km.ua/archives/category/turyzm/turystychni-marshruty>.

REFERENCES:

1. Mazur T.M., Korol Ye.I. (2015) Rol turystychnoi lohistyky u formuvanni ta rozvytku terytorialnoi orhanizatsii turyzmu (na prykladi Buskoho, Brodivskoho ta Zolochivskoho raioniv Lvivskoi oblasti) [The role of tourism logistics in the formation and development of a territorial tourism organization (for example, Busk, Brody and Zolochiv districts of the Lviv region)]. Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnika".

Arkitektura. [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Architecture] (electronic journal), no. 836, pp. 151-156. Available at: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/33737/1/20_151-156.pdf (accessed 15 July 2018)

2. Krjukova Ju. O. (2015) Otsinka efektyvnosti lohistyky [Evaluation of logistics efficiency]. ScienceRise (electronic journal), no. 1(1), pp. 34-36. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/txc_2015_1\(1\)_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/txc_2015_1(1)_7) (accessed 17 July 2018)

3. Khvyshhun N. V. (2016) Lohistychnyi potentsial rehioniv zakhidnoi Ukrainy [Logistic potential of the regions of western Ukraine]. Aktual'ni problemy derzhavnoho upravlinnya [Actual problems of public administration] (electronic journal), no. 2(50), pp. 1-6. Available at: www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2016-2/index.html (accessed 7 July 2018)

4. Kuzyk S.P., Kuzyk P.S., Shevchuk A.V. (2010) Informatsiyni ta informatsiyno-virtual'ni turystychni resursy [Information and informational and virtual tourist resources]. Heohrafiya ta turizm [Geography and Tourism] (electronic journal), no. 6, pp. 101-108. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_6_21 (accessed 10 July 2018)

5. Smyrnov I., Bench Ju. (2017) Lohistychnyy chynnyk staloho rozvytku turyst's'kykh terytoriy na prykladi mis'koho ta sil'skoho turyzmu [Logistic factor of sustainable development of tourist territories on the example of urban and rural tourism]. Visnyk kyyivs'koho natsional'noho universytetu. Heohrafiya,

[Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Geography] (electronic journal), no. 1-2 (66-67), pp. 41-49. Available at: <http://visnyk-geo.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2017/09/07-66-67.pdf> (accessed 12 July 2018)

6. Pecheniuk A.P. (2018) Formuvannya stratehiy rozvytku sil's'koho zelenoho turyzmu [Strategy formation of rural green tourism development] (PhD Thesis), Kamyanskyi-Podilsky: State Agrarian and Engineering Universiti in Podilya.

7. Pecheniuk A.V., Pecheniuk A.P. (2017) Formuvannya rehional'noyi renty sil's'koho zelenoho turyzmu [Formation of regional rent of rural green tourism]. Naukovyy visnyk Kherson's'koho derzhavnoho universytetu. Seriya "Ekonomichni nauky" [Scientific Herald of Kherson State University. Series "Economic Sciences"], no. 23-1, pp. 101-104.

8. Khmelnytsky Regional State Administration (2016) Zatverdzheno rehionalnu skhemu formuvannya ekolohichnoi merezhi Khmelnytskoi oblasti [The regional scheme of formation of ecological network of Khmelnytsky region was approved]. Available at: <http://www.adm-km.gov.ua/?p=8524> (accessed 1 July 2018)

9. Department of Culture, Nationalities, Religion and Tourism of Khmelnytskyi Oblast State Administration (2012) Turystychni marshruty [Tourist routes]. Available at: <http://kultura.km.ua/archives/category/turyzm/turystychni-marshruty> (accessed 1 July 2018)

Ivanyshyn V.V.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Rector
Podillia State Agricultural and Technical University

Pecheniuk A.P.

Candidate of Economic Sciences, Lecturer
Kyiv University of Tourism, Economics and Law

LOGISTIC ASPECTS OF AGRICULTURAL GREEN TOURISM DEVELOPMENT

One of the factors hindering the development of rural tourism is the lack of development of the logistics infrastructure of regions. This leads to a slowdown in the growth of tourist flows in individual destinations, as the cost of resources and time of potential consumers to overcome these barriers increases.

An indicator that characterizes the efficiency of the country's activity logistics performance is the Logistics Efficiency Index, which is characterized by a high degree of well-developed economies and broad international ties. The main problems in the development of logistics in Ukraine are as follows: lack or insufficient investment in the development of both general and tourist infrastructure; lack of logistic services market; low qualification level of logistics personnel; lack of legal regulation and imperfection of the control of the external borders; the lack of a proper statistical record of the state of logistics development at the national level; insignificant integration with the global logistics system.

Taking into account the index of the Logistics Efficiency Index provides opportunities for forming the main directions of the strategy of development of tourist destinations, making decisions on investments in the development of logistics infrastructure, the conclusion on the state of the logistics system as a whole, the identification of reserves for improving the criteria for optimality of costs and minimizing risks.

It must be admitted that at present, the economic essence of rural tourism as a branch of the national economy is not properly taken into account in the strategies of its territorial organization, the essence of which is to identify touristic and recreational systems of various hierarchical levels based on the study of the complex of tourist factors (tourist areas, zones, centres) This will be the basis for building the appropriate tourism infrastructure.

Based on the scheme of the ecological network of the Khmelnytskyi region, we propose the local logistic centres of rural green tourism to be built around towns of district significance, which will allow us to use the

existing transport interchange (highways, railway stations) and, at the same time, ensure the sustainability of the development of the territory by combining the existing natural kernels of rural areas settlements (potential service providers), which will enable the development of environmentally friendly activities in these zones.

The presented propositions allow distinguishing the main functions of the network of logistics centres: organization of activity of private peasant and farm enterprises in the field of rural green tourism; promotion of the principles of sustainable development and protection of the environment; attraction of investments in development of infrastructure of tourist zones; protection of the natural environment and cultural-historical heritage; effective administration, organization and maintenance of the tourist product consumption process; organization of rapid response and detection of technological process failures; providing proposals to the Regional Ecological and Economic Centre for Development of Rural Green Tourism for optimizing tourist routes; identification of needs and preferences of consumers; detection of violations of environmental legislation.

РОЗДІЛ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКАМІЖНАРОДНІ ІНДЕКСИ СТАРІННЯ
INTERNATIONAL INDICES OF AGEING

Узагальнено міжнародні індекси старіння. Синтетичні індекси систематизовано за критерієм географічного охоплення та часовою спрямованістю. Проаналізовано склад індексів та виявлено зумовленість вибору індикаторів логікою домінуючих цінностей у суспільстві й політиці. Запропоновано напрями вдосконалення системи національних статистичних показників у сфері старіння.

Ключові слова: старіння населення, активне старіння, продуктивне старіння, працівники похилого віку, синтетичні індекси.

Обобщены международные индексы старения. Синтетические индексы систематизированы по критерию географического охвата и временной направленности. Проанализирован состав индексов и выявлена обусловленность выбора индикаторов логикой доминирующих ценностей в обще-

стве и политике. Предложены направления совершенствования системы национальных статистических показателей в сфере старения.

Ключевые слова: старение населения, активное старение, продуктивное старение, работники пожилого возраста, синтетические индексы.

International ageing indices are systematized. Synthetic indices are classified by the geographic coverage and time orientation. The composition of the indices is analysed. The choice of the indicators is revealed to be conditioned by the logic of the dominant values in society and politics. Possible directions for improving the system of national statistical indicators in the field of aging are suggested.

Key words: ageing population, active ageing, productive ageing, older workers, synthetic indexes.

УДК (331.582.4 + 330.59):303.223

Кірнос І.О.

к.держ.упр., доцент,
докторант кафедри маркетингу
Кременчуцький національний
університет
імені Михайла Остроградського

Постановка проблеми. Загострення проблеми глобального демографічного старіння поставило на порядок денний важливість вибору інструментарію наукового пізнання старіння та його наслідків. В останні роки спостерігається інтенсифікація зусиль учених, політиків і практиків із вироблення шляхів адаптації суспільства до наслідків старіння. Паралельно зростає увага до інструментів кількісної оцінки фінансово-економічних та соціальних ефектів старіння, ефективності політики у сфері продуктивного старіння, оцінки благополуччя осіб похилого віку (далі – ОПВ). Вірний вибір інструментарію наукового пізнання явища дає змогу фіксувати негативні сигнали, виявляти негативні тенденції на ранніх стадіях, коригувати політику. У такий спосіб вибір інструментарію наукового пізнання продуктивного старіння є актуальним завданням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми старіння населення привертають усе більше уваги вітчизняних дослідників. Так, О. Захарова досліджує наслідки демографічного старіння для країни та обґрунтовує потенціал людини третього віку для суспільства [1; 2]. Н. Фойгт та Ю. Канатнікова оцінюють перспективи продуктивної зайнятості осіб похилого віку [3]. О. Коломієць досліджує загрози трудоворесурсній безпеці в умовах демографічного старіння [4; 5]. У своїх дослідженнях автори здебільшого спираються на дані офіційної національної статистики. Проте відсутність у достатньому обсязі даних національної

статистики та обмеженість їх порівнянності з індикаторами міжнародних баз даних змушує площину наукових пошуків. Україна є частиною світової спільноти, але досі синтетичні показники старіння слабо представлені в роботах вітчизняних учених.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення міжнародних індексів старіння, що становлять інструментарій наукового пізнання наслідків старіння та ефективності державної політики у цій сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжнародні рейтинги користуються популярністю і впливом. Загальним трендом є об'єднання різних показників у єдиний синтетичний індекс, що оцінює положення країни щодо інших. Старіння населення та його наслідки не стали винятком із цього тренду. Синтетичні індикатори вимірюють різні аспекти старіння: матеріальний дохід і забезпеченість ОПВ, стан їхнього здоров'я, зайнятість та рівень освіти й участь у навчанні, соціальні зв'язки, стійкість пенсійних систем та навантаження на державні фінанси. Індекси старіння публікують міжнародні організації, дослідницькі організації та НДО з різних причин та для різних цільових аудиторій. Синтетичні індекси побудовано на статистиці міжнародних організацій, таких як ОЕСР, ООН, ВООЗ, Світовий банк, МОП, ЄС, а їхньою основною метою є привернення уваги до проблематики старіння для поліпшення у сфері економіки, соціального життя й політики.

Починаючи з 2009 р. у світі спостерігається зростання кількості індексів, пов'язаних зі старін-

ням. Інструментом політичного контролю активного старіння в ЄС є Індекс активного старіння (Active Ageing Index – AAI), що був уперше опублікований у 2012 р. під час Європейського року активного старіння та солідарності між поколіннями. Цільовою аудиторією AAI є політики, а мета індексу – моніторинг питань пенсійного забезпечення, зміцнення здоров'я, продовження робочого життя й участі в суспільстві людей похилого віку. Для окремої країни індекс дає змогу оцінити ступінь використання потенціалу літніх людей, наявність мотивації й можливостей для них брати участь в економіці й суспільному житті, жити незалежно. Індекс слугує фактологічною основою для політичних програм, дає змогу проводити порівняння між країнами, виносити політичні уроки з досвіду країн – лідерів рейтингу та визначати пріоритетні галузі політичного розвитку в найближчому майбутньому [6, с. 4].

У дизайні Індексу використано визначення активного старіння, запропоноване ВООЗ. AAI є інтегральним показником, що включає 22 індивідуальних індикатори, згрупованих у чотири домени: зайнятість, соціальна участь, незалежне проживання й потенціал до активного старіння. Перші три групи індикаторів вимірюють досягнення, тоді як четверта група є мірою початкових умов для досягнення позитивних цілей активного старіння. Всі індикатори та їхній синтетичний індекс розраховуються окремо для чоловіків і жінок, а величина індексу варіюється від 0 до 100 балів.

Індикатори для розрахунку розподілені за доменими: зайнятість (чотири індикатори); участь у суспільному житті (чотири індикатори); незалежне, здорове та безпечне проживання (вісім індикаторів); можливості та середовище для активного старіння (шість індикаторів) [6, с. 15]. AAI вимірює благополуччя літніх людей і є хронологічно першим кількісним вимірником якості життя ОПВ на міждержавному рівні. У ЄС він є основним інструментом моніторингу політики активного старіння на європейському та національному рівнях. Уряди Чехії, Мальти й Польщі використовують AAI в процесі впровадження та оцінки національної політики старіння.

Незважаючи на широке застосування AAI в політичних цілях, він підпадає під критику науковців. Так, група вчених Ж. Сао Жозе, В. Тімонен, К. Амадо критикують його за обмеженість уявлення поняття активного старіння в індексі: «Незважаючи на твердження, що AAI втілює визначення активного старіння ВООЗ, лише четверту його якість відображено в індексі, а непродуктивна діяльність не представлена» [7, с. 52]. Вчені також критикують індекс за надмірну спрямованість виключно на продуктивну діяльність, відсутність у ньому індикаторів, що відображають нездорове, залежне й незахищене життя, а також

ігнорування культурних відмінностей між країнами ЄС у сфері традицій старіння.

Дозволимо собі не погодитися з авторами, оскільки AAI повністю відтворює логіку політики активного старіння, прийнятої в ЄС і націленої на підвищення рівня зайнятості ППВ. Обмеженість поняття «активне старіння» слід шукати в політиці ЄС, що трактує старіння з позицій економічного внеску і продуктивної діяльності, яка не залишає права старіти неактивно, непродуктивно. Хоча є й більш широке поняття активного старіння, яке трактують ВООЗ і ООН. Логікою політики ЄС керують економічні та утилітарні інтереси держави, що зазнає дефіциту фіскальних коштів, неоліберальні принципи й домінування економічних цінностей над соціальними.

Індекс активного старіння послужив стимулом до розрахунку ще одного глобального індексу – Global Age Watch Index, що розраховується з 2013 р. міжнародною мережею HelpAge International на основі даних ООН, Світового банку, ВООЗ, МОП, ЮНЕСКО та Gallup World Poll. У розробленні індексу взяли участь понад 40 незалежних експертів у сфері старіння, охорони здоров'я, соціального захисту та розвитку людського потенціалу. Нині індекс розраховується для 96 країн, де проживає 91% населення Землі віком 60+, але планується розширення його географії та охоплення індексом усіх держав – членів ООН.

Global AgeWatch Index переслідує три мети: виміряти та поліпшити якість життя й добробут людей похилого віку; виявити успіхи і невдачі стратегічної політики адаптації до старіння населення в усьому світі; стимулювати попит на дезагреговані за віком і статтю дані як підставу для вироблення політики щодо осіб похилого віку. Методологія, яка використовується у розрахунку Global Age Watch Index, аналогічна методології розрахунку Індексу людського розвитку ПРООН [8]. Global Age Watch Index є синтетичним і включає чотири домени і 13 індикаторів (табл. 1).

Age Watch Index дає змогу визначити відмінності між країнами, виявити позицію країни порівняно з іншими, демонструє потенційні напрями для поліпшення добробуту людей похилого віку.

У 2017 р. на Всесвітньому конгресі Міжнародної асоціації геронтології та геріатрії був представлений новий індекс, що оцінює ступінь пристосованості країни до старіння населення, – The Hartford Index of Ageing Society (Індекс старіючого суспільства). Цей індекс розроблений дослідниками зі Школи громадського здоров'я Мейлмана Колумбійського університету та Центром економічної політики й охорони здоров'я Південної Каліфорнії за підтримки фонду імені Джона Хартфорда, на честь якого й названий індекс. Індекс складається з п'яти соціальних і економічних індикаторів, що відображають статус і добробут населення похи-

Таблиця 1

Індикатори розрахунку Global Age Watch Index

Домен	Індикатор
Забезпечення доходу	1. Покриття пенсійних доходів
	2. Рівень бідності у літньому віці
	3. Відносний добробут людей похилого віку
	4. ВНД на душу населення
Стан здоров'я	1. Ймовірна тривалість життя у 60
	2. Ймовірна тривалість здорового життя у 60
	3. Відносне психологічне благополуччя
Здатність	3.1 Активність людей похилого віку на ринку праці (рівень зайнятості)
	3.2 Освітні досягнення людей похилого віку
Сприятливе середовище	4.1 Соціальні зв'язки
	4.2 Фізична безпека
	4.3 Громадянські свободи
	4.4 Доступ до громадського транспорту

Джерело: складено за [8]

Таблиця 2

Індикатори для розрахунку Індекса Хартфорда для суспільства, що старіє

Домен	Вага	Показник
Продуктивність та залучення	0,35	1. Рівень зайнятості осіб 65+ (OECD, 2012)
	0,35	2. Ефективний вік виходу на пенсію (OECD, 2013)
	0,2	3. Час волонтерської діяльності, 65+ (OECD, 2011)
	0,1	4. Підвищення кваліфікації особами 55-64 років (OECD, 2007)
Благополуччя	0,7	1. Об'єктивне благополуччя: тривалість здорового життя у 65 (WHO, 2010)
	0,3	2. Суб'єктивне благополуччя: задоволеність життям для осіб 50+ (OECD, 2014)
Рівність	0,11	1. Ступінь нерівності: коефіцієнт Джині (OECD, 2015)
	0,11	2. Ризик бідності серед осіб літнього віку elderly (OECD, 2015)
	0,11	3. Продовольче забезпечення (Eurostat and USDA)
	0,33	4. Розрив у сприйнятті здоров'я за групами доходу
	0,17	5. Отримали $\geq$ середню освіту серед 55-64 (OECD, 2012)
	0,17	6. Отримали $\geq$ вищу освіту серед 55-64 (OECD, 2012)
Згуртованість	0,34	1. Підтримка соціальних зв'язків (OECD, 2012)
	0,23	2. Міжпоколінне спільне проживання для 65+ (OECD, 2012)
	0,22	3. Міжпоколінні трансферти для осіб 65+ (NTA, 2003-2011)
	0,21	4. Довіра до сусідів для 50+ (OECD, 2012)
Безпека	0,125	1. Коефіцієнт підтримки ОПВ (OECD, 2013)
	0,125	2. Дохід (OECD, 2015)
	0,125	3. Чистий пенсійний дохід (OECD, 2015)
	0,125	4. Зовнішній борг уряду (%ВВП) (OECD, 2015)
	0,125	5. Державні видатки на довгостроковий догляд (% ВВП) (OECD)
	0,125	6. Безпека під час самотньої прогулянки вночі (OECD, 2012)

Джерело: складено за [9]

лого віку в країні, який можна відстежувати в часі й у міждержавних порівняннях.

Спочатку розрахований для 30 країн, Індекс Хартфорда використовує національні джерела даних держав зі старіючим населенням, у т. ч. США й Західної Європи. Він спрямований на вимірювання успіху країни в адаптації до старіння населення і включає 22 індикатори, згруповані у п'ять доменів: продуктивність і залученість (вимір активності на ринку праці й за його межами); благополуччя (стан здоров'я й задоволеність життям); рівність (вимір нерівності в благополуччі та еконо-

мічної забезпеченості); згуртованість (міжпоколінні й соціальні зв'язки); безпека (фінансова підтримка на пенсії та фізична безпека) (табл. 2).

Як бачимо, у цьому індексі використано багато індикаторів, аналогічних AAI і Age Watch Index: пенсійний дохід, рівень зайнятості, освіта, соціальні зв'язки. Відмінністю є домен «безпека», що включає індикатори макrorівня: коефіцієнт підтримки літніх людей, зовнішній борг уряду, державні витрати на довгостроковий догляд. Тобто відмінною рисою цього індексу від попередніх є його охоплення одночасно характеристик мікро-

рівня – рівня особистості й макрорівня – рівня держави. В додається ще один вимір благополуччя – ступінь нерівності.

Ще одним індексом, який оцінює наслідки старіння на макрорівні – рівні держави, є Global Aging Preparedness Index – Глобальний індекс готовності до старіння (далі – GAP Index), розроблений Ініціативою глобального старіння Центру міжнародних досліджень.

Мета індексу GAP полягає в оцінці прогресу, досягнутого країнами в усьому світі в процесі підготовки до глобального старіння. Індекс охоплює 20 країн, у тому числі більшість великих розвинених країн і низку економічно важливих ринків, що розвиваються, а його прогнози простягаються до 2040 р. Загальний індекс GAP складається з двох окремих субіндексів: індексу фінансової стійкості та індексу достатності доходів.

Індекс фінансової стійкості починається з розгляду прогнозів державних витрат на допомогу зі старості включно з пенсіями та витратами на медицину. Далі він урахує відмінності у фінансовому дефіциті внаслідок зростання навантаження на населення працездатного віку, який країнам доведеться долати шляхом підвищення податків, скорочення інших витрат або запозичуючи кошти. Індекс також урахує залежність літніх людей від державних пенсій у різних країнах, що може бути вирішальним чинником у визначенні ступеня політичної складності проведення нових реформ, пов'язаних зі скороченням витрат.

Індекс адекватності доходів відстежує тенденції в рівні життя ОПВ порівняно з рештою населення у кожній країні на основі прогнозів, які враховують зміни в програмах соціального забезпечення, приватних пенсійних планах і участі ОПВ у робочій силі. Він також включає показники, які вимірюють надійність державних систем соціального захисту для ОПВ і мереж неформальної сімейної підтримки, які відіграють вирішальну роль у забезпеченні захисту на пенсії в багатьох країнах, що розвиваються, й у деяких розвинених країнах [10, с. 4]. Зауважимо, що цей індекс більш спрямований на оцінку майбутнього стану державних фінансів та пенсійних доходів ОПВ, ніж поточної ситуації. Показники, що

характеризують фінансовий стан ОПВ, у цьому контексті використані для політичного контролю над рівнем бідності даної частини населення і прогнозування політичних наслідків погіршення фінансового становища ОПВ.

Стан продуктивного старіння в країні вимірює PwC Golden Age Index, розроблений консалтинговою компанією PriceWaterhouseCoopers і який розраховується щорічно для 35 країн ОЕСР. Індекс показує ступінь використання потенціалу ОПВ і включає розрахунок показників їхньої участі на ринку праці й у навчанні. Для розрахунку PwC Golden Age Index використовуються індикатори ринку праці, зважені відповідно до ступеню їхньої значущості (табл. 3)

Global Retirement Index (GRI) спрямований на оцінку фінансової забезпеченості й захищеності пенсіонерів із розвинених країн і порівняння пенсійної політики. GRI є багатовимірним індексом, розробленим Natixis Investment Managers і CoreData Research, і складається з 18 індикаторів, згрупованих у чотири субіндекси: здоров'я, фінанси на пенсії, якість життя, матеріальний добробут. Чотири тематичні індекси охоплюють ключові аспекти добробуту під час виходу на пенсію: матеріальні кошти для комфортного проживання; доступ до якісних фінансових послуг для збереження економічної цінності й максимізації доходу; доступ до якісних медичних послуг; чисте й безпечне середовище. Субіндекси дають уявлення про те, які конкретні характеристики сприяють поліпшенню або погіршують становище кожної країни. Індекс розраховується для 43 країн, що включають розвинені країни ОЕСР і країни БРІК (Бразилія, Росія, Індія та Китай) [12]. Natixis Global Retirement Index використовує індикатори добробуту для всього населення, не тільки для ОПВ. Наприклад, він вимірює загальний інвестиційний клімат і якість державних установ, які відсутні в більшості інших індексів.

Оцінку стійкості й якості національних пенсійних систем проводить також Melbourne Mercer Global Pension Index – Глобальний пенсійний індекс, розроблений у партнерстві Австралійським центром фінансових досліджень (ACFS) і глобальною кон-

Таблиця 3

Індикатори для розрахунку PwC Golden Age Index

Показник	Варі
Зайнятість осіб 55–64	40 %
Зайнятість осіб 65–69	20 %
Гендерний дисбаланс у зайнятості, жінки/чоловіки віком 55–64	10 %
Частка неповної зайнятості серед осіб віком 55–64	10 %
Повна зайнятість 55–64-річних відносно до 25–54-річних	10 %
Середній ефективний вік виходу з ринку праці	5 %
Участь у навчанні: відношення 55–64-річних до 25–54-річних	5 %

Джерело: складено за [11]

салтинговою компанією Mercer. Цільовою аудиторією індексу є урядові планувальники й учені, які вивчають пенсійні системи. Індекс розраховується для 30 країн і включає 40 індикаторів, згрупованих у три субіндекси: достатність, стійкість і цілісність пенсійних систем (табл. 4).

Таблиця 4

**Складники Melbourne Mercer
Global Pension Index**

Субіндекс	Вага	Індикатори
Достатність	40%	– Виплати – Дизайн системи – Заощадження – Податкова підтримка – Володіння житлом – Активи зростання
Стійкість	35%	– Пенсійне покриття – Загальні активи – Внески – Демографія – Державний борг – Економічне зростання
Цілісність	25%	– Регулювання – Управління – Захист – Комунікація – Витрати

Джерело: складено за [13, с. 5]

Залежно від показників індексу кожній країні присвоюється категорія, яка характеризує стійкість пенсійної системи (табл. 5).

Aegon Retirement Readiness Index – Індекс готовності до пенсії, заснований на даних онлайн-опитування 16 тис. респондентів із 15 країн, чим значно відрізняється від інших індексів, що використовують дані національних статистичних служб, державних департаментів або НГО. Індекс розрахований компанією зі страхування життя Aegon та оцінює рівень обізнаності про пенсії та ощадну поведінку за шкалою від 0 до 10 балів. Індекс ґрунтується на шести питаннях, які вимірюють: 1) особисту відповідальність за дохід на пен-

сії; 2) рівень поінформованості про необхідність фінансового планування на пенсію; 3) фінансова спроможність/розуміння фінансових причин планування пенсії; 4) пенсійне планування; 5) фінансова підготовленість до пенсії; 6) заміщення доходу – рівень прогнозованого заміщення доходу. Поряд із цими питаннями поставлено питання, що оцінює ощадну поведінку, згідно з якою виділяють п'ять типів особистостей: звичних до заощаджень, тих, хто випадково заощаджує, тих, хто заощадив у минулому, тих, хто прагне до заощаджень, і тих, хто не заощаджує [14].

Важливість проблеми старіння, як національного, так і регіонального, підтверджується появою окремих статистичних тематичних вибірок, що вимірюють рівень зайнятості ППВ і благополуччя ОПВ узагалі. Так, у країнах ОЕСР ведеться окреме Табло працівників похилого віку, дані якого вибрані з баз даних і регулярних звітів ОЕСР. У США для поліпшення доступу до інформації щодо населення літнього віку та поліпшення якості статистичної інформації був створений Федеральний міжвідомчий форум зі статистики старіння, який об'єднує Національний інститут старіння, Національний центр статистики здоров'я й перепису населення, Бюро статистики ринку праці, Центрів послуг Medicare і Medicaid, Департамент будівництва та міського розвитку та інші агенції [15]. Результатом роботи даного міжвідомчого форуму є статистичний аналітичний звіт Older Americans: Key Indicators of Well Being, який включає 41 індикатор, згрупований у такі доменти: населення, економіка, стан здоров'я, ризики здоров'я й поведінка, охорона здоров'я, середовище й оточення [16].

У США з 2012 р. Інститут Мілкена й Центр майбутнього з проблем старіння розраховують індекс Best Cities for Successful Aging – «Кращі міста для успішного старіння». Індекс оцінює комфортність проживання в містах для ОПВ із дев'яти позицій: загальна зручність для життя, охорона здоров'я, здоров'я, умови проживання, зайнятість, освіта, транспорт і зручність, залучення у спільноти. Кожна

Таблиця 5

Класифікація стійкості пенсійних систем в індексі Melbourne Mercer Global Pension Index

Клас	Розмір індексу	Опис
A	>80	Першокласна надійна система пенсійного забезпечення, яка забезпечує хороші виплати, є стійкою і має високий рівень цілісності
B+	75-80	Система, яка має надійну структуру, багато хороших рис, але існують певні сфери для вдосконалення, що відрізняє її від системи A
B	65-75	
C+	60-65	Система, яка має деякі хороші риси, але також має серйозні ризики та/або недоліки, які потрібно усунути. Без цих поліпшень можна поставити під сумнів її ефективність та/або довгострокову стійкість
C	50-60	
D	35-50	Система, яка має деякі бажані риси, але також має основні недоліки та/або упущення, які потребують вирішення. Без цих поліпшень його ефективність та стійкість викликають сумніви
E	<35	Слабка система, яка може бути на ранніх стадіях розвитку або відсутня

Джерело: складено за [13, с. 6]

з категорій включає кілька індикаторів, а індекс 2017 р. ґрунтується на 83 індикаторах [17, с. 58]. Ідеологічною основою індексу є концепція міста, комфортного для старіння (age-friendly city), запропонована ВООЗ, згідно з визначенням якої місто, комфортне для старіння, – «це місто, у якому політика, послуги, оточення і структури підтримують і дають змогу людям старіти активно» [18, с. 5].

Національним індексом старіння Австралії є Senior Sentiment Index, що оцінює суб'єктивне благополуччя австралійців 50+. Індекс ґрунтується на самооцінці 11 суб'єктивних показників у сфері фінансів, здоров'я, благополуччя й доповнюється прогнозними індексами, які оцінюють дані категорії через п'ять років [19]. Аналіз індексу протягом кількох років дає змогу оцінити зміни благополуччя ОПВ унаслідок зміни урядів, політичних змін і зовнішніх шоків.

Підсумовуючі, можна констатувати зростання інтересу до вимірювання різних аспектів старіння як на рівні особистості, так і на рівні державних фінансів та пенсійних систем. Зазначимо, що, крім об'єктивних економічних показників, до складу багатьох індексів входять індикатори суб'єктивного благополуччя ОПВ – суб'єктивні оцінки якості життя, доходів, благополуччя і здоров'я. Зростання популярності суб'єктивних оцінок у політичних рішеннях пов'язане з усвідомленням ролі людини в економіці, розвитком інформаційного суспільства та посиленням впливу громадянського суспільства в державній політиці та

суспільних процесах. У такий спосіб домінуючі в суспільстві цінності відображаються в індикаторах і системах виміру.

Класифікувати міжнародні індекси можна за різними критеріями, один з яких – географічне охоплення (табл. 6).

Іншим критерієм класифікації можна вибрати спрямованість індексу на визначення благополуччя поточних поколінь ОПВ або орієнтацію на майбутнє та оцінку вірогідних наслідків старіння у майбутньому.

Так, до першої групи показників, індексів поточного стану, можемо віднести Global AgeWatch Index, Active Ageing Index, Hartford Index of Ageing Societies, PWC Golden Age Index.

До групи показників, що оцінюють майбутні наслідки старіння, входять показники Global Age Preparedness Index, Natixis Global Retirement Index, Melbourne Mercer Global Pension Index, Aegon Retirement Readiness Index.

Україну не оминув глобальний тренд старіння населення. До того ж вона входить до тридцяти найбільш старих країн світу. Згідно з національним демографічним прогнозом, до 2025 р. частка осіб віком 60+ становитиме 25 % загальної кількості населення, віком 65 років і старше – 18,4 %, у 2030 р. – понад 26% і понад 20 % відповідно [20]. Отже, кожен четвертий громадянин України буде у віці 60+. Проте в національній статистиці вагомість цієї частки населення не відображена. В Україні відсутні окремі статистичні бази даних щодо осіб

Таблиця 6

Міжнародні індекси старіння

Назва індексу	Охоплення	Характеристика
Глобальні		
Global AgeWatch Index	96 країн світу, у т. ч. Україна	Оцінка якості життя ОПВ та ефективності державної політики старіння
Global Age Preparedness Index	20 країн	Прогрес країн у підготовці до старіння
Hartford Index of Ageing Societies	18 країн ОЕСР	Благополуччя ОПВ та успіх країн у адаптації до старіння
PWC Golden Age Index	35 країн ОЕСР	Стан продуктивного старіння: рівень участі ОПВ у ринку праці
Natixis Global Retirement Index	43 країни (ОЕСР та БРІК)	Оцінка фінансової забезпеченості та захищеності пенсіонерів
Melbourne Mercer Global Pension Index	30 країн	Стійкість пенсійних систем країн світу
Aegon Retirement Readiness Index	15 країн	Готовність до пенсії – рівень пенсійної обізнаності та поведінка заощаджень
Регіональні		
Active Ageing Index	28 країн ЄС	Благополуччя ОПВ та можливості для активного старіння
Національні		
Older Americans: Key Indicators of Successful Ageing	США	Оцінка благополуччя ОПВ
Best Cities for Successful Aging	США	Рейтинг міст, комфортних для старіння
Senior Sentiment Index	Австралія	Благополуччя осіб 50+ та прогноз на 5 років

Джерело: складено автором

похилого віку як, наприклад, у США та країнах ОЕСР. Обстеження благополуччя та самопочуття домогосподарств похилого віку проводяться несистематично. Окрема інформація щодо громадян віком 60+ висвітлюється у статистичному щорічнику «Соціальний захист населення», де зібрана інформація щодо пенсійного забезпечення, надання державної соціальної допомоги, кількості інвалідів. Цей збірник відображає дефіцитну модель старіння та погляд на ОПВ як на категорію нужденних та тих, що потребують допомоги. Проте ОПВ є не тільки отримувачами пенсії та допомоги, вони працюють навіть у пенсійному віці, дехто з них навчається та підвищує кваліфікацію. Інформація щодо зайнятості ОПВ надана в загальних даних зайнятості й безробіття населення. Тип зайнятості – повна або часткова – не уточнюється. Отже, з огляду на вагомість частки населення віком 60+ у структурі населення України вважаємо за доцільне ведення окремих баз даних щодо ОПВ, які б відображали рівень їхньої економічної активності, тип зайнятості, участь у навчанні та підвищенні кваліфікації, суб'єктивне благополуччя та самопочуття. Така інформація є необхідною для прийняття управлінських рішень та державного планування національної політики старіння.

Висновки з проведеного дослідження.

По-перше, протягом останнього десятиріччя спостерігається активний розвиток показників вимірювання аспектів старіння та ефективності державної політики у цій сфері, що зумовлено загостренням демографічної ситуації у світі та зростанням частки ОПВ у структурі населення як розвинених країн так і тих, що розвиваються. З'являються нові синтетичні індекси, що оцінюють благополуччя осіб старшого віку, їхнє здоров'я, фінансову забезпеченість на глобальному, регіональному та національному рівнях. Індекси публікують міжнародні організації, дослідницькі інститути та НДО для різних цільових аудиторій. Основною метою індексів є привернення уваги світової спільноти до проблем старіння, поліпшення якості життя осіб похилого віку, контролю фінансових та пенсійних систем національних держав.

По-друге, показники вимірювання, що включено в розрахунок індексів, відображають домінуючі в суспільстві цінності та політичні принципи. Політична ціль активного старіння відображена через присутність майже в усіх індексах індикаторів економічної активності ОПВ, їхньої участі в навчанні (Active Ageing Index, PWC Golden Age Index, Global Age Watch index, Hartford Index of Ageing Societies, Global Age Preparedness Index). Загроза стійкості фінансових систем та систем пенсійного забезпечення, що викликана зростанням частки осіб пенсійного віку, знайшла відображення у спробах вимірювати та прогнозувати фінансове наванта-

ження та дефіцит бюджету, рівень та достатність пенсійних виплат, готовність населення до пенсії та наявність пенсійних заощаджень (Natixis Global Retirement Index, Melbourne Mercer Global Pension Index, Aegon Retirement Readiness Index). Усвідомлення ролі людини в економіці, розвитку інформаційного суспільства та посилення впливу громадянського суспільства в державній політиці та суспільних процесах проявляється у включенні суб'єктивних оцінок благополуччя та якості життя до синтетичних індексів старіння.

По-третє, в Україні, незважаючи на значну частку населення старшого віку в структурі населення, не ведеться окремої статистики щодо цієї вікової групи. Пропонується виокремлення статистичних даних щодо зайнятості та навчання ОПВ у бази даних осіб старшого віку за аналогією зі США та ОЕСР. Також доцільно систематично проводити обстеження суб'єктивного благополуччя ОПВ – самопочуття та сприйняття якості життя особами старшого віку для підвищення ефективності рішень у національній політиці старіння.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Захарова О.В. Демографічне старіння населення: наслідки та перспективи для України. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2018. № 9(37). С. 11–15.
2. Захарова О.В. Потенціал людини третього віку для суспільства. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2018. № 49. С. 26–33.
3. Фойгт Н.А., Канатнікова Ю.О. Сучасний стан продуктивної зайнятості у старшому віці як відображення ефективності політики активного старіння в Україні та країнах Європейського Союзу. Проблеми старения и долголетия. 2016. Т. 25. № 4. С. 571–584.
4. Коломієць О.О. Демографічні імперативи політики збереження трудових ресурсів потенціалу та шляхи активізації його резервів в Україні. Стратегічні пріоритети. 2012. № 3. С. 46–55.
5. Коломієць О.О. Мінімізація загроз трудових ресурсній безпеці, зумовлених старінням робочої сили. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/trudo_bezpeka-45cdd.pdf.
6. Active Ageing Index 2014: Analytical Report/ Asghar Zaidi, David Stanton. UNECE / European Commission, 2015. URL: https://ec.europa.eu/eip/ageing/library/2014-active-ageing-index-aai-analytical-report_en.
7. A critique of the Active Ageing Index / J. São José, V. Timonen, C. Amado et al. Journal of Aging Studies. 2017. Vol. 40. P. 49–56.
8. Global AgeWatch Index 2015 Methodology update. HelpAge International, 2015.
9. Rowe J. Measuring the Adaptation of Countries to Societal Aging. URL: <https://med.stanford.edu/content/dam/sm/phs/documents/Aging-Society-Index-Stanford-feb-21-2018.pdf>.
10. The Global Aging Preparedness Index. Second edition / R. Jackson, N. Howe, T. Peter. Washington:

Center for strategic and international studies, Jackson National Life Insurance Company, 2013. 72 p.

11. PWC Golden Age Index. Unlocking potential \$3,5 trillion prize from longer working lives. PricewaterhouseCoopers LLP, 2018. 60 p.

12. Natixis Investment Managers. 2017 Global Retirement Index. An in-depth assessment of retirement security in the developed world. URL: <https://www.im.natixis.com/us/resources/2017-global-retirement-index>.

13. Mercer. Melbourne Mercer Global Pension Index, Australian Centre for Financial Studies. Melbourne, 2017. 80 p.

14. Aegon. Successful Retirement – Healthy Aging and Financial Security. The Aegon Retirement Readiness Survey 2017. URL: <https://www.aegon.com/siteassets/research/2017-retirement-survey/retirement-readiness-survey-2017.pdf>.

15. Agingstats. History of the forum. URL: <https://agingstats.gov/about.html>.

16. Federal Interagency Forum on Aging-Related Statistics. Older Americans 2016: Key Indicators of Well-Being. Federal Interagency Forum on Aging-Related Statistics. Washington, DC: U.S. Government Printing Office, August 2016.

17. Kubendran S., Soll L. Best Cities for Successful Ageing 2017. Milken Institute, Center for the Future of Ageing, 2017. 82 p. URL: <https://assets1c.milkeninstitute.org/assets/Publication/ResearchReport/PDF/Best-Cities-for-Successful-Aging-2017.pdf>.

18. Global Age-friendly Cities: A Guide/ World Health Organization. Geneva, 2007. 82 p.

19. National Seniors Australia. 4th Seniors Sentiment Index. A report by National Seniors Australia and Challenger. Brisbane: National Seniors Australia, 2016. 28 p. URL: https://nationalseniors.com.au/system/files/09162059CRP_SeniorsSentimentIndex_CorporateReport_R2.pdf.

20. Демографічні тенденції в Україні потребують комплексного підходу на державному рівні/Офіційний веб-сайт Мінсоцполітики. URL: <https://www.msp.gov.ua/news/14711.html>.

REFERENCES:

1. Zakharova O. (2018). Demografichne starinnya naselennya: naslidky ta perspektyvy dlya Ukrainy [Demographic ageing of the population: consequences and prospects for Ukraine]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu "Ostroz'ka akademiya". Seriya "Ekonomika*, Vol 9 (37), pp. 11-15. (in Ukrainian)

2. Zakharova O. (2018). Potentsial lyudyny tret'oho viku dlya suspil'stva [Human potential of the third age for the society]. *Zbirnyk naukovykh prats' Cherkas'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*. Seriya: *Ekonomichni nauky*, Vol.49, pp. 26–33. (in Ukrainian)

3. Foygt N., Kanatnikova Yu. (2016). Suchasnyy stan produktyvnoyi zaynyatosti u starshomu vitsi yak vidobrazhennya efektyvnosti polityky aktyvnoho starinnya v Ukraini ta krayinakh Yevropeys'koho Soyuzu [Current status of productive employment in older age as a reflection of the effectiveness of policies active ageing in Ukraine and European Union], *Problemy stareniya i dolgoletiya*, Vol.25 (4), pp.571-584. (in Ukrainian)

4. Kolomiets O. (2012). Demografichni imperatyvy polityky zberezheniya trudoresurnoho potentsialu ta shlyakhy aktyvizatsiyi yoho rezerviv v Ukraini [Demographic imperatives of preserving labor resources potential and ways of activating its reserves in Ukraine]. *Stratehichni priorytety*, Vol.3, pp.46–55. (in Ukrainian)

5. Коломієць О. О. Мінімізація загроз трудоресурсній безпеці, зумовлених старінням робочої сили [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/trudo_bezpeka-45cdd.pdf.

6. Zaidi A., Stanton D. (2014). Active Ageing Index 2014: Analytical Report. UNECE/ European Commission, 2015. Available at: https://ec.europa.eu/eip/ageing/library/2014-active-ageing-index-aai-analytical-report_en.

7. São José J., Timonen V., Amado C. et al (2017). A critique of the Active Ageing Index. *Journal of Aging Studies*, Vol. 40, pp.49–56.

8. Global AgeWatch Index 2015 Methodology update. HelpAge International, 2015. 9. Rowe J. Measuring the Adaptation of Countries to Societal Aging. Available at: <https://med.stanford.edu/content/dam/sm/phs/documents/Aging-Society-Index-Stanford-feb-21-2018.pdf>.

10. The Global Aging Preparedness Index. Second edition/ R. Jackson, N. Howe, T. Peter. Washington: Center for strategic and international studies, Jackson National Life Insurance Company, 2013.

11. PWC (2018). Golden Age Index. Unlocking potential \$ 3,5 trillion prize from longer working lives. PricewaterhouseCoopers LLP, 2018.

12. Natixis Investment Managers. 2017 Global Retirement Index. An in-depth assessment of retirement security in the developed world. Available at: <https://www.im.natixis.com/us/resources/2017-global-retirement-index>.

13. Mercer (2017). Melbourne Mercer Global Pension Index, Australian Centre for Financial Studies. Melbourne, 2017.

14. Aegon (2017). Successful Retirement – Healthy Aging and Financial Security. The Aegon Retirement Readiness Survey 2017. Available at: <https://www.aegon.com/siteassets/research/2017-retirement-survey/retirement-readiness-survey-2017.pdf>.

15. Agingstats. History of the forum. Available at: <https://agingstats.gov/about.html>.

16. Federal Interagency Forum on Aging-Related Statistics. Older Americans 2016: Key Indicators of Well-Being. Federal Interagency Forum on Aging-Related Statistics. Washington, DC: U.S. Government Printing Office. August 2016.

17. Kubendran S. (2017). Best Cities for Successful Ageing 2017. Milken Institute, Center for the Future of Ageing, 2017. Available at: <https://assets1c.milkeninstitute.org/assets/Publication/ResearchReport/PDF/Best-Cities-for-Successful-Aging-2017.pdf>

18. Global Age-friendly Cities: A Guide/ World Health Organization. – Geneva, 2007. – 82 p.

19. National Seniors Australia (2016). 4th Seniors Sentiment Index. A report by National Seniors Australia and Challenger. Available at: https://nationalseniors.com.au/system/files/09162059CRP_SeniorsSentimentIndex_CorporateReport_R2.pdf.

20. Демографічні тенденції в Україні потребують комплексного підходу на державному рівні/ Офіційний веб-сайт Мінсоцполітики [Електронний ресурс]. – Доступно з: <https://www.msp.gov.ua/news/14711.html>.

INTERNATIONAL INDICES OF AGEING

The purpose of the article is to synthesize international aging indices as a scientific research tool and public policy control instrument in the area of ageing and its implications.

The composition of the synthetic indices is analysed. It is revealed that the choice of indicators is caused by the prevailing values in society and dominating politic principles in public policy. The political aim of active ageing is reflected in the presence of indicators on older workers' participation in employment and training. Active Ageing Index, PWC Golden Age Index, Global Age Watch index, Hartford Index of Ageing Societies, Global Age Preparedness Index include these indicators. The threat of ageing population implications for the sustainability of pension systems and public finances is reflected in the emergence of Natixis Global Retirement Index, Melbourne Mercer Global Pension Index, Aegon Retirement Readiness Index. These indices measure the sustainability of pension systems, elderly awareness about retirement, estimate the savings behaviour and financial readiness for the retirement of the citizens in different countries. Rising importance of the human capital, development of the information society and strengthening the influence of civil society in public policy is reflected in the inclusion of subjective well-being and quality of life indicators into the composition of the synthetic aging indices.

Ukraine is one of the thirty oldest countries in the world. According to the national demographic forecast, by 2025, the share of the elders aged 60+ will be 25% of the population, in 2030 – more than 26%. National statistical databases do not reflect the significance of the elderly in the population structure. There are none separate statistic scoreboards for an aging population as, for example, "Older workers scoreboard" in OECD or "Older Americans" in the USA. The surveys of the aging households are rare and unsystematic in national statistical practice. In Ukraine, statistical data on older people is available in the statistical yearbook "Social Protection of the Population" where the information is given on the number of retirees, the level of pension benefits, the number of disabled and needy for government support. These data reflect the deficit model of aging, and older persons are regarded as dependent and needy.

The author proposes to create a separate statistical database on the older people, which would reflect the employment rate of older workers, type of employment (full/part-time), participation in training, subjective well-being, health status, financial status etc. Such information is necessary for political decisions and state planning of the national ageing policy.

ОСВІТНЯ СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

EDUCATION AS A COMPONENT IN THE PROCESS OF FORMATION AND USE OF THE HUMAN CAPITAL IN UKRAINE

УДК 330.146

Ушакова О.А.

к.е.н., викладач,
спеціаліст I кваліфікаційної категорії
Технічний коледж
Національного університету
водного господарства
та природокористування

Глушкова Т.С.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Міжнародний економіко-гуманітарний
університет
імені академіка Степана Дем'янчука

Стаття присвячена розгляду освітньої складової у процесі формування та використання людського капіталу. Визначено вплив шкільної та вищої освіти на людський капітал майбутнього фахівця. Описано особливості міграції робочої сили з України. Наголошено на важливості формування економічного світогляду населення працездатного віку. Окреслено можливі шляхи виходу України на міжнародний ринок праці як рівноправного партнера економічних відносин.

Ключові слова: праця, людський капітал, освіта, економічне зростання, робоча сила, ринок праці.

Статья посвящена рассмотрению образовательной составляющей в процессе формирования и использования человеческого капитала. Определено влияние школьного и высшего образования на человеческий капитал будущего специалиста. Описаны особенности миграции рабочей силы из Украины. Подчеркнута важность формирования

экономического мировоззрения населения трудоспособного возраста. Определены возможные пути выхода Украины на международный рынок труда как равноправного партнера экономических отношений.

Ключевые слова: труд, человеческий капитал, образование, экономический рост, рабочая сила, рынок труда.

The article is dedicated to consideration of the educational component in the process of formation and use of the human capital. The influence of school and higher education on the human capital of a future specialist has been determined. Features of labor force migration from Ukraine have been described. Importance of formation working-age population economic outlook has been emphasized. Possible ways of Ukraine's enter the international labor market as an equal partner of economic relations has been determined.

Key words: labor, human capital, education, economic growth, labor force, labor market.

Постановка проблеми. Освітня складова тісно пов'язана з процесом формування та використання людського капіталу, який є одним з основоположних чинників економічного зростання в умовах інформаційного суспільства та інформаційної зайнятості у глобальному економічному організмі, а саме світовому господарстві. Налагоджені міжнародні економічні зв'язки та структури, за допомогою яких здійснюється зовнішньоекономічна діяльність, безперечно, впливають на процеси цивілізованого системного виходу наших спеціалістів як сформованого людського капіталу на світовий ринок праці. Проте говорити про рівноправність партнерства України на світовому ринку праці неможливо. З огляду на це необхідними є теоретико-методологічні та прикладні дослідження сфери впливу освіти на економічне зростання через процес формування та використання людського капіталу з докорінною зміною підходів до людини як духовної істоти та працівника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес формування та використання людського капіталу всебічно досліджується в роботах О.Г. Брінцевої [1], О.А. Грішної [1], Д.П. Мельничука [5], А.Ю. Шахно [8] та інших українських науковців. Проблема мотивації, підвищення продуктивності праці, ефективного розвитку та використання трудового потенціалу займаються Н.М. Карпенко [3], О.О. Чернушкіна [7] та інші вітчизняні вчені.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення впливу освіти на процес формування

та використання людського капіталу як одного з чинників економічного зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Освіта є процесом формування особистості, її свідомості, виховання та досягнення певної професійної підготовки для майбутньої діяльності людини як фахівця. Продуктивність праці фахівця залежить від таких чинників, як якість робочої сили; якість засобів виробництва; якість організації праці; наявність мотивації праці; можливість відтворення робочої сили. Потрібно зазначити, що всі перераховані чинники є чинниками формування та використання людського капіталу.

ВВП є джерелом фінансування доходів державного бюджету, а отже, бере участь у розвитку освіти та, як наслідок, у формуванні капіталу людини. Перебування ж економіки України протягом останнього десятиліття у стані фінансово-економічної та геополітичної кризи цілком обумовило недостатність бюджетного фінансування освітньої галузі, що негативно вплинуло на формування людського капіталу через зменшення величини реального ВВП, який є невід'ємною ознакою економічного зростання країни. Стан сучасного українського ринку праці та тенденції міграційних процесів також не сприяють підвищенню рівня ВВП.

При цьому людський капітал сприяє вирішенню соціально-економічних проблем та підвищенню добробуту населення, беручи участь в економічному зростанні (рис. 1).

На нашу думку, освіта має бути престижною формою реалізації здібностей, що дасть змогу знайти добре оплачувану роботу, а не так звану

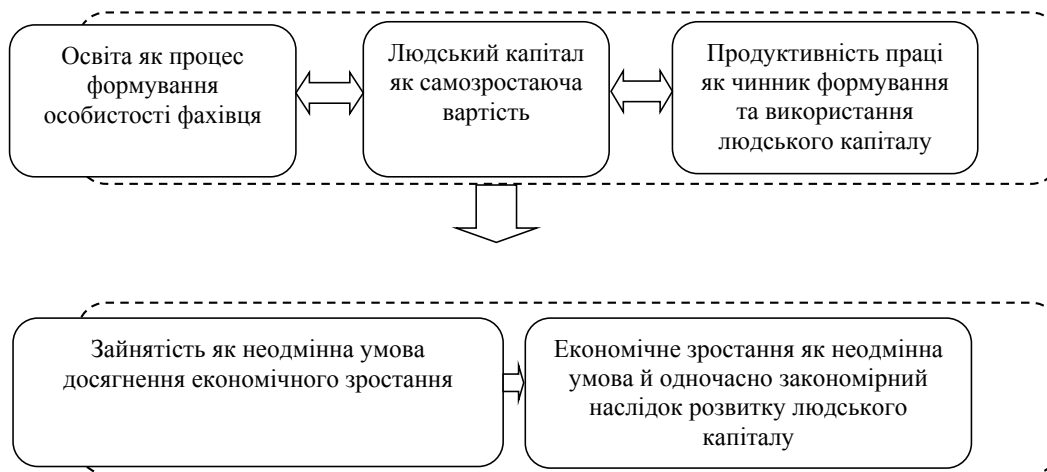


Рис. 1. Освітня складова процесу формування та використання людського капіталу як чинника економічного зростання

Джерело: авторська розробка

чергою за дипломом. Щодо вищої освіти, то доводиться констатувати факт, що українські дипломи не є підтвердженням компетентності та професіоналізму молодих фахівців, тому зарубіжні ринки праці не потребують українців, як професіоналів, а готові їх приймати лише як дешеву робочу силу, яка докладається у простій фізичній праці. Це відбувається через те, що система вищої освіти залишається сьогодні нездатною швидко реагувати на зміну подій у сучасному світі через недосконалість фінансування, відсталість науково-технічних розробок і матеріально-технічної бази.

Слід також зазначити, що сформувати якісний людський капітал в умовах особистої безвідповідальності випускників закладів вищої освіти за подальше фахове самовизначення та соціальної безвідповідальності роботодавців, які сподіваються на отримання вже досвідченого фахівця і не бажають брати на себе відповідальність за молодих працівників, надаючи їм початковий стаж, неможливо. Після закінчення закладу вищої освіти випускник не має стажу роботи за фахом, якого вимагають роботодавці (як правило, сьогодні це від 1 до подекуди 5 років). Попри це, не кожен молодий фахівець самостійно замислюється над тим, як продовжити навчатися впродовж життя, скільки коштів потрібно буде інвестувати, скільки коштів повернеться і коли. Однак вигоди від майбутньої професійної діяльності цікавлять всіх, зокрема вищий рівень заробітної плати, можливість отримувати пільги, премії, пенсійне, соціальне та медичне страхування за рахунок підприємства, установи чи організації, кращі умови праці та можливість займатися улюбленою справою.

У витоків вирішення цієї проблеми стоїть шкільна освіта. Проблема полягає в тому, що несамостійність вибору професії випускниками

шкіл приводить до подальшого нерозуміння сфери своєї майбутньої діяльності, незацікавленості та розчарування в ній. Тому її стратегія і тактика на сучасному етапі розвитку України як незалежної європейської держави мають створювати і поповнювати базу знань про наявні професії, виявляти схильності кожного окремого учня до тієї чи іншої сфери знань, щоби після закінчення школи він міг самостійно визначитися, який фах вибрати відповідно до норм сучасного прогресивного світу.

Проблеми ставлення шкільної та студентської молоді до освіти викликані соціально-економічною ситуацією в державі, зокрема проблемою врегулювання зайнятості населення. Рівень безробіття у 2017 році становив 9,9%, що більш ніж у 2 рази перевищує природний рівень [6]. Українська економіка є відсталою. Рівень ВВП на душу населення нашої держави відстає від рівня різних країн Європи в середньому в 2–43 рази, наприклад в 2 рази – від Албанії, Македонії та Сербії, в 43 рази – від Люксембургу. Від своїх найближчих європейських країн-сусідів Україна за цим показником відстає так: від Словаччини – в 7 разів, від Польщі та Угорщини – в 6 разів, від Румунії – в 4 рази, від Болгарії – в 3 рази [2]. Усе це є причинами поступового вкорінення суспільної думки про недоцільність праці на вітчизняну економіку.

Пов'язаною і надзвичайно гострою проблемою для України є занадто активна міграція робочої сили, часто нелегальна. Попри те, що легалізація міграційних процесів є головним завданням як країни, з якої виїжджає робоча сила, так і країни, яка її приймає, нелегальні мігранти вигідні підприємцям країн-реципієнтів робочої сили більше, ніж легальні працівники, оскільки вони є своєрідним резервом необхідної їм дешевої робочої сили.

Міжнародна організація з міграції оцінює можливе потенційне збільшення кількості міжнародних трудових мігрантів в короткостроковій перспективі на 41%. Серед потенційних трудових мігрантів майже половину складають люди віком від 18 до 29 років. Додатковий ризик для українського ринку праці полягає у збільшенні кількості студентів, що навчаються за кордоном. Попит на українських заробітчан зростає в Польщі, Словаччині, Литві, Хорватії, Чехії та Румунії. Так, за підрахунками Союзу підприємців і роботодавців Польщі, для підтримки зростання економіки цієї країни необхідно залучити 5 млн. мігрантів, а загальна кількість виданих запрошень на роботу в 2018 році для українців складе 3 млн. Чехія офіційно потроїла норми трудових мігрантів. Загалом серед населення економічно активна частина не досягає 50%. Згідно з експертними оцінками сьогодні за кордоном працюють до 5 млн. українців. Найближчим часом міграційні процеси в Україні посиляться за рахунок високого попиту на кваліфіковану робочу силу, а через кілька десятків років дефіцит кадрів в Україні буде загрожувати економічній безпеці держави [4]. Безперечно, наведені проблеми зумовлені насамперед тим, що оплата праці за кордоном значно вища, ніж в Україні.

За останні роки соціально-економічна ситуація в Україні настільки погіршилась, що люди, які виїжджали з країни з метою тимчасового заробітку, тепер масово залишаються в країнах-роботодавцях. Наявна рееміграція, тобто повернення робочої сили в Україну, супроводжується тенденцією втрати нашими фахівцями своєї кваліфікації через тривалу роботу не за фахом. Тобто країни, що приймають нашу робочу силу, повертають нам фізично спрацьовані та морально застарілі кадри, що є вкрай негативним чинником у процесі формування та використання людського капіталу.

Сучасна ситуація на ринку праці України, який є нерозвиненим, тобто не забезпечує повної зайнятості з природним рівнем безробіття, може привести до цілковитої втрати нашою державою кваліфікованих фахівців, науковців та інших категорій працівників, тобто втрати інтелектуального потенціалу для формування людського капіталу. Нерозвиненість ринку праці та бідність населення продовжують негативно впливати на рівень ВВП.

Існування проблеми поповнення українськими кадрами зарубіжного людського капіталу потребує узагальнюючого аналізу негативних тенденцій розвитку міграційних процесів, урахування науково обґрунтованих методів і форм діяльності державних установ, які повинні регулювати міграційні процеси та управляти ними в державній міграційній політиці. Формування економічного світогляду, що дало б змогу розв'язати проблему відсутності самоповаги в українського працівника та впровадити на мікро-, мезо- та макrorівнях принципи

пріоритету роботи на вітчизняну економіку, а не на зарубіжні країни, є першочерговим завданням соціально-економічної політики нашої держави. Безперечно, найбільш важливу роль відіграє населення працездатного віку, оскільки саме воно є найбільшими виробником і споживачем матеріальних благ, а отже, зумовлює могутній вплив на соціально-економічний прогрес загалом та економічне зростання країни зокрема.

З огляду на це у сфері формування та використання людського капіталу можна виділити такі основні шляхи виходу нашої держави на міжнародний ринок праці як рівноправного партнера економічних відносин:

- виважені зміни в системі мотивації та фінансового стимулювання найманої праці з метою стримування надмірної плинності кадрів, які стають потенційним поповненням зарубіжного людського капіталу;

- врахування наявної соціальної структури населення для дослідження різноманітних проявів людської активності, що дасть змогу контролювати зв'язки працівників, а також раціонально поєднувати їх з необхідними засобами виробництва з метою забезпечення приросту робочих місць щодо використання наявних трудових ресурсів за фахом;

- використання роботодавцями систем оперативного планування, прогнозування та контролю за перебігом робочих процесів з метою досягнення максимальної ефективності праці кожного конкретного працівника, що дасть змогу оцінювати використання людського капіталу країни загалом у поточному періоді;

- продовження реформування системи освіти щодо врахування потреби країни у фахівцях того чи іншого профілю та забезпечення безпосереднього зв'язку школи із закладами вищої та професійно-технічної освіти.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, з метою досягнення стабільного формування та повноцінного економічно доцільного і соціально ефективного використання людського капіталу в Україні необхідним у масштабах нашої держави є проведення послідовної політики в галузі регулювання зайнятості для досягнення сталого взаємозв'язку «освіта – людський капітал – зайнятість – економічне зростання». Покращення умов праці на вітчизняному ринку позитивно вплине й на зростання частки заощаджень, які є найбільшим економічним благом кожної людини, й на оздоровлення міграційних процесів, що зменшить соціальну напругу в суспільстві, зробить відтік кадрів більш цивілізованим через усвідомлення суспільством (особливо його працездатною частиною) значущості процесу формування та використання людського капіталу в економічному розвитку країни загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Грішнова О.А., Брінцева О.Г. Фіктивний людський капітал: сутність, характерні особливості, чинники формування. Демографія та соціальна економіка. 2015. № 1. С. 90–101.
2. Друге місце з кінця: Україна в рейтингу ВВП Європи. URL: <http://uainfo.org/blognews/1524646686-druge-mistse-z-kintsya-ukrayina-v-reytingu-vvp-evropi.html>.
3. Карпенко Н.М. Управління трудовим потенціалом підприємства в сучасних умовах. Інституціональний вектор економічного розвитку: збірник наукових праць МІДМУ «КПУ». Вип. 8 (1). Київ: 2015. С. 134–144.
4. Миграция из Украины растёт и приближается к критической. URL: <https://nv.ua/ukraine/events/mihratsiya-iz-ukrainy-rastet-i-priblizhaetsja-k-kriticheskoy-2462687.html>.
5. Мельничук Д.П. Людський капітал: пріоритети модернізації суспільства у контексті поліпшення якості життя населення: монографія. Житомир: Полісся, 2015. 564 с.
6. Рівень безробіття в Україні. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy>.
7. Чернушкіна О.О. Продуктивність праці: тенденції та перспективи зростання. Економічний форум. 2013. № 4. С. 147–151.
8. Шахно А.Ю. Вплив процесів глобалізації на розвиток людського капіталу на стан національного ринку праці. Економічний аналіз: зб. наук. праць / редкол.: О.В. Ярошук (голов. ред.) та ін. Т. 25. № 1. Тернопіль: видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. С. 75–82.

REFERENCES:

1. Hrishnova O.A., Brintseva O.H. (2015) Fiktyvnyi liudskyi kapital: sutnist, kharakterni osoblyvosti,

chynnyky formuvannia [Fictitious human capital: essence, characteristic features, factors of formation]. Demography and Social Economy, no. 1, pp. 90–101.

2. Druhe mistse z kintsia: Ukraina v reitynhu VVP Yevropy [Second place from end: Ukraine in GDP rating of Europe]. Available at: <http://uainfo.org/blognews/1524646686-druge-mistse-z-kintsya-ukrayina-v-reytingu-vvp-evropi.html> (accessed 21 July 2018).

3. Karpenko N.M. (2015) Upravlinnia trudovym potentsialom pidpriemstva v suchasnykh umovakh [Management of labor potential of the enterprise in modern conditions]. Institutional Vector of Economic Development, no. 8 (1), pp. 134–144.

4. Migratsiya iz Ukrainy rastet i priblizhaetsya k kriticheskoy [Migration from Ukraine is growing and approaching to critical level]. Available at: <https://nv.ua/ukraine/events/mihratsiya-iz-ukrainy-rastet-i-priblizhaetsja-k-kriticheskoy-2462687.html> (accessed 24 July 2018).

5. Melnychuk D.P. (2015) Liudskyi kapital: priorytety modernizatsii suspilstva u konteksti polipshennia yakosti zhyttia naselennia [Human capital: priorities of modernization of society in the context of quality of population life improving]. Zhytomyr: Polissia (in Ukrainian).

6. Rivenj bezrobittja v Ukraini [Unemployment rate in Ukraine]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy> (accessed 23 July 2018).

7. Chernushkina O.O. (2013) Produktivnist pratsi: tendentsii ta perspektyvy zrostantia [Labor productivity: trends and prospects of growth]. Economic Forum, no. 4, pp. 147–151.

8. Shakhno A.Yu. (2016) Vplyv protsesiv hlobalizatsii na rozvytok liudskoho kapitalu na stan natsionalnoho rynku pratsi [Impact of globalization processes on the human capital development on the state of the national labor market]. Economic Analysis, vol. 25, no. 1, pp. 75–82.

Ushakova O.A.

Candidate of Economic Sciences, Lecturer,
Specialist of the 1st qualification category
Technical College of National University
of Water and Environmental Engineering

Hlushkova T.S.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management
Academician Stepan Demianchuk
International University of Economics and Humanities

EDUCATION AS A COMPONENT IN THE PROCESS OF FORMATION AND USE OF THE HUMAN CAPITAL IN UKRAINE

The article is dedicated to the consideration of educational component in the process of formation and use of the human capital. It deals with an educational component, which is closely connected with the process of formation and use of the human capital. It is one of the fundamental factors of economic growth in conditions of information society and information employment in the global economic organism. So, theoretical and methodological, also applied researches in the sphere of educational influence on economic growth on the basis of the process of formation and use of the human capital are needed. At the same time, it is necessary to change approaches to the understanding of a human as a spiritual being and as an employee radically.

The author devotes the main attention to such moments.

1) Influence of school and higher education on the human capital of a future specialist. Education must be a prestigious form of realization of abilities but not so-called "queue for a diploma". Then it allows the human to find a well-paid job. The author explains that problems of the attitude of the school and student youth to education are significantly caused by the socio-economic situation in the state, concerning settling employment of population in particular.

2) Features of labor force migration from Ukraine. Excessive labor migration is often illegal. The tendency of losing skills by our specialists through their long-term work not by specialty is a feature of existing re-emigration.

3) Importance of formation of working-age population economic outlook. Formation of economic world outlook is the priority task of the socio-economic policy of our state. It would enable to solve the problem of lack of self-esteem of Ukrainian employee and to introduce principles of priority work on the domestic economy at micro-, meso-, and macro-levels, but not in foreign countries. The author emphasizes that the working-age population plays the most important role because it is the largest producer and consumer of material goods, which influence the economic growth of the country powerfully in particular.

4) Possible ways of Ukraine's enter the international labor market as an equal partner of economic relations. There are weighted changes in the system of motivation and financial stimulation of hired labor; accounting of existing social structure of population; using systems of operational planning, forecasting and monitoring of workflows course by employers and others.

ОСВІТНЯ МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

EDUCATIONAL MIGRATION IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF CURRENT DEVELOPMENT TRENDS IN THE EDUCATIONAL MARKET

В умовах інтернаціоналізації вищої освіти спостерігається зростання міграційних потоків з метою отримання освіти. Освітня міграція передбачає тимчасове перебування на території, де розташований вибраний заклад освіти. У статті розглянуто особливості міжнародної освітньої міграції в Україні. Проаналізовано основні показники освітньої імміграції та еміграції. Акцентовано увагу на програмах мобільності, академічного обміну як невід'ємної позитивної складової освітньої міграції.

Ключові слова: освітня міграція, інтернаціоналізація вищої освіти, ринок освітніх послуг, іноземні студенти, академічна мобільність, міжнародні програми обміну.

В условиях интернационализации высшего образования наблюдается рост миграционных потоков с целью получения образования. Образовательная миграция предусматривает временное пребывание на территории, где расположено выбранное учебное заведение. В статье рассмотрены особенности международной образовательной миграции в Украине. Проанализированы основные показатели образовательной иммиграции

и эмиграции. Акцентируется внимание на программах мобильности, академического обмена как неотъемлемой положительной составляющей образовательной миграции.

Ключевые слова: образовательная миграция, интернационализация высшего образования, рынок образовательных услуг, иностранные студенты, академическая мобильность, международные программы обмена.

In the conditions of internationalization of higher education, the growth of migration flows in order to receive education is observed. Educational migration involves a temporary stay in the territory where the chosen educational institution is located. The article deals with the peculiarities of international educational migration in Ukraine. The main indicators of educational immigration and emigration are analyzed. The emphasis is on the mobility programs, academic exchange as an integral and positive component of educational migration.

Key words: educational migration, internationalization of higher education, market of educational services, foreign students, academic mobility, international exchange programs.

УДК 37.014.25

Чайка-Петегирич Л.Б.

к.е.н.,

доцент кафедри економіки

та менеджменту

Дрогобицький державний педагогічний

університет імені Івана Франка

Постановка проблеми. Міграція як суспільний феномен відіграє знакову роль в модернізації економіки, держави, суспільства. Для одних вона є способом інноваційної організації життєдіяльності людей, для других – фактором прогресу, для третіх – історичним викликом на шляху збереження власної ідентичності націй і народностей [1, с. 7]. Освітня міграція є меншою за масштабами порівняно з трудовою міграцією, однак залишається важливою, інтелектуальною за змістом формою міграційних переміщень. Сучасні тенденції розвитку міжнародного ринку освітніх послуг, інтернаціоналізація вищої освіти посилюють міграційні настрої студентської молоді. Наслідки освітніх міграційних процесів мають як позитивний, так і негативний вплив на соціально-економічний розвиток країни походження або призначення освітніх мігрантів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Різні аспекти освітньої міграції стали предметом дослідження низки вітчизняних науковців. Серед них слід назвати таких, як Н. Горожанкіна, Л. Жураковська, М. Пантелєєв, Н. Побережна, К. Кобчева, Л. Семів, Є. Стадний.

Досліджуючи тенденції освітньої міграції, Л. Жураковська зазначає: «Значення міжнародної освітньої міграції як важливої, інтелектуальної за змістом форми міграційних переміщень населення закономірно зростає. Для більшості економічно розвинених країн вона стає одним із засобів

формування людського капіталу, необхідного для розвитку національних економік, водночас вона є потужним геополітичним ресурсом, що використовується для поширення і просування культури, ціннісних установок і технологій країн навчання іноземців» [2, с. 233–234].

Розглядаючи економічні та соціальні аспекти освітньої міграції, М. Пантелєєв та Н. Побережна наголошують на необхідності врахування світових тенденцій у сфері експорту освітніх послуг, постійного нарощення конкурентних переваг країни в науці, освіті. За таких умов розширення експорту освітніх послуг стає прибутковим видом економічної діяльності, яскравим показником її соціального та культурного майбутнього [3, с. 62].

Цікавими є дослідження, що висвітлюють проблему міжнародної освітньої міграції української молоді крізь призму соціології громадської думки [4; 5; 6]. Вони засвідчують тенденцію до збільшення зовнішніх освітніх міграційних намірів української студентської молоді. Це актуалізує подальше вивчення цього явища, його причин, особливостей та пошуку шляхів максимізації позитивного ефекту освітньої міграції.

Постановка завдання. Мета статті полягає в розгляді особливостей міжнародної освітньої міграції в Україні в контексті сучасних тенденцій розвитку ринку освітніх послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Освітня міграція об'єднує переміщення студен-

тів, аспірантів, докторантів, стажерів до місця знаходження навчальних закладів з метою отримання знань, обміну досвідом. Розглянемо міжнародну освітню міграцію в Україні з точки зору освітньої імміграції (в'їзд до країни навчання) та позиції освітньої еміграції (виїзд до країни навчання). Оскільки потоки іноземних студентів інтенсивніші за потоки науковців, викладачів, зупинимось на аналізі показників студентської мобільності.

Нині в Україні навчаються 66 310 іноземних студентів зі 147 країн світу. Країни, з яких приїздить найбільша кількість студентів на навчання в Україну, представлено на рис. 1. Географія в'їзних потоків охоплює країни СНД, близького та далекого Сходу, Африки тощ.

До п'ятірки ВНЗ України за кількістю іноземних студентів входять Харківський національний медичний університет (5 471 особа), Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (4 273 особи) (цей університет посідає найвище місце серед шести українських ВНЗ, які входять до міжнародного рейтингу вищих навчальних закладів "QS World University Ranking 2018"), Одеський національний медичний університет (3 543 особи), Запорізький державний медичний університет (2 588 осіб), Національний медичний університет імені О.О. Богомольця (2 307 осіб). Як видно з переліку, за фаховим спрямуванням переважають медичні університети. Загалом упродовж останніх трьох років кількість вищих навчальних закладів в Україні, де навчаються іноземні студенти, зросла зі 185 до 239 [7]. Це свідчить про зміцнення позицій вітчизняних університетів на міжнародному ринку освітніх послуг.

Статистичні дані про в'їзд іноземних громадян до України, метою поїздки яких зазначена освіта, представлено на рис. 2.

У 2015 році відбувся різкий спад таких в'їздів на 1 008 осіб, що на 90,9% менше за показник 2014 року. Різке зменшення кількості поїздок іноземців в Україну з метою навчання у 2014–2015 роках пов'язане з напруженою ситуацією в країні, зокрема проведенням антитерористичної операції. Динаміка кількості в'їздів іноземців на територію України у 2016–2017 роках характеризувалася стабільним зростанням. Зокрема, у 2016 році цей показник збільшився зі 101 особи до 1 986 осіб, у 2017 році – на 2 434 особи, темп росту склав 116,6% порівняно з 2016 роком. Кількість іноземних студентів, які приїжджають здобувати вищу освіту в Україні, є показником покращення української освіти, підвищення рівня її відкритості.

Приріст міжнародної освітньої імміграції позитивно впливає не лише на якість освіти. Експорт освіти приносить також економічну, соціально-культурну користь, а саме:

- надходження до бюджету від продажу освітніх послуг (плата за навчання);
- доходи від поточного споживання (проживання, харчування, комунальні послуги, одяг, дозвілля тощо);
- поліпшення демографічної ситуації, якщо студенти залишаються у країні після навчання;
- розвиток багатокультурності суспільства (взаємозбагачення різних культур через комунікацію).

Беручи до уваги ефекти експорту освітніх послуг, вважаємо, що залучення іноземних студентів є одним з пріоритетів освітньої політики

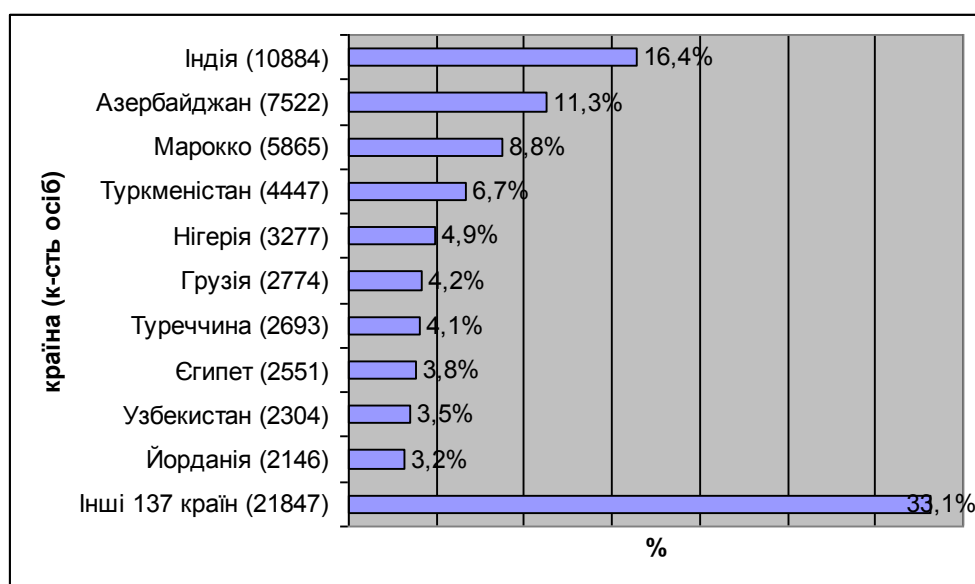


Рис. 1. Число іноземних студентів в Україні за країнами походження

Джерело: складено автором за даними Українського державного центру міжнародної освіти [7]

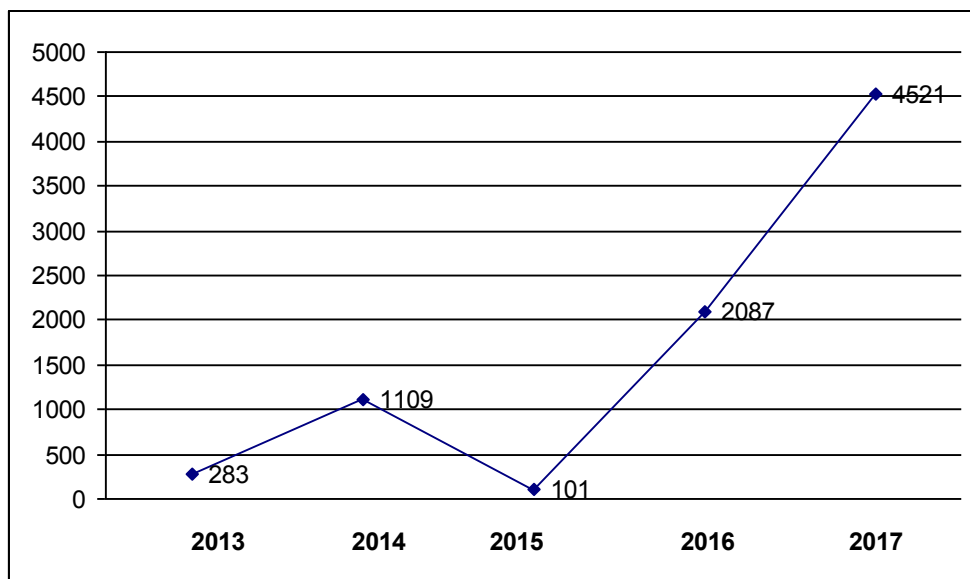


Рис. 2. В'їзд іноземних громадян в Україну з освітньою метою

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики в Україні [8]

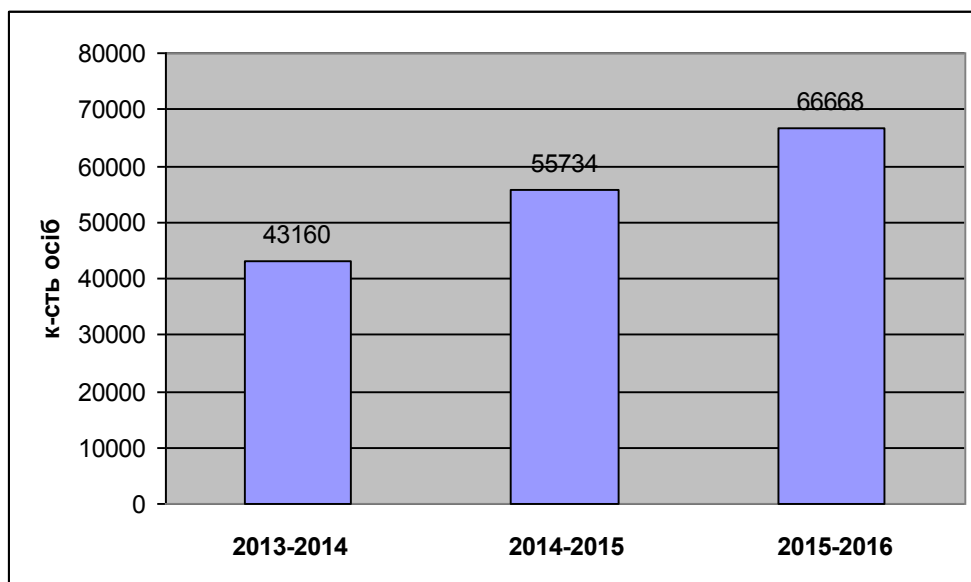


Рис. 3. Кількість українських громадян на навчанні у закордонних університетах

Джерело: складено автором за даними аналітичного центру CEDOS [10]

будь-якої держави. Не є винятком і наша країна. Так, Міністерство освіти і науки працює над планом інтернаціоналізації вищої освіти в Україні, вивчає слабкі місця, які пов'язані, зокрема, з діяльністю міграційної служби та інших відомств, процедури яких ускладнюють процес вступу та навчання іноземних студентів [9]. Активну інформаційну кампанію, спрямовану на залучення іноземних студентів, проводить Український державний центр міжнародної освіти. На веб-сайті центру (<http://studyinukraine.gov.ua>) розміщена уся необхідна інформація для іноземців, продемонстровано переваги та можливості української

освіти. Наша держава як країна, що приймає іноземців на навчання, створює для цього відповідні умови.

Щодо освітньої міжнародної міграції українських громадян, то число українців на студіях в іноземних університетах станом на 2015/2016 навчальний рік становило 66 668 осіб.

Динаміка кількості виїздів українців на навчання закордон у 2013–2016 роках характеризується стабільним зростанням. Зокрема, у 2014/2015 навчальному році цей показник збільшився на 12 574 особи (приріст складає 29,1% порівняно з 2013/2014 навчальним роком).

У 2015/2016 навчальному році приріст становив 19,6%, або 10 934 особи.

За попередніми підрахунками у 2016/2017 навчальному році за кордоном навчалось щонайменше 72 000 українських громадян [10].

Серед найбільш бажаних для навчання країн, як і раніше, залишаються Польща, Німеччина, Росія, Канада, Італія, Чехія, США, Іспанія, Австрія, Франція та Угорщина [10].

Для більшості країн подане число охоплює українських громадян, які навчаються у визначених цими державами закладах вищої освіти, на програмах повного циклу, на денній формі, на бакалаврських та магістерських програмах або є учасниками різноманітних non-degree програм (кредитна мобільність, програми обміну, стажування, мовні школи тощо) [10].

Серед причин міжнародної освітньої міграції українська молодь зазначає низьку якість освіти, наявність корупції у вітчизняних ВНЗ, високу плату за навчання, відсутність достатньої матеріальної бази, відсутність політичної, економічної, фінансової стабільності у державі та реальних перспектив покращення ситуації. Однак основною причиною, що спонукає українську молодь виїжджати за кордон для навчання, є відсутність перспектив працевлаштування за фахом в Україні після отримання диплому вітчизняного ВНЗ [5, с. 48]. Це є передумовою того, що українські студенти, які отримують освіту за кордоном, можуть стати трудовими мігрантами та емігрантами. В цьому і полягає проблема міжнародної освітньої міграції, а саме втраті як інтелектуального, так і трудового потенціалу країни.

Найбільш позитивною за наслідками є освітня міграція в межах програм академічного обміну.

Глобалізація, розвиток інтеграційних процесів сприяли тому, що освітні послуги перетнули національні межі, розвиваються транснаціональні та міжнародні освітні програми. Інтернаціоналізація освіти, з одного боку, спрямована на інтеграцію міжнародної складової в національні наукові дослідження, громадську діяльність, освітні послуги вищої школи, а з іншого боку, має бути спрямована на експорт освітніх послуг та досягнень національної науки. Отже, інтернаціоналізація освіти є одним із чинників становлення глобального простору вищої освіти та класифікується як зовнішня (міжнародна академічна мобільність) і внутрішня (впровадження світових стандартів, інтернаціоналізація навчальних курсів, участь у міжнародних дослідницьких програмах та в міжкультурній комунікації тощо). В умовах інтернаціоналізації освітніх систем створено інституціональні умови для активізації академічного руху студентів (наявність угод між навчальними закладами різних країн, уніфікація освітніх стандартів і програм, поширеність практики закордонних стажувань, надання стипендій і пільг студентам, які прибувають за обміном).

Щороку в Україні активізується потік академічних міграцій за кордон в рамках різноманітних академічних обмінів і програм. Так, з метою підвищення рівня теоретичної та практичної підготовки студентів, аспірантів, наукових і науково-педагогічних працівників, проведення авторських досліджень з використанням сучасного обладнання і технологій, опанування новітніх унікальних методів, набуття досвіду здійснення науково-дослідної та викладацької діяльності, забезпечення інформаційного обміну, розширення наукових контактів із зарубіжними науковцями МОН України оголошує конкурс з відбору на навчання студентів і аспіран-

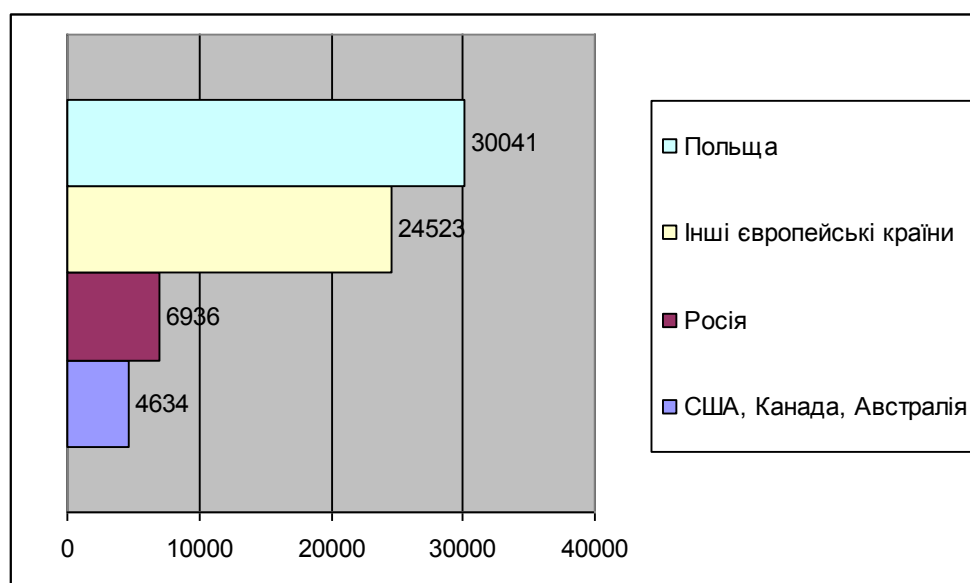


Рис. 4. Розподіл українських студентів за країнами призначення

Джерело: складено автором за даними аналітичного центру CEDOS [10]

тів та стажування наукових і науково-педагогічних працівників у провідних вищих навчальних закладах та наукових установах за кордоном [1, с. 292].

Поширеною є практика роботи в рамках Європейської освітньої програми Erasmus+, яка забезпечує мобільність студентів та викладачів на основі стипендій, що надаються Європейським Союзом та покривають витрати на навчання й проживання. Для участі у програмі розробляються проекти співпраці, укладаються відповідні угоди між країнами-учасниками програми та країнами-партнерами (Erasmus+KA1). Таким чином, міжнародні програми мобільності сприяють особистісному розвитку студентів, а також розвивають міжнародну співпрацю на освітньому ринку, підвищують якість освітніх послуг шляхом адаптації освітніх програм, наближення освітніх стандартів до кращих європейських зразків.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений аналіз особливостей міжнародної освітньої міграції в Україні в контексті сучасних тенденцій розвитку ринку освітніх послуг показав позитивну динаміку в'їзних та виїзних потоків освітніх мігрантів. З одного боку, це свідчить про інтеграцію національної освітньої системи у світовий ринок освітніх послуг. З іншого боку, зростання освітньої еміграції загрожує втратою інтелектуального потенціалу, який так необхідний для розвитку держави. Для максимізації позитивного ефекту освітньої міграції потрібно регулювати її у двох напрямках: 1) залучення іноземних громадян на навчання в Україну, засобом чого є покращення умов для навчання, проживання осіб з інших країн; 2) міграція завжди є викликом для країни-походження, тому необхідно створювати умови для того, щоб залишити інтелектуальний та трудовий потенціал у себе. В умовах глобалізації неможливо припинити міграцію, однак варто впроваджувати ефективний механізм вільної мобільності мігрантів, підтримувати академічну мобільність, що передбачає повернення на батьківщину після завершення навчальної програми. Важливим завданням є формування та реалізація такої міграційної та освітньої політики, яка б враховувала сучасні тенденції розвитку ринку освітніх послуг, соціальні та економічні ефекти освітньої міграції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Наслідки міграційних процесів: нові виклики та можливості для регіонів / наук. ред. У. Садова. Львів: НАН України, ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього», 2015. 252 с.
2. Жураковська Л. Тенденції освітньої міграції в контексті глобалізації економічного розвитку. Демографія та соціальна економіка. 2014. № 1 (21). С. 233–240.
3. Пантелєєв М., Побережна Н. Освітня міграція. Економічні та соціальні аспекти. Науковий вісник

Харківського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 6. Ч. 3. С. 61–65.

4. Брензович К., Немеш Є. Міжнародна студентська міграція та її вплив на соціально-економічний розвиток країни. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 10. С. 32–36.

5. Іванова І. Міжнародна освітня міграція української молоді: причини, наслідки. Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. Соціологія і політичні науки. 2017. Т. 22. Вип. 1 (27). С. 45–52.

6. Черба В., Тоболь Г., Мушкаторова Д. Причини освітніх міграцій українських студентів за кордон. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 12. С. 68–72.

7. Статистика // Український державний центр міжнародної освіти. URL: <http://studyinukraine.gov.ua/uk/zhittya-v-ukraini/inozemni-studenti-v-ukraini>.

8. Офіційний сайт Державної служби статистики в Україні. URL: www.ukrstat.gov.ua.

9. МОН працює над планом інтернаціоналізації вищої освіти в Україні. URL: <http://mon.gov.ua/ua/news/usi-novini-novini-2017-02-09-liliya-grinevich-mon-praczuje-nad-planom-internacjonalizacziyi-vishhoyi-osviti-v-ukrayini>.

10. Стадний Є. Українські студенти за кордоном: факти та стереотипи. URL: <http://cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-fakty-ta-stereotypy>.

REFERENCES:

1. Naslidyky mihratsiynykh protsesiv: novi vyklyky ta mozhlyvosti dlya rehioniv [Implications of migration processes: new challenges and opportunities for the regions] (2015), NAN Ukrayiny, DU "Instytut rehional'nykh doslidzhen' imeni M.I. Dolishn'oho"; nauk. red. Sadova U. L'viv, 252 p. (in Ukrainian).
2. Zhurakovs'ka L. (2014) Tendentsiyi osvitynoyi mihratsiyi v konteksti hlobalizatsiyi ekonomichnoho rozvytku [Trends in educational migration in the context of globalization of economic development], Demohrafiya ta sotsial'na ekonomika, vol 1 (21), pp. 233–240 (in Ukrainian).
3. Pantelyeyev M., Poberezhna N. (2014) Osvitnya mihratsiya. Ekonomichni ta sotsial'ni aspekty [Educational migration. Economic and social aspects]. Naukovyy visnyk Kharkivs'koho derzhavnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky, issue 6, part 3, pp. 61–65 (in Ukrainian).
4. Brenzovych K., Nemesh Ye. (2017) Mizhnarodna student's'ka mihratsiya ta yiyi vplyv na sotsial'no-ekonomichnyy rozvytok krayiny [International student migration and its impact on the country's socio-economic development]. Ekonomika i suspil'stvo, issue 10, pp. 32–36 (in Ukrainian).
5. Ivanova I. (2017) Mizhnarodna osvityna mihratsiya ukrayins'koyi molodi: prychny, naslidyky [International educational migration of Ukrainian youth: causes, consequences]. Visnyk ONU im. I.I. Mechnykova. Sotsiolohiya i politychni nauky, vol. 22, issue 1 (27), pp. 45–52 (in Ukrainian).
6. Cherba V., Tobol' H., Mushkat'orova D. (2017) Prychny osvitynih mihratsiy ukrayins'kykh studentiv za kordon [Causes of educational migration of Ukrainian students abroad]. Investytsiyi: praktyka ta dosvid, vol. 12, pp. 68–72 (in Ukrainian).

7. Statistics // Ukrainian State Center for International Education (2017), available at: <http://studyinukraine.gov.ua/uk/zhittya-v-ukraini/inozemni-studenti-v-ukraini>.

8. Official site of the State Statistics Service in Ukraine (2017), available at: www.ukrstat.gov.ua.

9. MON pratsyuye nad planom internatsionalizatsiyi vyshchoyi osvity v Ukraini [MES is working on a plan for the internationalization of higher education in Ukraine] (2017),

available at: <http://mon.gov.ua/ua/news/usi-novivni-novini-2017-02-09-liliya-grinevich-mon-praczyue-nad-planom-internacjonalizacziyi-vishhoi-osviti-v-ukrayini>.

10. Stadnyy Ye. (2017) Ukrayins'ki studenty za kordonom: fakty ta stereotypy [Ukrainian Students Abroad: Facts and Stereotypes], available at: <http://cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-fakty-ta-stereotypy>.

Chayka-Petegrych L.B.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics and Management
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

EDUCATIONAL MIGRATION IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF CURRENT DEVELOPMENT TRENDS IN THE EDUCATIONAL MARKET

The current stage of development of the civilization is influenced by globalization tendencies, which are an integral part of the migration of population. Among the variety of migration flows, which differ in orientation, intensity, scale, and quality, more increasingly stands out the migration for the purpose of getting an education, which unites movements of students, graduate students, doctoral students, probationers, and directs them to the schools or organizations for advanced training. In general, the educational migration process can be seen as sharing knowledge and experiences, when people migrate in order to find a new place for using their own intelligence.

In essence, educational migration involves a temporary stay in a territory where there is an educational institution. According to the theory of attractive and repulsive factors, a person chooses to study abroad due to his/her environment, which makes it impossible to obtain the desired education, and chooses to study in the country and the institution that meet his/her needs.

In Ukraine, there is a positive dynamics of inbound and outbound flows of educational migrants. On the one hand, this shows the integration of the national education system into the world market of educational services. On the other hand, the growth of educational emigration threatens the loss of intellectual potential which is necessary for the development of the country. To maximize the positive effect of educational migration, it is necessary to regulate it in two directions. Firstly, it is attracting foreign citizens to study in Ukraine. To do this, it is necessary to improve the appropriate conditions for training, accommodation of persons from other countries. Secondly, migration is always a challenge for the country of origin. Therefore, it is necessary to create conditions for remaining the intellectual and labor potential. Under conditions of globalization, it is impossible to stop migration, but it is worthwhile to introduce an effective mechanism for the free movement of migrants, in particular, the transformation of the irreversible emigration into a temporary one. To do this, support academic mobility, this involves returning home after the completion of the curriculum. An important task for the country is the formation and implementation of a migration and education policy that takes into account the current trends in the development of the educational services market and the social and economic effects of educational migration.

РОЗДІЛ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

ФІНАНСОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ
НА ФІНАНСОВИЙ РИНОК УКРАЇНИFINANCIAL GLOBALIZATION AND ITS EFFECT
ON THE FINANCIAL MARKET OF UKRAINE

У статті висвітлено сучасний стан фінансового ринку України в умовах впливу на нього глобалізаційних фінансових процесів. Досліджено переваги та недоліки впливу глобалізації та інтеграції на ринок фінансових послуг. Виявлено чинники економічного зростання з урахуванням впливу глобалізації та розкрито умови для перспектив розвитку ринку фінансових послуг в Україні. Виявлено низку загроз та впливів на фінансову безпеку держави.

Ключові слова: економічний розвиток, ринок фінансових послуг, фінансові послуги, глобалізація, глобалізаційні процеси, інтеграція, інтеграційні процеси.

В статье освещено современное состояние рынка Украины в условиях воздействия на него глобализационных финансовых процессов. Исследованы преимущества и недостатки влияния глобализации и интеграции на рынок финансовых услуг. Выявлены факторы экономического роста с учетом влияния глобализации и раскрыты условия для перспектив развития рынка финансо-

вых услуг в Украине. Выявлен ряд угроз и воздействий на финансовую безопасность государства.

Ключевые слова: экономическое развитие, рынок финансовых услуг, финансовые услуги, глобализация, глобализационные процессы, интеграция, интеграционные процессы.

The article covers the current state of the financial market of Ukraine under the conditions of globalization financial processes influencing it; the advantages and disadvantages of the impact of globalization and integration into the financial services market are explored; the factors of economic growth taking into account the influence of globalization and the conditions for the prospects for the development of the financial services market of Ukraine are revealed, and a number of threats and influences on the financial security of the state are revealed.

Key words: economic development, financial services market, financial services, globalization, globalization processes, integration, integration processes.

УДК 338.658

Болдова А.А.

к.пед.н., доцент,
заступник директора Навчально-наукового інституту
фінансів, банківської справи
Університет державної фіскальної
служби України

Постановка проблеми. Глобалізація охоплює майже всі сфери життєдіяльності людини, її вплив стає дедалі відчутнішим. Особливої ваги набуває саме фінансова глобалізація, яка й зумовлює необхідність формування розвиненої інфраструктури фінансового ринку, яка забезпечуватиме на практиці нормальне функціонування ринкових відносин за умови впливу на неї зовнішніх чинників.

Оскільки глобалізація є однією з основних характеристик сучасного розвитку світу, то фінансовий ринок кожної держави є певним фінансовим барометром економіки, який являє собою динамічну систему, складники якої безперервно змінюються відповідно до тенденцій розвитку та поведінки основних світових і національних суб'єктів ринку.

Реалізація окреслених перед державою завдань неможлива без формування ефективної системи управління цією інфраструктурою. Особливої актуальності набуває також дослідження проблем та особливостей фінансової глобалізації, яка неоднорідно впливає на різні елементи інфраструктури фінансового ринку України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичному розгляду глобалізації як процесу, проблем фінансового ринку України, його інфраструктури як у цілому так і окремих елементів, значення для економічного зростання і внутрішніх і зовнішніх фінансових характеристик приділено значну увагу вітчизняними і зарубіжними вченими.

Серед вітчизняних науковців, які займаються дослідженням цієї проблеми, слід виділити таких авторів: із питань місця та ролі ринку фінансових послуг як складника фінансової системи країни – О.В. Воронченко, Ю.М. Коваленко, Н.С. Козій, С.В. Онишко, В.М. Шелудько; з питань розвитку механізмів функціонуванні окремих сегментів фінансового ринку – Ю.Ю. Вергелюк, Л.М. Кострач, В.А. Новицький, Т.В. Паєнтко, Ю.В. Шевчук; з проблем розвитку фінансового ринку – Т.Г. Венгуренко, Л.В. Діденко, М.О. Житар, В.В. Корнєєв, М.О. Кужелев та багато інших.

Слід також підкреслити, що проблеми розвитку фінансового ринку знаходяться у центрі уваги зарубіжних учених, серед яких можна назвати Ф. Алена, Р. Бернарда, Б. Борна, А. Бута, М. Квинтина, Р. Левіна, А. Маддалоні, Я. Міркіна, М.У. Тейлора, П. Хартмана та ін.

Водночас, незважаючи на значну кількість публікацій із даної проблематики, вона потребує подальшого розвитку. Зокрема, потребують подальших досліджень питання розбудови інфраструктурного потенціалу фінансових ринків за умов впливу зовнішніх чинників. Не вивчено низку змістовних характеристик, принципів, місця та значення інфраструктури фінансового ринку і його окремих сегментів. Також недостатньо чітко сформульована стратегія розвитку ринку фінансових послуг в умовах фінансової глобалізації.

Постановка завдання. Мета статті полягає у висвітленні сучасного стану фінансового ринку в умовах фінансової глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах рівень розвитку фінансового ринку увійшов до низки тих чинників, що визначають рівень соціально-економічного розвитку країни у цілому. Саме на фінансовому ринку заощадження, що в усьому світі є ключовим фінансовим джерелом розвитку, трансформуються спочатку у фінансові, а згодом у реальні інвестиції й визначають темпи економічного зростання та добробуту населення. Вважається, що без розвитку фінансового ринку реалізація фінансового потенціалу держави для забезпечення економічного зростання неможлива [2].

Інфраструктура фінансового ринку найбільш чутливо реагує на ускладнення ринкових відносин, відображає результати фінансових рішень як на національному, так і на світовому рівні, формує поведінку ринкових суб'єктів та інститутів. Зважаючи на вищезазначене, є очевидним, що розбалансування складників інфраструктури фінансового ринку є тією проблемою, яка потребує негайного вирішення. Але й тут є ускладнення, адже глобалізаційні процеси та їх інтенсивність вимагають найвищої концентрації та активізації всіх ланок інфраструктури як цілісної і збалансованої системи.

Щодо фінансового ринку України, який фактично перебуває на початкових етапах розвитку фінансових інструментів, особливо похідних, та взагалі інтеграції у світовий фінансовий простір, то проблематика інфраструктурного забезпечення особливо потребує якісних змін. Відсутність подекуди відповідного інфраструктурного забезпечення, фрагментарне, вузькоспеціалізоване регулювання використання фінансових інструментів актуалізують теоретичну і практичну значимість концептуальної можливості отримання позитивного ефекту за умов ефективності інфраструктурного складника фінансового ринку [3].

По-перше, високоякісний, добре відрегульований фінансовий ринок знижує загальний ризик, який міжнародні інвестори пов'язують із конкретною країною. Завжди знайдуться ті, хто буде проти жорстких заходів і норм, що регулюють ринок цінних паперів. Але кожного разу, коли якась фірма надає неправильну і неправдиву інформацію або коли хтось здійснює тиск із метою змінити інформацію, не оголошені раніше зміни в системі продажу цінних паперів, падає престиж держави на світових ринках капіталу, що приносить збитки всім підприємствам і користувачам капіталу в країні. Тому потрібен якісний контроль над фінансовим ринком, який починається на ранніх етапах його розвитку та з часом завойовує повагу як із боку користувачів капіталу, так і з боку інвесторів.

По-друге, якісний, добре відрегульований ринок – це незамінний інструмент для залучення

у процес економічного розвитку всього обсягу заощаджень населення. Сьогодні іноземні джерела капіталу становлять значну частку в загальному обсязі інвестованих заощаджень. Та внутрішні заощадження можуть і повинні відігравати важливу позитивну роль в економіці.

По-третє, висока якість фінансового ринку підвищує динамічність системи та її репутацію, що дуже важливо для того, щоб населення поступово схвалило перехід до ринкової економіки. Справа в тому, що пайова форма фінансування, використання акцій для забезпечення економічного зростання створюють враження економічного плюралізму й закріплюють ідеологічну основу змін. Населення бачить, що перехід до ринкової економіки створює шляхи для розвитку особистості та росту благополуччя. Але сам контроль над фінансовим ринком не в змозі вирішити соціальні проблеми, коріння яких сягають в історію.

Отже, як зазначає І.І. Чуницька, інфраструктура – це органічна й упорядкована єдність взаємопов'язаних структурних складників, здатна забезпечити в реальній дійсності та в перспективі безперебійне функціонування взаємозв'язків суб'єктів і об'єктів соціально-економічної системи та через виконання певних функцій включатися у забезпечення суспільного розвитку [3].

На думку того ж автора, поняття «інфраструктура фінансового ринку» слід представити як органічну й упорядковану єдність взаємопов'язаних структурних складників, здатну забезпечити в реальній дійсності та в перспективі безперебійне функціонування взаємозв'язків суб'єктів і об'єктів фінансового ринку та через виконання певних функцій – реалізацію його власних закономірностей і позитивний вплив на соціально-економічну динаміку [3].

Стрімкі процеси глобалізації перетворили інфраструктуру фінансового ринку на одну з домінант перерозподілу капіталу не тільки в межах національних економік, а й у глобальних масштабах. Із цього погляду інфраструктурний потенціал фінансового ринку є характеристикою, яка відображає:

1. величину, на яку можна збільшити кількість суб'єктів інфраструктури порівняно з еталонною величиною або відповідно до темпів розвитку економіки;

2. обсяг фінансових послуг, який може бути досягнутий на фінансовому ринку, враховуючи потреби реального сектору економіки та тенденції розвитку глобальної фінансової системи;

3. можливості фінансового розвитку, які не були досягнуті внаслідок диспропорцій у розвитку окремих складників інфраструктури [7].

Заслугує детальнішого розгляду глобалізація фінансового ринку, бо саме вона розширює межі ринку та надає більше джерел фінансування.

Зміст глобалізації трактується як зростаюча відкритість економіки міжнародній торгівлі, рухові

товарів, капіталів та робочої сили, внаслідок чого створюються передумови для інтеграції розрізнених географічних ринків та виникнення цілісної глобальної економічної системи [7].

Як свідчить статистика, глобалізаційний вплив на різні країни не є однаковим. Для половини населення світу життєвий рівень характеризується тим, що це менше ніж на 1–2 долари США на день. Із загальної чисельності робочої сили в світі (приблизно 3 млрд. осіб) 140 млн. осіб узагалі не мають роботи. Нерівність відбувається і в розподілі доходів. 1 млрд. осіб, які живуть у розвинених країнах, одержують 60% усіх доходів світу, а три з чвертю мільярдів осіб у країнах із низьким рівнем доходів заробляють менше 20% доходів [1].

Під час глобалізаційних процесів у країні закриваються неконкурентоспроможні виробництва, але загострюються соціальні проблеми, виникає агресивне проникнення непритаманних даному суспільству ідей та цінностей, але формуються новітні моделі поведінки. Отже, до найбільш важливих проблем також відносять можливість переходу контролю над економікою окремих країн від суверенних урядів в інші руки, зокрема до сильніших держав, ТНК або міжнародних організацій.

Стосовно фінансової сфери виникає загроза її можливої дестабілізації, потенційна регіональна або глобальна нестабільність через взаємозалежність національних економік на світовому рівні. При цьому локальні економічні коливання або кризи в одній країні можуть мати регіональні або навіть глобальні наслідки [4].

Окреслимо основні форми прояву глобалізації:

1. За фінансової співпраці переваги надаються розвиненим країнам та окремим новим індустріальним країнам із суттєвим потенціалом міжнародної конкурентоспроможності.

Наслідок: посилення розриву між окремими країнами та групами країн.

2. Усередині малорозвинених країн відбувається нерівномірний розподіл розвитку галузей, бо деякі з них беруть участь у фінансовій глобалізації й залучаються до діяльності світових центрів, а інші замикаються у національних межах.

Наслідок: нерівномірний розвиток галузей усередині країни.

3. Нерівномірне включення у сферу дії різних макросекторів економіки. Найбільш глобалізованою є фінансова сфера, а, наприклад, сфера працевлаштування залишається найменш глобалізованою, бо загальна кількість міжнародних мігрантів становить лише близько 3% світового населення.

Наслідок: посилення нерівномірності між окремими макросекторами економіки.

4. Формування і стрімкий розвиток глобальних галузей економіки, які складаються з високотехнологічних галузей виробництва, й незацікавленість у стандартизованих виробництвах.

Наслідок: вплив фінансової глобалізації на окремі структурні процеси в економіці [4].

Існує низка переваг у розподілі й використанні трудових ресурсів, а також в оптимальній концентрації необхідних ресурсів. Але є й низка недоліків, на які необхідно звернути увагу, а саме пригнічення економік, що розвиваються, та слабких економік і, як наслідок, дестабілізація окремих секторів ринку, що, своєю чергою, розбалансовує фінансовий ринок у цілому.

Отже, глобалізація впливає на сектори фінансового ринку точково і не носить стабільного характеру. Це призводить до зростання одних і зниження ролі інших секторів.

Таким чином, глобалізація – це складний комплекс прямих і зворотних зв'язків. Вона: 1) призводить до істотного збільшення для кожної окремої країни значення невідконтрольованих зовнішніх чинників; 2) не здійснює однотипного впливу на національну економіку. Її результати істотно відрізняються залежно від досягнутого рівня розвитку, структурних особливостей та національної економічної політики [6].

Сьогодні на фінансовому ринку України за будь-яких умов фінансова глобалізація має більше негативних рис, аніж позитивних, але це невід'ємний атрибут економічного розвитку, і хоча вона висуває виклики та загрози для національних систем, у перспективі неодмінно виявляється, що ці чинники є мотиваторами і стимулюючими аспектами до подальших пошуків і визначають напрями подальших економічних трансформацій.

Деякі загрози впливу глобалізації на національну безпеку:

1. Скорочення рівня автономії економічної політики.

2. Зростання спекулятивного складника в потоках фінансового капіталу.

3. Посилене проникнення іноземних банків на національні ринки.

4. Незбалансований розвиток і гіпертрофований експорт.

5. Необґрунтована політика відкриття національного ринку.

6. Рівень розвитку іноземного інвестування [6].

Деякі наслідки впливу глобалізації на національну безпеку:

1. Використання різного роду санкцій, ембарго тощо об'єктивно звужує рамки національного економічного суверенітету.

2. Створення передумов виникнення фінансових криз.

3. Утрата можливостей управління власною фінансовою системою.

4. Прив'язка до економіки більш розвинених країн, утрата можливостей прискореного розвитку, надмірна експортна орієнтація.

5. Поряд із перевагами можливість істотних соціальних утрат через скорочення виробництва

у низці базових для країни галузей, знецінення їхнього капіталу.

6. Висока залежність від прямих іноземних інвестицій [6].

Висновки з проведеного дослідження.

Фінансова глобалізація впливає на всі країни, але варто врахувати і прорахувати очікуваний ефект від її впливів, адже це дасть змогу змоделювати найефективніше використання переваг та уникнення або мінімізацію негативних впливів.

Доцільно звернути увагу на те, що вже виявлено низку тверджень, які становлять нову економічну базу для створення сприятливих умов упровадження фінансової глобалізації в національну економіку. По-перше, це рівноправність політик економічного розвитку країни або ж гармонійне їх поєднання. По-друге, це обов'язкова демократична база для прийняття рішень, пошуку шляхів розвитку, можливість апробацій нових методів, методик, способів, інструментів. По-третє, це виконання міжнародних економічних угод, що, своєю чергою, дасть єдиний механізм управління фінансовими інститутами незалежно від рівня розвитку різних економік. По-четверте, фінансові ринки повинні глибоко інтегруватися в системи державного управління національної економіки.

Підводячи підсумок, слід зауважити, що Україна активно інтегрується до міжнародних фінансових ринків і наслідки фінансової глобалізації стають дедалі відчутнішими для її фінансової системи. Позитивний чи негативний вектор змін від глобалізації залежить від рівня розвитку національної економічної та фінансової систем країни та дій у сфері національної безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Болдова А.А. Глобалізація фінансового простору України. II Міжнар. наук.-практ. конф. «Україна в нових реаліях: політичні, економічні та правові орієнтири розвитку» (Ірпін, 17 травня 2011 р.); Державна податкова служба України, Національний у-т ДПС України та ін. К.: Алерта, 2011. С. 184–187.
2. Болдова А.А., Мойко В.Ю. Ринок фінансових послуг України: глобалізаційний аспект. Зб. наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2012. № 1. С. 72–79. URL: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/znpnudps/2012_1/pdf/12baauga.pdf. Назва з екрану.
3. Кисельова Т.М. Соціальна політика в умовах глобалізації. URL: <http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo18/011.htm>. Назва з екрану.
4. Онышко С.В., Вдовиченко А.М. Венчурный капитал как источник финансового обеспечения инновационного развития национальной экономики. Белорусский экономический журнал. 2011. № 1. С. 56–64.
5. Онышко С.В. Глобалізація в системі детермінантів сучасних економічних трансформацій (розд. 1.1). Регулятивний потенціал фінансового ринку в умовах глобальних викликів: монографія; за

заг. ред. д.е.н., проф. С.В. Онышко. Ірпін: НУ ДПС України, 2016. 452 с.

6. Регулятивний потенціал фінансового ринку в умовах глобальних викликів: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.В. Онышко. Ірпін: НУ ДПС України, 2016. 452 с.

7. Стрижченко К.А. Державне регулювання фінансового ринку в умовах нової економіки: монографія. Бердянськ: Ткачук О.В., 2013. С. 169–170.

8. Чуницька І.І. Інфраструктура фінансового ринку України в умовах фінансового глобалізму: стан і вектори розвитку (розд. 1.4). Регулятивний потенціал фінансового ринку в умовах глобальних викликів: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.В. Онышко. Ірпін: НУ ДПС України, 2016. 452 с.

9. Чуницька І.І. Інфраструктурний потенціал фінансового ринку: наукові підходи до визначення та напрямів практичної реалізації. Малий і середній бізнес (право, держава, економіка). 2014. № 3–4 (58–59). С. 169–174.

REFERENCES:

1. Boldova A.A. (2011). "Hlobalizatsiya finansovoho prostoru Ukrainy". II Mizhnar. nauk.-prakt. konf. [Ukrayina v novykh realiakh: politychni, ekonomichni ta pravovi oriyentyry rozvytku], (Irpın, 17 may 2011 r.) / Alerta, – pp. 184-187.
2. Boldova A.A. (2012). "Rynok finansovykh posluh Ukrainy: hlobalizatsiynny aspekt". Zb. naukovykh prats' Natsional'noho universytetu derzhavnoyi podatkovoyi sluzhby Ukrainy. pp.72-79. no. 1. Available at: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/znpnudps/2012_1/pdf/12baauga.pdf.
3. Kysil'ova T.M. "Sotsial'na polityka v umovakh hlobalizatsiyi". – Available at: <http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo18/011.htm>.
4. Onyshko S.V., Vdovychenko A.M. / Onyshko S.V., Vdovychenko A.M. (2011) "Venchurnyy kapytal kak ystochnyk finansovoho obespechenyya ynnovatsyonnoho razvytyya natsional'noy ekonomiky". Belorusskiy ekonomicheskyy zhurnal. no. 1. pp. 56-64.
5. Onyshko S.V. (2016). "Hlobalizatsiya v systemi determinantiv suchasnykh ekonomichnykh transformatsiy (rozd. 1.1). Rehulyatyvnyy potentsial finansovoho rynku v umovakh hlobal'nykh vyklykiv. Monohrafiya za zah. red. d.e.n., profesora S.V. Onyshko. – (Seriya "Podatkova ta mytna sprava v Ukraini", no. 45). P. 452.
6. "Rehulyatyvnyy potentsial finansovoho rynku v umovakh hlobal'nykh vyklykiv". (2016). Monohrafiya za zah. red. d.e.n., profesora S.V. Onyshko. – (Seriya "Podatkova ta mytna sprava v Ukraini", no. 45). P. 452.
7. Stryzhychenko K.A. (2013). "Derzhavne rehulyuvannya finansovoho rynku v umovakh novoyi ekonomiky". Monohrafiya. – pp. 169-170.
8. Chunya's'ka I.I. (2016). "Infrastruktura finansovoho rynku Ukrainy v umovakh finansovoho hlobalizmu: stan i vektory rozvytku" (rozd. 1.4). Monohrafiya "Rehulyatyvnyy potentsial finansovoho rynku v umovakh hlobal'nykh vyklykiv" (Seriya "Podatkova ta mytna sprava v Ukraini", no. 45). P. 452.
9. Chunya's'ka I.I. (2014). "Infrastrukturnyy potentsial finansovoho rynku: naukovі pidkhody do vyznachennya ta napryamiv praktychnoyi realizatsiyi". Malyy i seredniy biznes (pravo, derzhava, ekonomika). no. 3-4. pp. 169-174.

FINANCIAL GLOBALIZATION AND ITS EFFECT ON THE FINANCIAL MARKET OF UKRAINE

Globalization covers almost all spheres of human life and its influence becomes more and more tangible. Of particular importance is the financial globalization, which determines the need for a well-developed infrastructure of the financial market, which will ensure in practice the normal functioning of market relations, provided that external factors influence it.

The study of problems and peculiarities of financial globalization, which has a heterogeneous effect on various elements of the infrastructure of the financial market of Ukraine, becomes an actuality.

In modern conditions, the level of financial market development has become one of the factors that determine the level of socio-economic development of the country as a whole. It is on the financial market that savings, which are the key financial source of development around the world, are transformed first into financial, and then into real investment, and determine the rates of economic growth and welfare of the population.

Most sensually reacts to the complication of market relations, reflects the results of financial decisions both at the national and world levels, and shapes the behaviour of market actors and institutions – the financial market infrastructure. In view of this, it is obvious that the imbalance of the components of the financial market infrastructure is a problem that needs immediate resolution. But here is a complication – because globalization processes and their intensity require the highest concentration and activation of all parts of the infrastructure as a holistic and balanced system.

The rapid processes of globalization have transformed the financial market infrastructure into one of the dominant sources of capital redistribution, not only within national economies but also globally. From this perspective, the infrastructure potential of the financial market is a characteristic that reflects the amount, by which the number of subjects of infrastructure can be increased, compared to the reference value or according to the rates of economic development; the volume of financial services that can be achieved in the financial market, taking into account the needs of the real sector of the economy and the tendencies of the development of the global financial system as well, opportunities for financial development that were not achieved due to disproportions in the development of individual components of the infrastructure.

During globalization processes in the country, there is closed noncompetitive production, but social problems are aggravated, there is an aggressive penetration of ideas and values that are not inherent to this society, but the newest models of behaviour are formed. Therefore, the most important problems also include the possibility of shifting control over the economies of individual countries from sovereign governments to other hands, in particular to stronger states, TNCs, or international organizations.

With regard to the financial sector, there is a threat of its possible destabilization, potential regional or global instability, due to the interdependence of national economies at the global level. At the same time, local economic fluctuations or crises in one country may have regional or even global consequences.

Today, in the financial market of Ukraine under any circumstances, financial globalization has more negative features than positive ones, but it is an integral attribute of economic development, and although it poses challenges and threats to national systems in the long run, it turns out that these factors are motivators and stimulating aspects before further searches and determine the direction of further economic transformations.

It is advisable to draw attention to the creation of favourable conditions for the introduction of financial globalization into the national economy. Firstly, it is the equality of policies of the country's economic development or the harmonious combination of them. Secondly, it is a necessary democratic basis for decision-making, the search for ways of development, the possibility of approbation of new methods, methodologies, techniques, and tools. Thirdly, it is the implementation of international economic agreements, which in turn will provide a single mechanism for managing financial institutions, regardless of the level of development of different economies. Fourthly, it is the fact that financial markets must deeply integrate into the national economic governance system.

Summing up, it should be noted that Ukraine is actively integrating into the international financial markets and the consequences of financial globalization are becoming more and more noticeable for the Ukrainian financial system. The positive or negative vector of change from globalization depends on the level of development of the national economic and financial system of the country and actions in the field of national security.

НЕТРАДИЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ОПЕРАЦІЇ ТА ПОСЛУГИ: ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК

PRECONDITIONS FOR THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF NON-TRADITIONAL BANKING TRANSACTIONS AND SERVICES

УДК 336.71

Жаворонок А.В.

к.е.н., асистент кафедри публічних,
корпоративних фінансів та фінансового
посередництва
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Вікнянська А.О.

к.е.н., доцент кафедри публічних,
корпоративних фінансів та фінансового
посередництва
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

У статті узагальнено основні етапи історичного процесу, який пройшли нетрадиційні банківські операції та послуги на шляху свого становлення та розвитку починаючи з VI ст. до н. е. до сьогодення. Значною мірою відображено генезис таких нетрадиційних банківських операцій та послуг, як лізинг, форфейтинг, факторинг, трастові послуги, посередницькі послуги, операції з дорожчими металами, послуги зі зберігання цінностей та надання банківських послуг за допомогою Інтернету.

Ключові слова: нетрадиційні банківські операції, банк, історія становлення та розвитку.

В статье обобщены основные этапы исторического процесса, которые прошли нетрадиционные банковские операции и услуги на пути своего становления и развития начиная с VI в. до н. э. и до сегодняшнего дня. В значительной мере отражен генезис таких нетрадиционных банковских

операций и услуг, как лизинг, форфейтинг, факторинг, трастовые услуги, посреднические услуги, операции с драгоценными металлами, услуги по сбережению ценностей и предоставление банковских услуг с помощью Интернета.

Ключевые слова: нетрадиционные банковские операции, банк, история становления и развития.

The generalization of the historical process main stages, which non-traditional banking transactions and services overcame towards their formation and development since the VI century BC till nowadays was made in the article. To the large extent the genesis of such non-traditional banking transactions and services as leasing, forfeit, factoring, trust services, brokerage services, transactions with precious metals, banking services with the values safekeeping and banking transactions through the Internet was reflected.

Key words: non-traditional banking transactions, bank, history of formation and development.

Постановка проблеми. У ринковій економіці більшості держав світу банківські установи відіграють ключову роль у розвитку національної економіки. Саме тому розбудова банківської системи держави є об'єктивною умовою подальшого зростання рівня її економіки. У такому разі зазначена система також повинна постійно розвиватися і демонструвати все нові результати від власного функціонування. Саме це зумовлює необхідність постійного забезпечення розбудови такої системи через підвищення активності банківських установ на ринку фінансових послуг держави, підвищення спектру послуг для задоволення різних потреб споживачів таких послуг, формування нових джерел доходів і т. д.

Активний розвиток банківської системи держави сьогодні відбувається у середовищі значного зростання впливу інформаційних технологій на сам процес надання банком послуги його клієнту. Розширення спектру доступних для використання банківських продуктів є фактично завжди існуючим процесом та складником щоденної діяльності банку.

Розвиток нетрадиційних банківських послуг сьогодні нерозривно пов'язаний з окресленими вище процесами і також відбувається відповідно до рівнів економічного зростання у державі та розбудови її банківського сектору.

Окреслені послуги на відміну від традиційних не дуже поширені серед клієнтів і відіграють допоміжну роль під час надання кредитів або здійснення операцій із цінними паперами. Проте в межах сукупності нетрадиційних банківських послуг уже існують і важливі з позиції формування

доходу банку послуги, роль яких у діяльності банківських установ постійно зростає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У науковій літературі представлені численні напрацювання щодо надання банками окремих видів нетрадиційних послуг у межах фінансового ринку. Зокрема, варто відзначити здобутки у вивченні окреслених питань у наукових працях таких учених: О. Абакуменко, Ю. Вегерюк, В. Виговської, О. Гонти, О. Дзюблюка, М. Дубини, В. Ільчука, В. Карпан, Ю. Коваленко, С. Кульпінського, О. Лаврушина, А. Лобанової, І. Лютого, Б. Луціва, В. Маргасової, Г. Михайлюк, Д. Моргуновського, Є. Поліщук, Б. Пшика, Л. Романенко, М. Савлука, В. Сухевича, Н. Ткаченко, О. Шабанової, І. Школьник.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне узагальнення основних етапів історичного процесу, який пройшли нетрадиційні банківські послуги в процесі еволюції та розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У науковій літературі питанням історичного розвитку саме нетрадиційних банківських послуг нині приділяється небагато уваги, оскільки здебільшого вченими проводиться аналіз зародження самих банківських послуг та поступової їх еволюції як окремих установ. Саме тому історія розвитку нетрадиційних банківських послуг банків безпосередньо пов'язана з їхньою еволюцією. Розглянемо основні її етапи більш детально з виділенням особливостей зародження саме цих послуг.

Перші прототипи банківських установ з'явилися на Близькому Сході. Такі установи не

були класичними банками у сучасному розумінні цього слова, а являли собою прототипи фінансових установ, що надавали сукупність відповідних послуг клієнтам. За часів існування Нововавилонського царства (VII–VI ст. до н. е.) такі установи виконували значну кількість банківських операцій: приймали та видавали вклади, здійснювали безготівкові розрахунки, вели облік векселів, проводили оплату чеків, надавали позики.

Розвиненою була банківська система у Стародавній Греції. На ранніх етапах зародження античної цивілізації банківські операції надавалися так званими «корпораціями» жерців. Зберігання цінностей як один із видів нетрадиційних банківських послуг з'явилося у IV ст. до н. е. З аналізу деяких літературних джерел можна визначити, що винахідниками перших банківських операцій були також деякі церковні організації, де відбувалося нагромадження значних коштів. Храми виступали основним місцем для зберігання всіх цінностей. Усі жителі ставилися з великою повагою до вівтарів, що сприяло відсутності пограбувань. Завдяки цьому грецькі храми (Дельфійський, Делоський, Самоський, Ефеський) перетворилися на своєрідні банківські установи. Подальший історичний розвиток показав, що як Афіни, так і вся Греція, поступово втратили провідну економічну роль у регіоні, проте відбувалася широка експансія грецьких торговців та міняйл до інших регіонів Середземного моря.

Необхідність у кредитуванні та обслуговуванні фінансових операцій з'явилася у Стародавній Греції через зростання обсягів торгівлі між різними містами-полісами. Такі держави карбували велику кількість монет різного ґатунку, і це ускладнювало торговельну діяльність, оскільки в обігу була значна маса грошей. Це негативно впливало на розуміння вартості окремих типів грошей, визначення їхньої адекватної ціни. Пізніше в процесі зростання обсягів торгівлі між містами сприяло виникненню певної групи торговців, які почали спеціалізуватися на обміні валют, а згодом і наданні більш широкого переліку фінансових послуг.

До кінця V ст. до н. е. у афінських торговців вже можна було прослідкувати певну спеціалізацію за окремими видами угод. Основним родом діяльності у них стало приймання вкладів та здійснення платежів. На цій основі відбулося виділення класу фахівців – міняйл (арги-раймоси), які згодом стали експертами з визначення ціни та справжності різних видів монет, які на той час були в обігу. Цей факт дає можливість стверджувати, що саме аргіраймоси почали надавати операції, які є прототипом операцій із дорогоцінними металами (один із різновидів нетрадиційних банківських послуг).

Опційні операції з дорогоцінними металами і камінням використовуються в господарському обігу з давніх часів: перші згадки про їх викорис-

тання збігаються з виникненням торговельної діяльності в людському суспільстві. Опційні операції були відомі в Стародавній Греції, джерела того часу вказують на їх використання також фінікійцями і римлянами [4, с. 12].

Елліністичний період в Єгипті показав, що державна монополія мала прямий вплив на функціонування банківської справи. Всі банківські установи мали виняткове право на здійснення банківських операцій у країні. Наявні історичні факти свідчать, що, крім фіскальних функцій, банки здійснювали такі операції: купівлю-продаж, обмін і розмін монет, прийняття внесків, іпотечні операції, ломбардні операції та видачу позик.

Банківська справа античного Риму розвивалася із запізненням порівняно з зародженням та розвитком фінансових відносин у Стародавній Греції. Римські банкіри здійснювали свій промисел у крамницях, де спеціалізувалися на окремих операціях. Діловодство в римських «банках» суттєво не відрізнялося від грецького зразка, надавалися традиційні послуги: внески, позики й платежі на комісійних засадах. Аргентарії (римські банкіри) також виступали в ролі аукціонників, одержуючи за це винагороду в 1% із вирученої від продажу суми. Характерною рисою банківської справи в Римі були властиві духу римського народу визначеність і розробленість юридичних форм банківських угод. Так, існував спеціальний вид договору з банкіром, який полягав у тому, що клієнт банкіра доручав йому сплатити за його рахунок третій особі певну суму. Існували в Римі й операції, подібні до послуг із використанням банківських векселів, та грошові перекази [1, с. 62].

Римські аргентарії також вели спеціальні книги: підручний журнал, куди записувалися угоди, їх здійснення у хронологічному порядку (*adversarium*), і головну книгу (*codex rationum mensae*), куди записи заносилися згодом. У кодексі кожному клієнтові була відведена своя сторінка з відділенням кредиту (*acceptum ferre*) і дебету (*expensum ferre*). За наявності спірних фінансових питань книги надавалися аргентарієм до суду [1, с. 60].

Банківська справа сучасного типу одержала свій розвиток в Італії, оскільки саме через цю країну проходила більшість торговельних шляхів, що зв'язують Європу з країнами Сходу. На початку XV ст. виникли перші банки сучасного типу: Банк св. Георгія в Генуї, а потім банки у Венеції та Франції (1587 р.). До середини XVII ст. банки стають невід'ємною частиною економіки найбільш розвинених держав і зосереджують у своїх руках практично весь їхній грошовий обіг [1, с. 63].

Наявність згадок про операції, дуже подібні до нетрадиційних банківських операцій із дорогоцінними металами, дає змогу стверджувати, що їхній розвиток безпосередньо пов'язаний з активною торгівлею в Італії. У цій країні виникають *campsores* – міняли, які повинні були про-

водити експертизу на наявність у монетах різних країн дорожніх металів та встановлювати між ними співвідношення. Невдовзі міняли починають розширювати спектр своїх фінансових послуг. Міняйл почали називати банкірами приблизно з XI ст. Термін походить від італійського *banco* або *banca*, що означає «лавка», та французького *banque* – «скриня, призначена для зберігання грошей». Характерною рисою роботи перших італійських банкірів була праця на лавках на вулиці.

Розкриття сутності лізингової угоди виникло у часи Аристотеля (384/383–322 рр. до н. е.). Про цей вид угод було відомо ще в стародавній державі Шумер (приблизно 2000 р. до н. е.). Зокрема, глиняні таблички, знайдені в шумерському місті Ур, містять відомості про оренду сільськогосподарських знарядь, землі, водяних джерел, волів та інших тварин. Якщо звернутися до інших стародавніх цивілізацій, наприклад греків, римлян та єгиптян, то вони вважали оренду доступним та вигідним, а можливо, й єдиним засобом придбання устаткування, землі та домашньої худоби [3].

Історія факторингу безпосередньо пов'язана зі створенням фінансової установи – Будинку факторів (House of Factors) у Великій Британії в XVII ст. Це зумовлено тим, що у своїх колоніях європейські торгові дома створювали власні представництва – факторії, що очолювали фактори (торгові посередники зі збуту товарів на незнайомих іноземним виробникам ринках). Перед фактором, що знав товарний ринок, платоспроможність покупців, закони і торговельні порядки даної країни, ставилися завдання пошуку надійних покупців, збереження і збуту товару, а також подальшого інкасування торгового виторгу [1].

Трастові послуги як один із видів нетрадиційних банківських послуг виникли і розвивалися з урахуванням особливостей розбудови ринків фінансових послуг Великобританії та США. З кінця XIX ст. комерційні банки все більше починають займатися трастовою справою. Останніми десятиліттями трастовий бізнес значно змінився, рівні таких послуг стрімко зростали, що може бути обґрунтовано досить сприятливими політичними та економічними умовами розвитку економік розвинутих країн. Відповідно, фізичні особи, а також юридичні особи отримали можливість за поступового збільшення доходів здійснювати певні заощадження та вкладати їх до різних фінансових інститутів, включаючи й трасти.

Свого часу Американська асоціація банкірів дала таке визначення трастової справи: «Це функція виконання замовлень, управління власністю за дорученням і виконання агентських доручень у всіх випадках для фізичних осіб, товариств, асоціацій, господарських корпорацій, а також для публічних громадських, навчальних культурних, благодійних установ і урядових органів» [2, с. 3].

Реалізація операцій банку за допомогою мережі Інтернет є однією з наймолодших нетрадиційних банківських операцій. Своєю чергою, Інтернет-банкінг є різновидом технології віддаленого банківського обслуговування, за допомогою якого клієнт має можливість отримувати банківські послуги без відвідування банківського офісу (домашній банк). У світовій практиці банківської діяльності ця технологія бере свій початок у 80-х роках XX ст. і з того часу набула значної популярності серед усіх категорій банківських клієнтів.

Еру Інтернет-банкінгу розпочав у США 18 жовтня 1995 р. Security First Network Bank. За перші півтора року існування банку середньомісячний приріст його капіталу становив 20%, активи зросли до 40 млн. доларів, а кількість клієнтських рахунків – до 10 тис. Із серпня 2001 р. SFNB став частиною Centura Bank, що входить до RBC Financial Group, створеної нещодавно Royal Bank of Canada. В Європі першим віртуальним банком був німецький Advance Bank, дочірня структура Дрезденської банківської групи. Він розпочав свою діяльність у 1996 р. і поступово став порталом комплексного фінансового обслуговування. Нині банківський Інтернет-сервіс на Заході є одним із найбільш динамічних сегментів електронної комерції. Вже зараз можна говорити про формування цього сектору ринку послуг: близько 80 з 100 найбільших банків надають послуги Інтернет-банкінгу [5, с. 52].

В умовах сьогодення нетрадиційні банківські операції та послуги набувають усе більшої популярності, без них неможливий успішний розвиток сучасної країни. Але вдосконалення наявного стану нетрадиційних банківських операцій та послуг потребує передусім звернення до генезису цього різновиду банківських правочинів.

Загалом розвиток нетрадиційних банківських послуг пов'язаний з історичним етапом становлення самої банківської системи в межах національних економік багатьох країн. Розвиток фінансового ринку завжди супроводжується розбудовою окресленої системи, що зумовлюється також функціонуванням окремих банків. Саме в останні роки активне впровадження інноваційних технологій у сферу функціонування банків і зумовило формування окремої групи таких послуг, які прийнято називати нетрадиційними.

До основних причин виникнення таких послуг варто віднести такі: зниження рівня доходності традиційних банківських послуг; збільшення конкуренції між банками та небанківськими фінансово-кредитними установами, а також між банківськими установами; розширення переліку банківських послуг для залучення нових клієнтів; необхідність підвищення якості обслуговування своїх клієнтів комерційними банками; відновлення довіри населення до банківської системи загалом; диверсифікація банківських доходів шляхом збільшення

у них частки непроцентних доходів, включаючи комісійні доходи; необхідність підвищення платоспроможності ліквідності та стійкості банку.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, фрагментарний розгляд історії зародження банківських послуг та розвитку окремих нетрадиційних послуг лише підтверджує думку про зв'язок розвитку банківських установ із рівнем розбудови національної економіки.

Також проведене дослідження свідчить, що для нетрадиційних банківських послуг існує свій еволюційний шлях зародження та подальшого впровадження у діяльність банківських установ. Розвиток окреслених установ лише сприяє розбудові банківської системи й окремих банків, які намагаються створювати відповідні продукти і продавати їх клієнтам.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вартапенян В.А. Зарождение банковского дела в Древнем мире. Банковское право. 2006. № 3. С. 62–63.
2. Жуков Е.Ф. Трастовые и факторинговые операции коммерческих банков. М.: Консалтбанк, 1995. 48 с.
3. Михайлюк Г.О. Історичні передумови виникнення нетрадиційних банківських операцій та послуг. Актуальні

проблеми держави і права. 2010. Вип. 56. С. 324–330. URL: <http://www.apdp.in.ua/v56/52.pdf>.

4. Шеленкова Н.Б. Правовая природа биржевых опционных операций: дис. ... канд. юрид. Наук. М., 1994.

5. Юрчук Г. Мережа Інтернет – сучасний канал і середовище надання фінансових послуг. Вісник Національного банку України. 2002. № 7. С. 52–58.

REFERENCES:

1. Vartapenyan V. A. (2006). Zarozhdenie bankovskogo dela v Drevnem mir. Bankovskoe pravo, no. 3, pp. 62-63. (in Russian).
2. Zhukov E. F. (1995). Trastovyye i faktoringovyye operatsii kommercheskih bankov. M.: Konsaltbankir (in Russian).
3. Mykhailiuk H. O. (2010). Istorychni peredumovy vynyknennia netradytsiinykh bankivskykh operatsii ta posluh [electronic resource]. Aktualni problemy derzhavy i prava: Zb. naukovykh prats. Vyp. 56. Odesa: Yuryd. lit-ra, pp. 324-330. Retrieved from: <http://www.apdp.in.ua/v56/52.pdf> (in Ukrainian).
4. Shelenkova N. B. (1994). Pravovaya priroda birzhevyih opsionnyih operatsiy: dis. ... kand. yurid. nauk. M. (in Russian).
5. Yurchuk H. (2002). Merezha Internet – suchasnyi kanal i seredovishche nadannia finansovykh posluh. Visnyk natsionalnoho banku Ukrainy, no. 7, pp. 52-58 (in Ukrainian).

Zhavoronok A.V.

Candidate of Economic Sciences,
Assistant Lecturer at Department of Public,
Corporate Finance and Financial Intermediation of
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

Viknianska A.O.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Public,
Corporate Finance and Financial Intermediation
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

PRECONDITIONS FOR THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF NON-TRADITIONAL BANKING TRANSACTIONS AND SERVICES

Today, a little attention is paid to the issue of the historical development of non-traditional banking services as in most cases, scientists analyse the origin of banking services themselves and their gradual evolution as separate institutions. That is why the development history of non-traditional banking services is directly related to their evolution. Let's consider more carefully its main stages with the allocation of peculiarities of the origin of these services.

In general, the development of non-traditional banking services is associated with the historical stage of the formation of the banking system itself within the national economies of many countries. The evolution of the financial market is always accompanied by the development of the outlined system, which is also conditioned by the functioning of individual banks. In recent years, the active introduction of innovative technologies in the sphere of the functioning of banks has led to the formation of a separate group of such services, which are called unconventional.

Scheduled services, unlike traditional ones, are not very common among clients or play an ancillary role in providing loans, carrying out operations with securities. However, within the limits of the totality of non-traditional banking services, there are already important services from the standpoint of income generation of the bank, whose role in the activity of banking institutions is constantly increasing.

The generalization of the historical process main stages, which non-traditional banking transactions and services overcame towards their formation and development since the VI century BC till nowadays was made in the article. To the large extent, the genesis of such non-traditional banking transactions and services as leasing, forfeit, factoring, trust services, brokerage services, transactions with precious metals, banking services with the values safekeeping and banking transactions through the Internet was reflected.

A fragmentary consideration of the history in the emergence of banking services and the development of their individual nontraditional services only confirms the opinion on the relationship between the development of banking institutions and the level of development of the national economy.

Also, the study shows that for non-traditional banking services, there is an evolutionary way of origin and further introduction into the activities of banking institutions. The development of the above institutions only contributes to the development of the banking system and individual banks that are trying to create the corresponding products and sell them to customers.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

STATE REGULATION IN THE FIELD OF PENSION PROVISION

У статті розглянуто актуальні питання щодо державного регулювання пенсійного страхування. Визначено суть, необхідність та основні функції державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення. Визначено систему та механізми функціонування пенсійного забезпечення в Україні в сучасних умовах. Розглянуто основні складники механізму державного регулювання пенсійної системи. Розкрито, що основну роль у формуванні моделі державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи відіграє держава. Проаналізовано основні проблеми та позитивні аспекти державного регулювання пенсійного забезпечення у державі. Обґрунтовано шляхи вдосконалення механізмів державного регулювання фінансового забезпечення цієї системи.

Ключові слова: пенсія, пенсійна система, державне регулювання, пенсійне забезпечення, фінансове забезпечення пенсійної системи, пенсійне страхування, державні гарантії.

В статье рассмотрены актуальные вопросы государственного регулирования пенсионного страхования. Определены суть, необходимость и основные функции государственного регулирования в сфере пенсионного обеспечения. Определены система и механизмы функционирования пенсионного обеспечения в Украине в современных условиях. Рассмотрены основные составляющие механизмы государственного регулирования пенсионной системы. Раскрыто, что основную роль в формиро-

вании модели государственного регулирования финансового обеспечения пенсионной системы играет государство. Проанализированы основные проблемы и положительные аспекты государственного регулирования пенсионного обеспечения в государстве. Обоснованы пути совершенствования механизмов государственного регулирования финансового обеспечения этой системы.

Ключевые слова: пенсия, пенсионная система, государственное регулирование, пенсионное обеспечение, финансовое обеспечение пенсионной системы, пенсионное страхование, государственные гарантии.

The article deals with the issues of state regulation of pension insurance. The essence, necessity and basic functions of the state regulation in the field of pension provision are determined. The system and mechanisms of functioning of pension provision in Ukraine in the modern conditions are determined. The main components of the mechanism of state regulation of the pension system are considered. It is disclosed that the state plays the main role in the creation of model of state regulation of the financial provision of the pension system. The main problems and positive aspects of state regulation of pensions in the state are analysed. The ways of improvement of mechanisms of state regulation of financial support of this system are substantiated.

Key words: pension, pension system, state regulation, pension provision, financial provision of pension system, pension insurance, state guarantees.

УДК 351.304

Жмурко І.В.

к.е.н., доцент кафедри обліку і фінансів
Хмельницький економічний університет

Постановка проблеми. Сьогодні одним з основних завдань державної соціальної політики є оптимальне забезпечення регулювання розвитку пенсійного забезпечення. В Україні негативна демографічна ситуація характеризується тенденцією до скорочення чисельності населення, тобто збільшення кількості пенсіонерів за одночасного зменшення працюючого населення.

У зв'язку із цим демографічний аспект солідарного рівня пенсійної системи призводить до заострення протиріч між зростаючими соціальними потребами населення і зменшенням ресурсних можливостей економіки.

Тому питання державного регулювання в сфері пенсійного забезпечення набуває особливого значення та потребує поглибленого вивчення, адже пенсійна система в державі заснована саме на засадах солідарності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вітчизняних науковців, які досліджували проблеми розвитку механізмів державного регулювання пенсійної системи, необхідно відзначити таких, як: В. Бідак, Х. Бурбан [2], І. Гнибіденко, В. Грушка [3], І. Журба [4], Л. Зимовська [5], В. Золотарьов [6], О. Палій, Е. Лібанова [7], Ю. Пасічник, Л. Сорокіна, В. Толубяк, М. Шапо-

вал, В. Надрага, М. Папієв, О. Пищуліна, М. Ріппа, Л. Ткаченко, Н. Яценко, М. Кравченко, М. Свенчіцкі [8], В. Скуратівський [9], І. Чапко, Н. Яценко, О. Крентовська, Е. Вайтхауз, Р. Хольцман, О. Пищуліна, Н. Тополенко.

Проте, незважаючи на широкий спектр дослідників, теоретичні та практичні аспекти державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення потребують подальшого вивчення та вдосконалення.

Постановка завдання. Мета статті полягає у з'ясуванні необхідності державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення, а також у наданні пропозицій щодо поліпшення механізмів державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні в Україні для формування надійного пенсійного забезпечення населення передусім необхідно трансформувати економіку держави на ринкових засадах, оскільки основними механізмами координації економіки є взаємозв'язок ринку з державою. Процеси економічного розвитку на етапі становлення ринкових відносин в Україні передбачають виконання державою своїх соціальних функцій, зокрема соціального страху-

вання як системи забезпечення, підтримки літніх, непрацездатних за рахунок державних страхових фондів, установлених, контрольованих і регульованих державою.

У системі соціального захисту населення важливе місце посідає пенсійне забезпечення, оскільки пенсійна система постає як один з основних складників системи соціального захисту суспільства. Створити умови для забезпечення людей достойним доходом у старості є головним завданням пенсійної системи кожної держави.

Нинішня пенсійна система не забезпечує належного задоволення потреб пенсіонерів, оскільки за останні роки в Україні спостерігаються значний дефіцит бюджету ПФУ, зменшення власних надходжень до державного бюджету, ухилення платників від сплати страхових внесків, виплата великої кількості пільгових пенсій, тіньова заробітна плата. Перераховані проблеми й свідчать про низку соціальних проблем у країні.

При цьому слід зазначити, що зарубіжний досвід засвідчує про те, що в кожній із країн існує власна національна модель державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи, яка ефективно управляє пенсійними коштами.

Також для успішного становлення й розвитку системи пенсійного страхування, яка відіграє основну роль у формуванні національної пенсійної моделі, велике значення має законодавча база пенсійного страхування.

Сьогодні українська модель державного регулювання пенсійного страхування базується на Конституції України як основному законодавчому документі, який передбачає право громадян на соціальний захист у державі та Законі України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування», який визначає основні правила, принципи та механізми функціонування системи загальнообов'язкового державного пенсійного страхування.

Модель державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи повинна бути цілісною, динамічною та структурованою. Основні механізми вдосконалення впливу на модель державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи зображено на рис. 1.

Від раціонального співвідношення держави з ринком залежить рівень економічного розвитку країни. Механізм функціонування ринку не завжди забезпечує оптимальне використання ресурсів держави, а також сфер ринкових механізмів, тому втручання держави для вирішення цих проблем є необхідним.

Захист прав і свобод громадян, захист життя, здоров'я та соціальних стандартів – усе це належить до основних цілей державного регулювання.

Особливий внесок у дослідження сутності державного регулювання у сфері пенсійного забез-

печення було зроблено науковцем В.Ф. Золотарьовим, який констатує, що здійснення державою комплексних заходів у сфері соціальних, економічних, політичних процесів для їх упорядкування, встановлення загальних норм та запобігання негативних явищ у суспільстві належить до основних завдань державного регулювання [6, с. 138].

Досить цікавою є думка вітчизняної вченої Е.М. Лібанової, яка стверджує, що державне регулювання – це сукупність заходів державного впливу на об'єкти і процеси з метою певного спрямування господарської діяльності суб'єктів національної економіки, узгодження їхніх інтересів і дій для реалізації певних цілей [7].

Спираючись на викладені вище визначення, можна сформулювати незаперечний висновок, що серед теоретиків існує абсолютна згода з питань державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення, яке передбачає встановлення загальних правил і порядку поведінки всіх суб'єктів системи пенсійного забезпечення, їх відповідальність за дотримання цих правил, включає пряме втручання держави в діяльність економічних структур.

Відповідно до Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» [1, ст. 103], метою державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення є: проведення єдиної та ефективної державної політики у цій сфері; забезпечення реалізації прав громадян на пенсійне забезпечення; створення умов для ефективного функціонування та розвитку загальнообов'язкового державного та недержавного пенсійного страхування.

Способи впливу держави на суб'єкти пенсійної системи для видачі пенсійних виплат належать до основних методів державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення держави. До основних методів державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення належать основні форми та способи впливу. До форм впливу належать прямий (нормативно-правові акти, кошти державного бюджету) та непрямий (фінансова, грошово-кредитна, інвестиційна політика) механізми. За способами впливу методи державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення поділяються на: адміністративні (стандарти, норми, нормативи, ціни, ліцензії, санкції), правові (Конституція, закони, постанови Верховної Ради України та розпорядження Кабінету Міністрів) і економічні (бюджетна, кредитна, податкова, фінансова політика).

З реформуванням пенсійної системи в Україні важливу роль відіграють основні функції державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення.

Державний нагляд та контроль над виконанням і дотриманням законодавства всіма суб'єктами системи пенсійного забезпечення виконує контрольна функція державного регулювання. Нормативна функція державного регулювання.



Рис. 1. Чинники впливу на функціонування моделі державного регулювання пенсійної системи в Україні

тивна функція встановлює певні правила за допомогою законів та нормативних актів для суб'єктів пенсійної системи. Соціальна функція передбачає регулювання державою соціально-економічних відносин, забезпечення соціальних гарантій. Формування відповідних напрямів, здатних ефективно впливати на діяльність учасників пенсійної системи і стимулювати її розвиток у правильному напрямі в суспільстві, виконує стимулююча функція державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення [9, с. 103].

Механізми державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи є ефективними, якщо вони комплексно враховують особливості самовідтворення, саморозвитку та саморегулювання пенсійної системи. Вдосконалення їх ефективності передбачає розвиток процесів саморегуляції, забезпечення органічного поєднання централізованого керівництва та самостійності підсистем.

Пріоритети подальшого розвитку пенсійної сфери мають включати: визначення цілей пенсійної системи та стратегії і концепції розвитку окремих її складників; уніфікацію та кодифікацію нормативно-правової бази в пенсійній сфері; спрямування пенсійних видатків на розвиток людського потенціалу, підвищення його якості як основи економічного зростання та забезпечення конкурентоспроможності національної економіки [5, с. 60].

Доцільним для забезпечення оптимальних умов функціонування пенсійної системи є застосування комплексного підходу до формування власної національної моделі державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи, тобто механізмів, з урахуванням особливостей політичного, економічного та соціального розвитку держави.

Вище здійснені дослідження дають підстави запропонувати таку сукупність методів удоскона-

лення механізмів державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи:

а) у сфері економіки: формування ринкових відносин власності; введення ринкового саморегулювання; зменшення рівня тінізації економіки; вдосконалення бюджетних відносин; формування інституту приватної власності; створення умов для реалізації оптимальної моделі пенсійної системи;

б) у сфері політики: оптимізувати соціальний розвиток українського суспільства, утвердити оновлені конституційні механізми, нормативно-правові акти, що дадуть змогу вдосконалити механізми державного регулювання фінансового забезпечення української пенсійної системи, а також провести зміну системи владних відносин;

в) у сфері соціальних відносин: удосконалення процесів соціальної мобільності; забезпечення соціальної безпеки, а також формування нової соціальної структури українського суспільства за вирішальної ролі середнього класу.

Узагальнюючи сказане, можна дійти висновку, що для вдосконалення механізмів державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи України слід ужити зазначених заходів, а комплексне застосування політичного, правового, економічного механізмів дасть змогу максимально досягнути цілей пенсійної політики.

Отже, об'єктивною основою регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи держави є розроблення та впровадження Стратегії розвитку моделі державного регулювання пенсійної системи. Формування такої стратегії, визначення оптимальної структури цілей, конкретизація управлінської підсистеми в системі пенсійного забезпечення, аналіз і контроль управлінської діяльності сприятимуть функціонуванню інноваційної моделі державного регулювання фінансового забезпечення пенсійної системи України.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, не полемізуючи з викладеним, можна в загальному дійти висновку, що державне регулювання у системі пенсійного забезпечення – це сукупність форм та методів, за допомогою яких держава впливає на діяльність суб'єктів господарювання і ринкову кон'юнктуру з метою формування та розподілу необхідних фінансових ресурсів для пенсійного забезпечення громадян України.

Реалізація ефективної пенсійної політики, спрямованої на забезпечення гідного рівня життя людей похилого віку та інших категорій громадян, є головною метою державного регулювання у сфері пенсійного забезпечення держави.

Отже, правильний вибір та вдосконалення механізмів і систем державного регулювання пенсійного забезпечення національної моделі пенсійної системи мають великий вплив на стабільність фінансової системи України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування». Х: ІНВІНІ, 2009. 208 с.
2. Бурбан Х.Ф., Кондрат І.Ю. Пенсійне забезпечення в Україні та світі. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19.3.
3. Грушка В.І. Пенсійна система України: навч. посіб. К.: Кондор, 2006. 336 с.
4. Журба І.І., Коваль Н.В. Шляхи реформування системи пенсійного забезпечення в Україні. Управління персоналом. 2011. № 10. С. 139–141.
5. Зимовська Л.І. Деякі аспекти реформування системи пенсійного забезпечення в Україні. Вісник КНТЕУ. 2011. № 2. С. 59–65.
6. Золотарьов В.Ф. Державне регулювання економіки: навч. посіб. Х.: Магістр, 2008. 292 с.
7. Лібанова Е.М. Демографічні передумови реформування системи пенсійного забезпечення. Інформація про хід проведення пенсійної реформи в Україні. Інформаційний бюлетень. 2001. № 3. С. 8–23.
8. Свенчіцкі М., Ткаченко Л., Чапко І. Демографічні та фінансові передумови пенсійної реформи в Україні: прогноз – 2050. К.: Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки, 2010. 72 с.
9. Управління соціальним і гуманітарним розвитком: навч. посіб.: у 2-х ч. / В.А. Скуратівський, В.П. Трошинський та ін.; за ред. В.А. Скуратівського, В.П. Трошинського. К.: НАДУ, 2009. Ч. 1. 456 с.

REFERENCES:

1. Zakon Ukrainy "Pro zahalnooboviazkove derzhavne pensiine strakhuvannia". (2009). Kharkiv, Ukraine.
2. Burban, Kh.F., Kondrat, I.Iu. (2009). Pensiine zabezpechennia v Ukraini ta sviti [Pension provision in Ukraine and in the world]. Scientific Bulletin of NLTU Ukraine, 19.3.
3. Hrushka, V.I. (2006). Pensiina systema Ukrainy [Pension system of Ukraine]. Kyiv, Ukraine: Kondor.
4. Zhurba, I.I., Koval, N.V. (2011). Shliakhy reformuvannia systemy pensiinoho zabezpechennia v Ukraini [Ways of reforming the pension system in Ukraine]. Upravlinnia personalom, 10, 139-141.
5. Zymovska, L.I. (2011). Deiaki aspekty reformuvannia systemy pensiinoho zabezpechennia v Ukraini [Some aspects of reforming the pension system in Ukraine]. Visnyk KNTEU, 2, 59-65.
6. Zolotarov, V.F. (2008). Derzhavne rehuliuвання ekonomiky [State regulation of the economy]. Kharkiv, Ukraine: Mahistr.
7. Libanova, E.M. (2001). Demohrafichni peredumovy reformuvannia systemy pensiinoho zabezpechennia. Informatsiia pro khid provedennia pensiinoi reformy v Ukraini [Demographic preconditions for reforming the pension system. Information on the progress of the pension reform in Ukraine]. Informatsiinyi biuleten, 3, 8-23.
8. Svienchitski, M., Tkachenko, L., Chapko, I. (2010). Demohrafichni ta finansovi peredumovy pensiinoi reformy v Ukraini: prohnoz – 2050 [Demographic and financial background of the pension reform in Ukraine: the forecast is 2050]. Kyiv, Ukraine: Analitichno-doradchyi tsentr Blakytnoi strichky.
9. Skurativskiy, V.A., Troshchynskiy, V.P. (2009). Upravlinnia sotsialnym i humanitarnym rozvytkom [Management of social and humanitarian development]. Kyiv, Ukraine.

STATE REGULATION IN THE FIELD OF PENSION PROVISION

In the system of social protection of the population, an important place is occupied by pensions, because the pension system appears as one of the main components of the system of social protection of society. Creating conditions for ensuring a decent income for people in old age is the main task of the state pension system.

It is advisable to ensure the optimal conditions for the functioning of the pension system to use an integrated approach to form their own national model of state regulation of the financial provision of the pension system, mechanisms taking into account the peculiarities of political, economic, and social development of the state.

Protection of the rights and freedoms of citizens, protection of life, health, and social standards – all this belongs to the main objectives of state regulation.

State regulation in the system of pensions is a set of forms and methods by which state influences the activities of economic entities and market conditions, in order to form and distribute necessary financial resources for the provision of pensions to Ukrainian citizens.

It is advisable to ensure the optimal conditions for the functioning of the pension system to use an integrated approach to form their own national model of state regulation of the financial provision of the pension system, mechanisms taking into account the peculiarities of the political, economic, social development of the state.

Implementation of an effective pension policy aimed at ensuring a decent standard of living for the elderly and other categories of citizens is the main goal of state regulation in the field of state pension provision. The objective basis for regulating the financial provision of the state pension system is the development and implementation of the Strategy for the development of the model of state regulation of the pension system.

The formation of such a strategy, the definition of the optimal structure of goals, the specification of the management subsystem in the system of pensions, analysis and control of management activities will contribute to the functioning of an innovative model of state regulation of the financial provision of the pension system of Ukraine.

At present, the right choice and improvement of mechanisms and systems of state regulation of pension provision of the national pension system model have a great influence on the stability of the financial system of Ukraine.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

PECULIARITIES OF INSURANCE IN AGRICULTURAL SECTOR

У статті розглянуто актуальні питання щодо розвитку аграрного страхування в Україні. Досліджено загальний рівень розвитку сільськогосподарського страхування. Надано аналіз показників страхових компаній, що займаються агрострахуванням. Визначено основні причини небажання сільгоспдприємств укладати страхові договори зі страховиками від можливих ризиків в аграрній сфері, тенденції розвитку ринку аграрного страхування за період 2014–2018 рр. Проаналізовано основну нормативно-правову базу, що регулює діяльність страхових компаній на ринку агрострахування, основні проблеми та позитивні аспекти державної підтримки сільського господарства. Обґрунтовано шляхи вдосконалення функціонування ринку аграрного страхування в Україні та визначено основні завдання, які необхідно реалізувати для поліпшення стану в аграрній сфері.

Ключові слова: сільськогосподарське страхування, аграрне страхування, сільгоспдприємства, сільське господарство, ринок аграрного страхування, страхова діяльність, аграрна сфера, сільгоспвиробники, страхові компанії, страхові послуги.

В статье рассмотрены актуальные вопросы развития аграрного страхования в Украине. Исследован общий уровень развития сельскохозяйственного страхования. Представлен анализ показателей страховых компаний, занимающихся агрострахованием. Определены основные причины нежелания сельхозпредприятий заключать страховые договоры со страховщиками от возможных рисков в аграрной сфере, тенденции развития рынка аграрного страхования за период 2014–2018 гг. Проанализирована основная нормативно-правовая база, регулирующая деятельность стра-

ховых компаний на рынке агрострахования, основные проблемы и позитивные аспекты государственной поддержки сельского хозяйства. Обоснованы пути совершенствования функционирования рынка аграрного страхования в Украине и определены основные задачи, которые необходимо реализовать для улучшения состояния в аграрной сфере.

Ключевые слова: сельскохозяйственное страхование, аграрное страхование, сельхозпредприятия, сельское хозяйство, рынок аграрного страхования, страховая деятельность, аграрная сфера, сельхозпроизводители, страховые компании, страховые услуги.

Article considers actual issues about development of agricultural insurance in Ukraine. The general level of development of agricultural insurance was investigated. The analysis of indicators of insurance companies engaged in agro-insurance was given. The main reasons for reluctance of agricultural enterprises to conclude insurance contracts with insurers on possible risks in the agrarian sector were determined. There were determined the tendencies of development of the market of agrarian insurance for the period 2014–2018. The basic legal and regulatory framework regulating the activity of insurance companies in the agri-insurance market was analysed. The main problems and positive aspects of state support in agriculture were analysed. The ways of improving the functioning of the agrarian insurance market in Ukraine and defining the main tasks that need to be implemented to improve the state of the agrarian sector were substantiated.

Key words: agricultural insurance, agrarian insurance, agricultural enterprises, agriculture, agrarian insurance market, insurance, agrarian sphere, agricultural producers, insurance companies, insurance services.

УДК 368.5

Жмурко І.В.

к.е.н., доцент кафедри обліку і фінансів
Хмельницький економічний університет

Постановка проблеми. Сьогодні сільськогосподарське виробництво вважається однією з найризикованіших сфер підприємницької діяльності. Основу соціально-економічного розвитку держави створює аграрний сектор, який забезпечує попит у продовольстві, оскільки ефективність сільськогосподарського виробництва залежить від рівня інфраструктурного забезпечення аграрного ринку, складовим елементом якого є страховий ринок. Нині страхування є невід'ємним інструментом захисту фінансово-економічних інтересів селян у процесі виробництва, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції.

Отже, питання агрострахування у державі набуває особливого значення та потребує подальшого поглибленого вивчення, оскільки функціонування ринку аграрного страхування створює умови для розподілу ризиків між учасниками страхового процесу для беззбиткового та безперервного процесу аграрного виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивчення аграрного страхування, його стану та перспектив розвитку сьогодні є важливим напрямом наукових досліджень. Теоретико-методичні питання розвитку ринку агрострахування розглянуто в наукових роботах таких вітчизняних учених: Н. Внукової, А. Гордійчук, О. Гудзя, М. Дем'яненко, О. Зальотова, Р. Колібаби, Ю. Лузана, С. Навроцького, С. Осадця, О. Остапенко, А. Полчанова, О. Сахно, Р. Смоленюка, Р. Шинкаренка, В. Шахова, В. Якубовича. Вагомий внесок у розроблення оперативних заходів для поліпшення роботи системи агрострахування в Україні здійснила Міжнародна фінансова корпорація (IFC – Група Світового банку) з проектом «Розвиток агрострахування в Україні».

Окремої уваги заслуговують праці науковців, які розглядають сільськогосподарське страхування як основний елемент стабілізації фінансового стану аграрних підприємств у ринкових умовах, що забезпечує безперервність розви-

тку сільськогосподарського виробництва. До таких належать праці І. Глотоваї, М. Дем'яненка, Н. Ляшенко, В. Пантелєєва, Н. Селецької, Є. Томіліна, О. Туманова.

Результативність та перспективність сільськогосподарського страхування завжди цікавили як фахівців зі страхування, так і науковців, що знайшло належне відображення у наукових працях багатьох вітчизняних та зарубіжних учених-економістів, а саме: В. Борисової, В. Василика, В. Грушка, П. Лайка, М. Лутака, Л. Рейтмана, І. Яковенка.

В. Колесник та Р. Тиха у своїх статтях доводять переваги агрострахування як основного інструменту управління ризиками вирощування сільськогосподарських культур; Н. Добіжа досліджує стан сільськогосподарського страхування в Україні; М. Александрова вивчає систему страхування сільськогосподарських культур в Україні; Н. Рубцова приводить аналіз роботи вітчизняних агрострахових компаній на ринку страхування в Україні.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні проблем на ринку сільськогосподарського страхування України та розробленні рекомендацій щодо вдосконалення механізму страхового захисту сільськогосподарських підприємств на основі світового досвіду.

Важливість дослідження стану системи агрострахування, відсутність комплексного, системного підходу до висвітлення та вирішення проблем у цій галузі, наукова та практична значущість зазначених питань зумовили вибір теми статті, визначили мету, завдання та зміст дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сільське господарство є одним із найважливіших секторів державної економіки. Крім власного споживання та постачання сировини для промисловості, продукція сільського господарства експортується, що значно підвищує експортний потенціал держави. Частка сільськогосподарської продукції у ВВП України щороку зростає, і в 2017 р. цей показник досяг 13,6%.

Усвідомлюючи важливість страхування для суб'єктів сільськогосподарського бізнесу, на державному рівні було прийнято рішення про спри-

яння його розвитку. Так, у 2012 р. був прийнятий Закон України «Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою», згідно з яким держава бере на себе частину витрат аграріїв із виплати страхових премій [6].

Але цей Закон так і не був реалізований на практиці, і в державному бюджеті на 2017 р. також не було передбачено коштів на субсидування страхових премій у галузі агрострахування.

Нині єдиним проектом, який контролюється його виконавцями і стимулює сільськогосподарські підприємства користуватися послугами страхових компаній, є Проект IFC «Розвиток агрострахування в Україні», запроваджений у 2007 р. та який фінансується за рахунок Канадського агентства міжнародного розвитку.

Основні його завдання: підвищення рівня інформованості національних аграріїв щодо агрострахових програм за допомогою проведення конференцій, здійснення публікацій; налагодження співпраці страхових компаній, що займаються агрострахуванням, із банками для спрощення процедури кредитування аграріїв; удосконалення агрострахового законодавства [6].

Згідно з Проектом IFC «Розвиток фінансування аграрного сектору в Європі та Центральній Азії», вважається, що одним із способів забезпечення поліпшення доступу до фінансування для агро-виробників є мінімізація ризиків у сільськогосподарському виробництві. Із цією метою Проект IFC працює з Міністерством аграрної політики та продовольства України над розбудовою спланованої системи правового регулювання агрострахування, котра підтримуватиме реалізацію страхових продуктів, які допоможуть мінімізувати сільськогосподарські ризики та збільшити доступ до фінансування для агро-виробників. Цей захід є унікальним, оскільки огляд ринку був повністю підготовлений фахівцями новоствореного сектору агрострахування при міністерстві для забезпечення реалізації державної політики на ринку сільськогосподарського страхування в Україні [7, с. 238].

У 2017 р., досліджуючи ринок аграрного страхування, можна чітко відзначити, що протягом андерайтингового року агрострахування мало тенденцію до зростання (табл. 1).

Таблиця 1

Тенденції розвитку ринку аграрного страхування протягом 2012–2017 рр.

Роки	Кількість укладених договорів страхування (шт.)	Застрахована площа (тис. га)	Страхові платежі (млн. грн.)	Страхові виплати (%)
2012	1936	727	130,4	8,5
2013	1722	869	135,4	2,8
2014	1856	932	142,3	3,2
2015	1965	865	146,8	4,2
2016	2001	912	152,8	3,8
2017	2018	952	162,3	4,9

Джерело: розраховано автором за даними Національної комісії, що здійснює регулювання у сфері фінансових послуг

Згідно з даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, андерайтинговий рік в агрострахуванні охоплює два аграрних сезони: страхування озимих польових культур на період перезимівлі, фактично посіяних у попередньому календарному році, та страхування навесні-влітку поточного року.

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, загальна сума страхових виплат у 2017 андерайтинговому році становила 9,96 млн. грн., зокрема, 7,04 млн. грн. – за зимовий період і 2,92 млн. грн. – за період весни-літа. Отже, рівень виплат становив у 2017 андерайтинговому році 4,9%.

Дані щодо укладання договорів та виплат страховими компаніями першість належить страховій компанії «ПЗУ Україна» (102 договори, або 28,2% від загальної кількості). За нею йдуть «Інго Україна» (95 договорів, або 22,4%), «Аска» (77 договорів, або 11,9%) та СК «Універсальна» (54 договори, або 8,3%).

Спеціалісти Міністерства аграрної політики та продовольства України, які працювали над даним дослідженням у 2017 р., зазначили, що дані для проведення аналізу ринку агрострахування надали на добровільних засадах такі страхові компанії: ПрАТ «СК «АХА СТРАХУВАННЯ», «Українська АСК АСКА», ПрАТ «СК «БРОКБІЗНЕС», ПрАТ «АСК «ІНГО Україна», ПрАТ «СК «Оронта-Січ», ПрАТ «СК «ПЗУ УКРАЇНА», ПрАТ «СГ «ТАС», ПрАТ «Українська аграрно- страхова компанія», ПрАТ «СК «Універсальна» та ПрАТ «Українська пожежно- страхова компанія» [8].

Отже, для того щоб компенсувати втрати всім господарствам, які опинилися у центрі несприятливих подій, єдиним дієвим інструментом, який допоможе, є страхування.

Аграрії, які заздалегідь придбали страхове покриття, за несприятливої погоди можуть уберегти себе та отримати страхову виплату завдяки страховому покриттю. Найбільші виплати отримали господарі в Хмельницькій області, де було акумульовано 3,1 млн. грн., а також Черкаській (2,4 млн. грн.) та Тернопільській (928,3 тис. грн.) областях.

Щодо виплат у розрізі сільськогосподарських культур, то найбільшу частку в загальних виплатах по ринку становлять договори страхування озимого ріпаку (44,9%, сума збитку – 4,5 млн. грн.), на другому місці – договори страхування озимої пшениці (36,2%, або 3,6 млн. грн.) та на третьому – договори страхування цукрового буряку (14,7%, або 1,5 млн. грн.) [1].

Для вирішення проблем у сфері страхування сільськогосподарських підприємств необхідно:

1) на етапі формування системи страхового захисту сільськогосподарських підприємств використовувати як добровільні, так і обов'язкові види страхування;

2) для зменшення фінансового навантаження на суб'єктів сільськогосподарських підприємств реалізувати Закон України «Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою», завдяки якому запровадиться субсидування страхових премій державою;

3) страховим компаніям забезпечити довіру своїм клієнтам завдяки наданню відповідних пільг, знижок аграріям та створювати умови для залучення нових клієнтів;

4) удосконалити діяльність Агрострахового пулу, його функції, склад, особливості співпраці з державою та замінити керівництво;

5) надавати ліцензію на здійснення страхування сільськогосподарських ризиків тільки членам Агрострахового пулу.

Висновки з проведеного дослідження. За результатами проведеного дослідження вважаємо зробити такі висновки щодо перспектив подальшого функціонування ринку аграрного страхування в Україні: підвищити рівень страхової культури як основи взаємодії між суб'єктами страхового процесу завдяки більшій інформаційної освіченості сільськогосподарських виробників щодо пропонованих страхових продуктів; прийняти відповідні нормативно-правові документи щодо регулювання сільськогосподарського страхування, де відзначатимуться концептуальні засади страхування ризиків у сільському господарстві; гарантувати страховикам здійснення страхових виплат страхувальнику в разі настання страхової події згідно з умовами, передбаченими договором сільськогосподарського страхування; забезпечити рентабельність, платоспроможність страховика, який надає відповідні послуги у сфері аграрного страхування, а також створити сучасний ринок аграрного страхування з відповідними інноваційними страховими продуктами; створити електронну базу даних зі страхування сільськогосподарських ризиків на рівні Агрострахового пулу та зобов'язати всі страхові компанії, які мають ліцензії, надавати в повному обсязі інформацію про їхню страхову діяльність (обсяги застрахованих посівних площ, кількість підписаних договорів страхування, інформацію про врожайність та ін.).

Для подальшого та більш ефективного розвитку страхування сільськогосподарських ризиків потрібно повернути довіру до страхових компаній, розширити спектр страхових послуг і зробити їх доступними для всіх сільськогосподарських товаровиробників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дем'яненко М.Я. Фінансові проблеми формування та розвитку аграрного ринку України. Облік і фінанси АПК. 2007. № 5.

2. Добіжа Н.В. Сучасний стан та проблеми агрострахування в Україні. Ефективна економіка. 2013. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

3. Офіційний сайт Аграрного страхового пулу. URL: <http://ua.ip.com.ua/2016/rinok-agrostrakhuvannya-ukra%D1%97ni-v-2016-and>.

4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://minfin.com.ua>.

5. Панченко О.І., Рогова Г.А. Державна підтримка страхування ризиків сільськогосподарських підприємств як основа забезпечення їх стабільного розвитку. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2012. № 1(56). С. 260–266.

6. Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою: Закон України від 9 лютого 2012 р. № 4391 – VI. URL: <http://zakonrada.gov.ua/laws/show/439117>.

7. Рубцова Н.М. Сучасний стан та перспективи розвитку діючої системи агрострахування в Україні. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2014. № 4. С. 237–240.

8. Федеральна програма страхування врожаю США. URL: <http://www.rma.usda.gov/regs/authorizing/FCI%20Act%20Compilation%202014.pdf>.

REFERENCES:

1. Demianenko, M.Ia. (2007). Finansovi problemy formuvannya ta rozvytku ahrarnoho rynku Ukrainy [Financial problems of the formation and development of the agrarian market of Ukraine]. *Oblik i finansy APK – Accounting and finance of agroindustrial complex*, no. 5.

2. Dobizha, N.V. (2013). Suchasnyi stan ta problemy ahrstrakhuvannya v Ukraini [Current state and problems of agricultural insurance in Ukraine]. *Efektivna*

ekonomika – Effective economy, no. 8. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2256> (in Ukrainian).

3. Ofitsiynyi sait Ahrarnoho strakhovoho pulu [Site of Agricultural Insurance Pool]. Retrieved from <http://uaip.com.ua/2016/rinok-agrostrakhuvannya-ukra%D1%97ni-v-2016-and>.

4. Ofitsiynyi sait Ministerstva finansiv Ukrainy [Site of Ministry of Finance of Ukraine]. Retrieved from <http://minfin.com.ua>.

5. Panchenko, O.I. (2012). Derzhavna pidtrymka strakhuvannya ryzykiv silskohospodarskykh pidpriemstv yak osnova zabezpechennia ikh stabilnoho rozvytku [State support of agricultural enterprises risks insurance as a basis for ensuring its sustainable development]. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriiia “Ekonomichni nauky” – Visnyk of Chernihiv State University of Technology. Series “Economics”*, no. 1 (56), pp. 260–266 (in Ukrainian).

6. Pro osoblyvosti strakhuvannya silskohospodarskoi produktsii z derzhavnoiu pidtrymkoiu: Zakon Ukrainy vid 9 liutoho 2012 roku № 4391-VI [About peculiarities of agricultural products insurance with state support: The law of Ukraine on February 9, 2012 № 4391-VI]. Retrieved from <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/4391-17>.

7. Rubtsova, N.M. (2014). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku diuchoi systemy ahrstrakhuvannya v Ukraini [Current state and development prospects of the current agricultural insurance system in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky) – Digest of scientific works of Tavria State Agrotechnological University (economic sciences)*, no. 4, pp. 237–240 (in Ukrainian).

8. Federalna prohrama strakhuvannya vrozhaiu SShA [USA Federal Insurance Crop Act]. Retrieved from <http://www.rma.usda.gov/regs/authorizing/FCI%20Act%20Compilation%202014.pdf>.

Zhmurko I.V.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Finance
Private Higher Education Institution
Khmelnitskyi Economic University

PECULIARITIES OF INSURANCE IN AGRICULTURAL SECTOR

Agriculture is the oldest and traditionally one of the most important and at the same time the riskiest sectors of the economy, which is constantly under the influence of natural forces of nature. This is due to the fact that agriculture is a highly vulnerable branch to the occurrence of natural and climatic conditions or the occurrence of other unpredictable events.

Agricultural insurance is one of the important elements for ensuring economic security and stabilizing the financial position of agricultural producers. The economic mechanism of insurance for agricultural production consists in the creation and use of an insurance fund in order to compensate for unforeseen losses caused to agricultural enterprises by natural disasters, other unfavourable events that violate the normal reproduction process.

Today agrarian insurance is one of the most effective risk management tools, which enables to combine the interests of agricultural insurance market participants and the state. Thanks to the functioning of the agrarian insurance market, conditions are created for the distribution and redistribution of risks (natural, climatic, technological, environmental, financial and economic, etc.) between the participants in the insurance process in order to reproduce the continuous and unprofitable process of agrarian production.

Instead, insurance in the agricultural sector of Ukraine is intended to prevent a sharp fluctuation in the income of agricultural enterprises, to ensure the brevity of the process of agricultural production, as well as to improve access to credit resources of agricultural producers.

The main prospects for the further functioning of the agrarian insurance market in Ukraine are: the need to develop a modern model of agrarian insurance market, which includes raising the level of insurance culture as the basis for interaction between the subjects of the insurance process; the objective need for the adoption of the Law of Ukraine "On Agricultural Insurance", in which it is necessary to define the conceptual principles of insurance of risks in agriculture; efficiency and functionality of the agrarian insurance market; creation and functioning of the modern market of agricultural insurance with corresponding innovative insurance products that will satisfy the property interests of farmers in insurance protection.

Thus, without controversy with the foregoing, one can conclude that for the further effective development of agricultural insurance, it is necessary to restore the confidence of agricultural producers to insurance companies, expand the range of insurance services and make them accessible to all agricultural commodity producers.

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ КАТЕГОРІЄЮ «ЛІКВІДНІСТЬ» ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЇЇ ВПЛИВУ НА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

MANAGEMENT OF ECONOMIC CATEGORY "LIQUIDITY" AND INSTRUMENTS OF ITS INFLUENCE ON THE FINANCIAL SOLVENCY OF COMMERCIAL BANKS

УДК 336.71:338.330

Павленко О.П.

к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Чорношкур Я.
студентка
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

У статті систематизовано понятійний апарат економічної категорії «ліквідність банку» та визначено групи активів, які є ліквідними. Проаналізовано нормативи ліквідності та показники, що враховуються під час розрахунку нормативу поточної ліквідності. Виділено чинники та інструментарій впливу на управління ліквідністю комерційних банків. Визначено вимоги НБУ до визнання комерційних банків платоспроможними. **Ключові слова:** ліквідність, ліквідність банку, управління ліквідністю, комерційний банк, платоспроможність.

В статье систематизирован понятийный аппарат экономической категории «ликвидность банка» и определены группы активов, которые являются ликвидными. Проанализированы нормативы ликвидности и показатели, которые учитываются при расчете норматива текущей ликвидности. Выде-

лены факторы и инструментарий влияния на управление ликвидностью коммерческих банков. Определены требования НБУ к признанию коммерческих банков платежеспособными.

Ключевые слова: ликвидность, ликвидность банка, управление ликвидностью, коммерческий банк, платежеспособность.

The article deals with the conceptual apparatus of the economic category "liquidity of the bank" and identifies groups of assets that are liquid. Also analysed are liquidity ratios and indicators taken into account in calculating the current liquidity standard. The author separates the factors and tools of influence on management of liquidity of commercial banks. Defined requirements of the NBU to the recognition of commercial banks solvent.

Key words: liquidity, bank liquidity, liquidity management, commercial bank, solvency.

Постановка проблеми. Банківський сектор економіки України останніми роками перебуває у трансформаційному періоді та характеризується системними проблемами, тому поіпшення ліквідності є пріоритетним напрямом комерційних банків. Підвищення ролі вимог НБУ вимагає дотримання нормативних значень під час визначення коефіцієнтів в управлінні ліквідністю активів і пасивів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед учених, які досліджували питання управління ліквідністю комерційних банків, слід відзначити таких, як: Дж.Ф. Сінкі, Е. Рід, С. Братанович, І. Волошина, В. Зінченко, О. Ковальова, Л. Кузнєцова, А. Мороз, І. Івасів, О. Лаврушин, І. Лис, А. Лобанов, Л. Рябініна, М. Сорокіна та ін.

Наукові дослідження є, безперечно, обґрунтованими й актуальними, але постає необхідність визначення впливу чинників та інструментів, що можуть впливати на рівень платоспроможності банківських установ. Разом із тим більшість публікацій має більш теоретичний характер та може за певних обставин бути недостатньо ефективною або мати непередбачені наслідки. Отже, особливу увагу у сфері управління ліквідністю банку слід приділяти саме практичному застосуванню [2, с. 631].

Постановка завдання. Метою статті є систематизація наявних трактувань поняття «ліквідність», пошук інструментарію управління економічною категорією «ліквідність» та визначення чинників впливу на платоспроможність комерційних банків.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Банківська система України характеризувалася змінами, пов'язаними з різким зростанням частки проблемних активів на балансах банків: частка проблемних кредитів у банківському секторі зросла з 12,9% на початку 2014 р. до 24,7% наприкінці I кварталу 2015 р.; суттєвим відпливом депозитів із банківського сектору: 45,4% за 2014 р. і I квартал 2015 р. за валютними депозитами та -17,9% за гривневими депозитами; високою доларизацією кредитів та депозитів – 55,9% та 53,4% відповідно станом на кінець I кварталу 2015 р.; незбалансоваістю активів і пасивів банків: співвідношення кредитів до депозитів сягнуло пікового значення 226,7% у 2009 р. та становило 158,8% на кінець I кварталу 2015 р.

Починаючи з I кварталу 2014 р. до II кварталу 2015 р. 47 банків, із них один системно важливий, було оголошено неплатоспроможними. Спостерігався недостатній розмір власного та регулятивного капіталу банків унаслідок погіршення якості кредитів й інших активів і формування резервів за активними операціями з початку 2014 р., що охарактеризувалося масовим виходом з України великих європейських гравців фінансового сектору: після кризи 2008–2009 рр. близько 10 європейських банків продали свої дочірні банки в Україні або припинили ведення бізнесу. Були відсутні первинні публічні розміщення (IPO) акцій українських компаній на місцевих і закордонних біржах протягом 2013–2014 рр.; зменшилися обсяги торгів на вітчизняних біржах (окрім державних облігацій) – на 38% у 2014 р., до 76 млрд. грн.,

у тому числі торгів акціями та деривативами на 46%, до 36 млрд. грн.; низька та незмінна протягом 2008–2014 рр. частка страхових компаній у структурі фінансового сектору – від 2,6% до 3% від загального; низький рівень активів системи пенсійного забезпечення – на рівні 2,5 млрд. грн., або 0,2% від ВВП на кінець 2014 р. [2, с. 85].

Ліквідність банку являє собою здатність банку забезпечити своєчасне виконання своїх грошових зобов'язань, яка визначається збалансованістю між строками і сумами погашення розміщених активів та строками і сумами виконання зобов'язань банку, а також строками та сумами інших джерел і напрямів використання коштів (надання кредитів, інші витрати). Ліквідними активами є кошти в касі та на коррахунках, які відкриті в Національному банку України та інших банках, а також активи, що можуть бути швидко проконвертовані в готівкові чи безготівкові кошти.

Комерційні банки повинні постійно управляти ліквідністю, підтримуючи її на достатньому рівні для своєчасного виконання всіх прийнятих на себе зобов'язань з урахуванням: 1) їх обсягів; 2) строковості; 3) валюти платежів; 4) забезпечення потрібного співвідношення між власними та залученими коштами; 5) необхідності формування оптимальної структури активів. Для контролю над станом ліквідності банків НБУ встановлює такі нормативи ліквідності: миттєвої ліквідності (Н4), поточної ліквідності (Н5) та короткострокової ліквідності (Н6).

Всі активи банку за ступенем ліквідності поділяють на шість груп:

1) високоліквідні активи (кошти в касі, НБУ та інших банках, банківські метали, кошти на вимогу в НБУ, інших банках, строкові депозити в НБУ);

2) ліквідні активи (всі активи, які приносять банкам доходи, всі надані кредити, депозити в інших банках, цінні папери, вкладені в асоційовані та дочірні компанії);

3) низьколіквідні активи – пролонгована дебіторська заборгованість;

4) неліквідні активи (прострочена і сумнівна заборгованість за кредитами);

5) недохідні активи (основні засоби та нематеріальні активи, товарно-матеріальні цінності, капітальні вкладення);

6) квазіактиви – нараховані доходи [5, с. 631].

Норматив миттєвої ліквідності (Н4) встановлюється для контролю над здатністю банку забезпечити своєчасне виконання своїх грошових зобов'язань за рахунок високоліквідних активів (коштів у касі та на кореспондентських рахунках). Він визначається як співвідношення суми коштів у касі та на кореспондентських рахунках до зобов'язань банку, що обліковуються за поточними рахунками (ЗБп.р.):

$$H4 = (\text{Каса} + \text{Коррах}) / \text{ЗБп.р.} \cdot 100. \quad (1)$$

Оптимальне значення нормативу Н4 має бути не менше ніж 20%.

Норматив поточної ліквідності (Н5) встановлюється для визначення збалансованості строків і сум ліквідних активів та зобов'язань банку.

Для розрахунку нормативу поточної ліквідності враховують вимоги і зобов'язання банку з кінцевим строком погашення до 31 дня (включно).

Таблиця 1

Понятійний апарат економічної категорії «ліквідність банку»

Автори	Визначення
Т.Е. Крішталь [4, с. 37]	Здатність виконувати боргові, збалансовані та потенційні кредитні зобов'язання, для чого необхідні не тільки оптимальна структура, обсяги і висока якість його пасивів і активів, а й можливість оперативно залучати кошти із зовнішніх джерел за розумною ціною. Ця здатність реалізується в часі тільки тоді, коли ліквідні активи трансформуються в грошову форму
В.І. Міщенко [6, с. 10]	Ліквідність банку – це здатність банку забезпечити своєчасне виконання своїх зобов'язань; можливість перетворення статей активу на гроші для оплати зобов'язань із пасиву. Здатність банку своєчасно і в повному обсязі виконувати свої зобов'язання
І.М. Онопрієнко [7, с. 29]	Здатність банку своєчасно і в повному обсязі виконувати взяті на себе балансові та позабалансові зобов'язання та своєчасно забезпечити можливі потреби платоспроможних клієнтів у кредитних коштах за умов збереження постійної позитивної маржі між вартістю наданих та залучених коштів з урахуванням затрат, пов'язаних із кредитним ризиком та обов'язковим резервуванням
В.А. Райзберг, Л.І. Лозовський, Е.С. Стародубцева [10, с. 134]	Співвідношення між активами й пасивами балансу банку по певних строках
Дж. Сінкі [11]	Здатність банку забезпечувати ліквідність вимагає наявності високоліквідних і легко перемішуваних для нього фінансових активів. Вимога ліквідності означає, що фінансові активи мають бути доступні для власників у найкоротший час (протягом дня і менше) за номіналом. Вимога перевищуваності означає, що права на володіння фінансовими активами мають бути переданими за номіналом іншому економічному суб'єктові, причому у формі, прийнятній для нього
Т. Ковальчук, М. Коваль [3, с. 32]	Здатність забезпечувати вчасне і повне виконання фінансових зобов'язань. Платоспроможність – рівень забезпеченості фінансових зобов'язань банку власним капіталом

Норматив поточної ліквідності визначається як співвідношення активів первинної (Ап.л.) та вторинної (Авт.л.) ліквідності до зобов'язань банку з відповідними строками виконання (ЗБстр.вик.). Оптимальне значення нормативу Н5 має бути не менше ніж 40%.

$$H5 = (Aп.л. + Aвт.л.) / ЗБстр.вик. \cdot 100. \quad (2)$$

Норматив короткострокової ліквідності (Н6) встановлюється для контролю над здатністю банку виконувати прийняті ним короткострокові зобов'язання за рахунок ліквідних активів.

Норматив короткострокової ліквідності визначається як співвідношення ліквідних активів (Ал) до короткострокових зобов'язань (КЗ):

$$H6 = Ал / КЗ \cdot 100. \quad (3)$$

До розрахунку нормативу короткострокової ліквідності включаються ліквідні активи та короткострокові зобов'язання з початковим строком погашення до одного року. На прикладі ПАТ «УкрСиббанк» проведемо аналіз нормативів ліквідності за 2013–2017 рр. Як свідчать показники ліквідності, наведені в таблиці, у ПАТ «УкрСиббанк» протягом 2013–2017 рр. відбулося їх зменшення. Така тенденція говорить про негативні наслідки, які призводять до зниження платоспро-

можності [12]. Так, значення нормативу адекватності регулятивного капіталу (Н2) зменшилось на 0,02. Норматив поточної ліквідності (Н3) знизився на 0,17, норматив достатності капіталу (Н4) став меншим на 1,91. Значною тенденцією до зниження характеризується норматив миттєвої ліквідності, його значення у 2017 р. стало менше на 6,49 порівняно з 2013 р. (табл. 3).

Аналіз динаміки капіталу банку за 2013–2017 рр. (рис. 2) показує те, що суму власного капіталу збільшено на 2 779,9 млн. грн., або на 99,58%, зі 2 791,6 млн. грн. до 5 571,5 млн. грн. У структурі кредитного портфеля переважну частку займають інші строкові кредити (рис. 1), а кредитні ресурси ПАТ «УкрСиббанк» у 2013–2017 рр. підвищилися на 13 108,4 млн. грн. Основним джерелом збільшення був статутний капітал, що належить акціонерам банку, внаслідок його зростання на 3 797,2 млн. грн., або на 314%, з 1 774,3 млн. грн. до 5 571,5 млн. грн. [12].

Наведені на рис. 3 розрахунки показують, що сума загальних активів ПАТ «УкрСиббанк» за 2013–2017 рр. підвищилася з 23 392,6 млн. грн. у 2013 р. до 46 111,9 млн. грн. у 2017 р., або на 97,65%; грошові кошти та їх еквіваленти (у т. ч. обов'язкові резерви в НБУ) зменшилися на

Таблиця 2

Показники, що враховуються під час розрахунку нормативу поточної ліквідності

Активи первинної та вторинної ліквідності	Зобов'язання з відповідними строками виконання
– готівкові кошти; – банківські метали; – кошти на кореспондентських рахунках, які відкриті в Національному банку України та інших банках; – строкові депозити, які розміщені в Національному банку України та інших банках; – боргові цінні папери, що рефінансуються Національним банком України, у торговому портфелі банку, у портфелі банку на продаж та у портфелі банку на погашення; – боргові цінні папери, емітовані Національним банком України в портфелі банку на продаж та в портфелі банку на погашення; – надані кредити	– кошти на вимогу; – короткострокові та довгострокові кредити, одержані під Національного банку України та інших банків; – кошти бюджету України; – строкові депозити інших банків та клієнтів; – цінні папери власного боргу, емітовані банком; – субординований борг банку; – зобов'язання і вимоги за всіма видами гарантій, порук, авалів; – зобов'язання з кредитування, що надані клієнтам і банкам

Таблиця 3

Показники ліквідності (платоспроможності) ПАТ «УкрСиббанк» за 2013–2017 рр.

Показник	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відхилення 2017 р. від 2013 р., (+/-)
Норматив адекватності регулятивного капіталу (Н2)	0,11	0,12	0,07	0,04	0,09	-0,02
Норматив поточної ліквідності (Н3)	0,28	0,25	0,32	0,06	0,11	-0,17
Норматив достатності капіталу (Н4), %	10,96	11,97	6,74	4,15	9,05	-1,91
Норматив миттєвої ліквідності (Н5)	112,1	110,89	110,88	100,98	105,61	-6,49
Норматив загальної ліквідності (Н6)	112,31	113,59	107,23	104,33	109,95	-2,39
Норматив співвідношення високоліквідних активів до робочих активів банку (Н ₇)	33,07	30,08	40,73	9,4	19,38	-13,69

Джерело: складено за даними фінансової звітності ПАТ «УкрСиббанк» за 2013–2017 рр. URL: <https://my.ukrsibbank.com/ua/about-bank/financial-reports/>

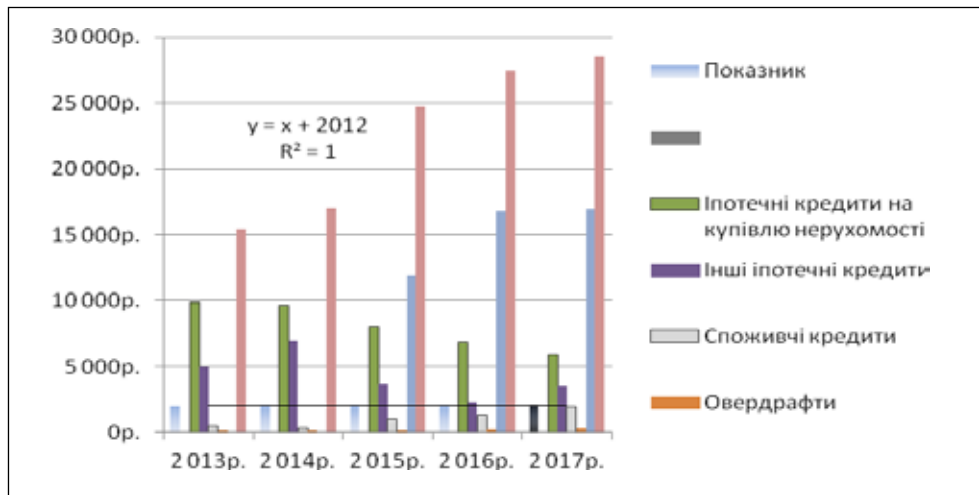


Рис. 1. Структура кредитного портфеля ПАТ «УкрСиббанк» у 2012–2016 рр., млн. грн.

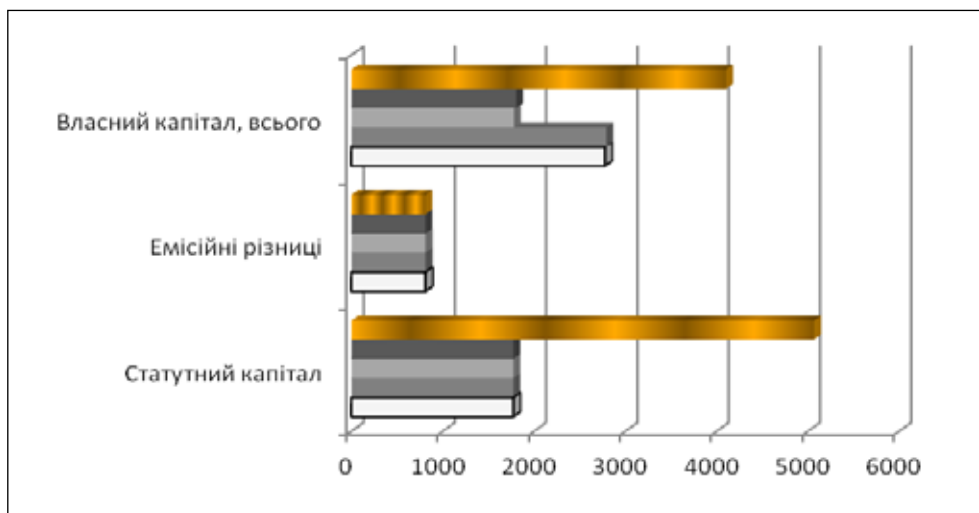


Рис. 2. Динаміка капіталу ПАТ «УкрСиббанк» за 2013–2017 рр., млн. грн.

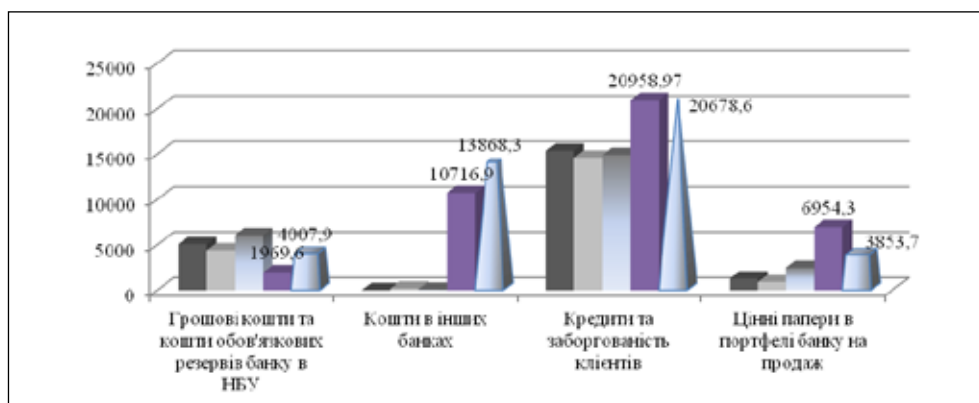


Рис. 3. Динаміка активів ПАТ «УкрСиббанк» за 2013–2017 рр., млн. грн.

215,9 млн. грн., або на 4,95%; сума коштів в інших банках у структурі балансу за 2013–2017 рр. збільшилася на 13 024,8 млн. грн., або у 6 тис. разів. Це говорить про достатню кількість активів

та залучення коштів в інших банків. Кредити та заборгованість клієнтів зайняли найбільшу питому вагу – 48,19% в 2013–2017 рр., яка зменшилася на 14,4 в. п.

Оскільки витрати на покупку ліквідності під час реалізації активів залежать від ступеня ліквідності фінансового інструмента, зумовленого характеристиками відповідного сегмента фінансового ринку, рівень утрат залежить від ємності й ліквідності ринку в умовах кризової ситуації. З погляду на такі умови за коливань ринку й виникнення локального дефіциту ліквідності, коли ціна інструмента падає, можливі втрати, навіть якщо власна ліквідність інструмента абсолютна або досить висока (наприклад, для валюти й ГКО).

Не менш важливий інструмент управління ліквідністю – приваблення «довгих» вкладень (депозитів), які в умовах розвиненої ринкової економіки створюються, головним чином, за рахунок заощаджень населення, що відповідає характеру поведінки домашніх господарств. У результаті втрати довіри до банківської системи досить значна (у масштабах країни) частина заощаджень населення перебуває не у формі гривневих банківських депозитів, а у формі валютної готівки, що не тільки скорочує кредитний потенціал банківської системи, а й знижує її ліквідність. Засоби корпоративних клієнтів, що становлять основу клієнтської бази російського банку, мають менш стабільний характер.

Таким чином, чинники впливу на управління ліквідністю комерційних банків можна умовно поділити на дві групи:

внутрішні: величина капіталу, грошово-кредитна політика уряду, якість активів і пасивів, збалансування активів за сумами і строками, професійна підготовка менеджерів і клієнтська база, відпрацьованість технологій та процедур, планування дохідності депозитного і кредитного портфелів, рейтинг банку за міжнародними стандартами, рівень дотримання економічних нормативів;

зовнішні: економічна та політична ситуація в країні, залежність банківської діяльності від глобалізаційних процесів, управління зовнішніми загрозами і ризиками, розвиток і вихід на міжнародні фінансові і валютні ринки.

Відповідно до ст. 76 Закону України «Про банки і банківську діяльність», Національний банк України зобов'язаний прийняти рішення про віднесення банку до категорії неплатоспроможних за таких обставин:

1) неприведення банком своєї діяльності у відповідність із вимогами законодавства, у тому числі нормативно-правових актів Національного банку України, після віднесення його до категорії проблемних, але не пізніше ніж через 180 днів зі дня визнання його проблемним;

2) зменшення розміру регулятивного капіталу або нормативів капіталу банку до однієї третини від мінімального рівня, встановленого законом та/або нормативно-правовими актами Національного банку України;

3) невиконання банком протягом п'яти робочих днів поспіль двох і більше відсотків своїх зобов'язань перед вкладниками та іншими кредиторами та/або встановлення фактів невідображення в бухгалтерському обліку документів клієнтів банку, що не виконані банком у встановлений законодавством строк, після віднесення банку до категорії проблемних;

5) виявлення фактів здійснення банком після віднесення його до категорії проблемного операцій (окрім нарахування відсотків закладами, отримання клієнтами банку заробітної плати, аліментів, пенсій, стипендій, інших соціальних, державних виплат), оформлення (переоформлення) договорів, унаслідок яких зобов'язання перед фізичними особами в межах гарантованої суми відшкодування збільшуються за рахунок зменшення зобов'язань перед фізичними особами, які перевищують гарантовану суму відшкодування, та/або зобов'язань перед фізичними особами, які не підпадають під гарантії Фонду гарантування фізичних осіб, та/або юридичними особами;

6) невиконання банком, віднесеним до категорії проблемного, розпорядження, рішення Національного банку України (у тому числі про застосування заходів впливу/санкцій) та/або вимоги Національного банку України щодо усунення порушень банківського законодавства, нормативно-правових актів Національного банку України протягом визначеного Національним банком України строку.

Національний банк України зобов'язаний прийняти рішення про віднесення банку до категорії проблемних за умови його відповідності хоча б одному з таких критеріїв:

1) банк протягом звітного місяця допустив зменшення на п'ять і більше відсотків: щоденного розміру регулятивного капіталу нижче встановленого нормативно-правовими актами Національного банку України мінімального розміру регулятивного капіталу – п'ять і більше разів та/або значення нормативу достатності (адекватності) регулятивного капіталу нижче встановленого нормативно-правовими актами Національного банку України нормативного значення цього нормативу – два і більше разів;

2) банк не виконав вимогу вкладника або іншого кредитора, строк якої настав п'ять і більше робочих днів тому, та/або встановлено факти невідображення у бухгалтерському обліку документів клієнтів банку, що не виконані банком у встановлений законодавством України строк;

3) системне порушення банком законодавства, що регулює питання запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму;

4) банк протягом звітного місяця допустив зменшення на п'ять і більше відсотків значення хоча б одного з нормативів ліквідності нижче мінімальних

нормативних значень, установлених нормативно-правовими актами Національного банку України, що розраховуються:

- за щоденними розрахунками – п'ять і більше разів;
- щодами – два і більше разів;

4.1) обсяг негативно класифікованих активів банку (крім санаційного) становить 40% і більше загальної суми активів, за якими має оцінюватися ризик та формуватися резерв згідно з нормативно-правовими актами Національного банку України;

5) банк не має ефективних та адекватних систем внутрішнього контролю та/або управління ризиками, що створює загрозу інтересам вкладників чи інших кредиторів банку;

6) систематичне подання та/або оприлюднення недостовірної інформації або звітності для приховування реального фінансового стану банку, у тому числі щодо операцій із пов'язаними з банком особами.

Рішення Національного банку України про віднесення банку до категорії проблемного є банківською таємницею. Проблемному банку забороняється використовувати для розрахунків прямі кореспондентські рахунки в національній та іноземній валютах. Проведення розрахунків здійснюється виключно через консолідований кореспондентський рахунок у Національному банку України. Національний банк України має право віднести банк до категорії проблемних з інших підстав, визначених нормативно-правовими актами НБУ [1, с. 80].

Ця норма не поширюється на операції щодо виконання зобов'язань у міжнародних та внутрішньодержавних платіжних системах і системах розрахунків та на операції із цінними паперами, що здійснюються згідно із законодавством. Якщо банк проблемний, тоді в строк до 180 днів зобов'язаний привести свою діяльність у відповідність із вимогами законодавства, у тому числі нормативно-правових актів Національного банку України. Проблемний банк зобов'язаний у строк до семи днів повідомити Національний банк України про заходи, які він уживатиме для приведення своєї діяльності у відповідність із вимогами законодавства, та на вимогу НБУ повідомляти його про хід виконання цих заходів. Національний банк України протягом 180 днів зі дня віднесення банку до категорії проблемних має право прийняти рішення про визнання діяльності банку такою, що відповідає законодавству, або про віднесення банку до категорії неплатоспроможних [8; 9].

Національний банк України не пізніше дня, наступного за днем прийняття рішення про віднесення банку до категорії неплатоспроможних, повідомляє про це рішення Фонд гарантування вкладів фізичних осіб для вжиття ним заходів, передбачених Законом України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб».

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, Національний банк України не здійснює банківський нагляд за банком, у якому запроваджено тимчасову адміністрацію, здійснюється ліквідація, крім отримання звітності та інформації до Кредитного реєстру в установленому НБУ порядку. Для забезпечення стабільного функціонування банківського сектору необхідно своєчасно визначати рівень ліквідності комерційних банків, а також ідентифікувати чинники, індикатори та інструменти, що впливають на підвищення їхньої платоспроможності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Драбаніч А.В., Максимець І.О. Ліквідність комерційного банку: оцінка та особливості управління. Бізнес-економіка, фінанси, облік і аудит. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2013. № 3(39). С. 80–83.
2. Івасів І.Б., Фуксман О.Ю. Лімітування ризику ліквідності банку на основі стрес-тестування. Економіка та держава. 2014. № 11. С. 85–89.
3. Ковальчук Т.Т., Коваль М.М. Ліквідність комерційних банків: навч. посіб. К.: Знання, 1996. 120 с.
4. Крішталь Т.Е. Методика аналізу ліквідності комерційного банку: дис. ... канд. екон. наук: 08.06.04. К., 2003. 178 с.
5. Литвинюк М.В., Демиденко В.І. Ліквідність банку та банківської системи як показник ефективності діяльності банку та її вплив на прибутковість комерційного банку. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 10. С. 631–636.
6. Міщенко С.В. Проблеми забезпечення ліквідності банків на основі використання механізмів рефінансування. Фінанси України. 2009. № 7. С. 75–88.
7. Онопрієнко І.М. Управління ліквідністю як фактор фінансової стабільності банку. Вісник Сумського аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». 2011. № 2(31). С. 28–32.
8. Рябініна Л., Русева О. Показники ліквідності банківської системи та фактори, які впливають на них. Банківська справа. 2010. № 6. С. 53–64.
9. Рябіченко Д.О., Калюжна Г.Ю. Ліквідність банків в сучасних умовах: макроекономічний огляд. Молодіжний науковий вісник УАБС. 2012. № 1. С. 96–109.
10. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева; 3-е изд., испр. М.: ИНФРА –М, 2000. 478 с.
11. Синки Дж., мл. Управление финансами в коммерческих банках; пер. с англ. 4-го изд. М.: Gatallaxy, 1994. 937 с.
12. Фінансова звітність ПАТ «УкрСиббанк» за 2013–2017 рр. URL: <https://my.ukrsibbank.com/ua/about-bank/financial-reports/>.

REFERENCES:

1. Drabanich AV, Maksimets I.O. (2013) Likvidnist' komertsyynoho banku: otsinka ta osoblyvosti upravlinnya [Liquidity of a commercial bank: assessment and management features] Business – Economics, Finance,

Accounting and Auditing Regional Business Economics and Management, no. 3 (39), pp. 80-83.

2. Ivasiv I.V. (2014) Limituvannya ryzyku likvidnosti banku na osnovi stres-testuvannya [Limitation of bank liquidity risk on the basis of stress testing] Economy and the state, no.11, pp.85-89.

3. Kovalchuk T., and Koval M. (1996), Likvidnist' komeriyynykh bankiv [Liquidity of the Commerce Banks], Znannya, Kyiv, Ukraine.

4. Cristal T. E. (2003), "Method of analysis of the liquidity of a commercial bank" Abstract of Ph.D. dissertation, Accounting, analysis and audit, Kyiv National Economic University, Kyiv, Ukraine.

5. Litvinyuk M.V., Demidenko V.I. (2017) Likvidnist' banku ta bankivs'koyi systemy yak pokaznyk efektyvnosti diyal'nosti bankuta yiyi vplyv na prybutkovist' komertsynoho banku [Liquidity of the bank and the banking system as an indicator of the bank's efficiency and its impact on the profitability of the commercial bank] Mukachevo State University. Economics and Society., vol.10, pp.631-636.

6. Mishchenko S.V. (2009) Problemy zabezpechennya likvidnosti bankiv na osnovi vykorystannya mekhanizmiv refinansuvannya [Problems of providing liquidity of banks

on the basis of the use of refinancing mechanisms] Finances of Ukraine, no.№ 7, pp.75-88.

7. Onoprienko I.M. (2011) Upravlinnya likvidnistyu yak faktor finansovoyi stabil'nosti banku [Liquidity management as a factor of financial stability of the bank] Bulletin of Sumy Agrarian University (Series: Finance and Credit), no. 2 (31), pp. 28-32.

8. Ryabinina L. (2010) Pokaznyky likvidnosti bankivs'koyi systemy ta faktory, yaki vplyvayut' na nykh [The indicators of banking system liquidity and factors influencing them] Banking, no. 6, pp.53-64.

9. Ryabichenko D.O. (2012) Likvidnist' bankiv v suchasnykh umovakh: makroekonomichnyy ohlyad [Liquidity of banks in modern conditions: macroeconomic review] Youth Scientific Bulletin of the UABS, no. 1. pp. 96-109.

10. Risberg B. (2000) Sovremennyy ekonomicheskyy slovar / [Modern Economics Dictionary] Moscow: INFRA-M. (in Russian).

11. Sinky J., Jr. (1994) Upravleniye finansami v kommercheskikh bankakh [Financial management in commercial banks] Moscow: Gatallaxy. (in Russian).

12. Financial Statements (2013-2017). Public Joint Stock Company "UkrSibbank". Available at: <https://my.ukrsibbank.com/ua/about-bank/financial-reports/>.

Pavlenko O.P.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance and Banking
Dnipro State Agrarian and Economic University

Chornoshkur Y.

Student

Dnipro State Agrarian and Economic University

MANAGEMENT OF ECONOMIC CATEGORY "LIQUIDITY" AND INSTRUMENTS OF ITS INFLUENCE ON THE FINANCIAL SOLVENCY OF COMMERCIAL BANKS

The banking system of Ukraine's economy in recent years is in the transformation period and is characterized by systemic problems, so improving liquidity is a priority of commercial banks. Enhancing the role of the NBU requirements requires compliance with standard values determining factors in liquidity management assets and liabilities. One of the problems with the work of these banking institutions is the imbalance between the dates and amounts of attracted and allocated resources, which can lead to significant financial losses, due to the low liquidity of the assets of such banks. Thus, liquidity regulation is the basis for the successful and profitable operation of any banking institution.

The purpose of the article is to systematize the existing concepts of "liquidity" and to find the tools for managing the economic category "liquidity" and determine the factors affecting the solvency of commercial banks.

The article deals with the conceptual apparatus of the economic category "liquidity of the bank" and identifies groups of assets that are liquid. Also analysed are liquidity ratios and indicators are taken into account in calculating the current liquidity standard. The author separates the factors and tools of influence on the management of liquidity of commercial banks. Defined requirements of the NBU to the recognition of commercial banks solvent.

The article presents the main approaches to effective management of liquidity of commercial banks in the conditions of stabilization of the banking system of Ukraine. Models of complex management of assets and liabilities of the bank are considered, the necessity of observance of economic norms of liquidity by commercial banks is considered. The author identifies the most important methods for managing the liquidity of commercial banks. The structure of the loan portfolio, the dynamics of capital assets and an example of a commercial bank, and also the relationship of liquidity standards that affect the ability of commercial banks.

The conducted research has shown the necessity the factors and instruments of influence on the management of liquidity of the commercial bank, which directly take into account the requirements of the National Bank of Ukraine to maintain the solvency of banks. Thus, ensuring the stable operation of the banking sector requires timely determination of the level of liquidity of commercial banks, as well as identifying factors, indicators, and instruments that affect their solvency.

БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

BANKING INNOVATIONS AS A NECESSARY CONDITION FOR IMPROVEMENT OF THE BANK'S COMPETITIVENESS ON THE FINANCIAL MARKET

УДК 336.71

Рябокін М.В.

к.е.н., доцент кафедри
фінансових ринків
Національний університет
Державної фіскальної служби України
Татьяніна С.М.

старший викладач
кафедри банківської справи
та фінансового моніторингу
Національний університет
Державної фіскальної служби України

У статті розглянуто банківські інновації як необхідну умову підвищення конкурентоспроможності банку на фінансовому ринку. Досліджено сутність, принципи та хронологію реалізації банківських інновацій. Визначено сучасні тренди банківських інновацій в Україні та світі.

Ключові слова: банки, банківські установи, інновації, фінансовий ринок, інтернет-банкінг.

В статье рассмотрены банковские инновации как необходимое условие повышения конкурентоспособности банка на финансовом рынке. Исследованы сущность, принципы и хронология реализации

банковских инноваций. Определены современные тренды банковских инноваций в Украине и мире.

Ключевые слова: банки, банковские учреждения, инновации, финансовый рынок, интернет-банкинг.

The article deals with banking innovations as a necessary condition for increasing the bank's competitiveness in the financial market. The essence, principles and chronology of implementation of banking innovations are investigated. The modern trends of banking innovations in Ukraine and in the world are determined.

Key words: banks, banking institutions, innovations, financial market, Internet banking.

Постановка проблеми. В умовах динамічного розвитку фінансового ринку та економіки фінансові установи змушені застосовувати різноманітні інновації для підвищення конкурентоспроможності на фінансовому ринку, диверсифікації джерел фінансування та мінімізації ризиків.

Сучасний стан функціонування банківської системи України насичений різноманітними фінансовими послугами і продуктами, тому, звичайно, присутня посиленна конкуренція між фінансово-кредитними установами. За таких умов суттєву перевагу мають ті установи, які можуть модернізувати продуктовий ряд, розробляти альтернативні канали обслуговування клієнтів, розробляти і впроваджувати нові технології, тобто здійснювати інноваційний процес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження розвитку інновацій у банківській сфері присвячені роботи таких науковців, як С. Єгоричева, І. Балобанов, Я. Кривич, В. Ткачук, В. Викулов, О. Меренкова, О. Глущенко, В. Рошило, М. Шуба.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення наявних підходів до трактування сутності «банківська інновація», ідентифікація видів та визначення сучасних трендів банківських інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішна банківська діяльність вимагає постійних змін і нововведень. По-перше, банки постійно взаємодіють з клієнтами і повинні зберігати та примножувати капітал своїх клієнтів, пропонувати їм нові способи розширення їх господарської діяльності та підвищення прибутковості. По-друге, існує велика конкуренція між банківськими інститутами, що змушує банківські організації постійно змінювати та модернізувати свою

політику, адаптуватися до економічних умов, які швидко змінюються. Запровадження інновацій – необхідна умова стійкості та конкурентоспроможності вітчизняних банків [17, с. 2].

Можна виокремити низку причин, що зумовлюють необхідність впровадження інновацій у банківську діяльність:

1) забезпечення прибуткової діяльності банку в довгостроковій перспективі;

2) підвищення операційної ефективності, що в сучасних умовах потребує впровадження процесних інновацій, що допомагає знизити витрати на виконання певних операцій з одночасним поліпшенням якості обслуговування;

3) можливість банківської установи генерувати нові потоки доходів унаслідок упровадження інноваційних продуктів, високої якості обслуговування клієнтів, що забезпечується реалізацією інноваційних рішень, що якісно виділяє банк серед конкурентів;

4) дотримання вимог державного регулювання банківської діяльності, що спрямоване на забезпечення стабільного і надійного функціонування банківської системи шляхом контролю ризиків, що беруть на себе комерційні банки як фінансово-кредитні посередники;

5) бажання фінансово-кредитних установ створювати та підтримувати імідж сучасного динамічного інституту, який чутливий до змін потреб клієнтів, зацікавлений у розв'язанні їх фінансових проблем, забезпечує доступне й комфортне обслуговування;

6) істотні зрушення у структурі та характері потреб споживачів фінансових послуг, які відбуваються в останні десятиліття [8, с. 29].

Варто відзначити, що запровадження інновацій у банківській сфері відбувається під впливом

світових тенденцій, таких як глобалізація, зокрема фінансова. Остання визначається як вільний рух капіталів між країнами та регіонами, функціонування глобального фінансового ринку, формування системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів, реалізація глобальних фінансових стратегій транснаціональних корпорацій і транснаціональних банків [7].

Як і кожне об'єктивне явище, глобалізація фінансових ринків позитивно впливає на впровадження банками інновацій, що виявляється у:

- відсутності просторових меж;
- можливості проведення операцій на фінансових ринках цілодобово завдяки об'єднанню біржових і позабіржових торговельних систем в одну глобальну комунікаційну мережу;
- багатофункціональності фінансового ринку як можливості реалізації операцій з різними видами активів (валюта, капітал, цінні папери) [6, с. 12].

Насамперед необхідно визначити, що ж таке банківська інновація, а також що відносять до банківських інновацій.

Щодо поняття «банківська інновація», то слід зазначити, що немає його чіткого єдиного визначення в сучасній літературі, тому доцільно розглянути найбільш відомі підходи (табл. 1).

Узагальнюючи наведені визначення, можемо зробити висновок, що банківські інновації є результатом діяльності банку, що спрямована на створення нових технологій та продуктів, а також інноваційних методів управління банком з метою отримання додаткового прибутку та підвищення конкурентних переваг на фінансовому ринку. Отже, поняття банківської інновації може бути використано стосовно будь-яких нововведень в усіх сферах функціонування банку, що дає змогу досягти визначеного позитивного економічного або стратегічного ефекту (частка ринку, приріст клієнтської бази, збільшення скорочення витрат на проведення певного виду операцій тощо).

При цьому як новий продукт чи послуга банківська інновація виявляє себе тільки в процесі своєї реалізації на фінансовому ринку або всередині банку, а попит на інноваційний банківський продукт чи послугу визначає його ступінь новизни [6].

Будь-яку інновацію, зокрема банківську, можна розглядати з двох боків, а саме як процес і як результат. Інновація як процес є якісною зміною і введенням нових банківських продуктів і послуг. Інновація як результат – це інноваційний продукт або послуга, спосіб їх виробництва та функціонування.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «банківська інновація»

Автор	Трактування поняття «банківська інновація»
І. Балабанов, О. Гончарук, В. Боровков [3]	Це реалізований у формі нового банківського продукту чи послуги кінцевий результат інноваційної діяльності банку.
О. Лаврушин [4]	Синтетичне поняття про діяльність банку, яка спрямована на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування та розміщення ресурсного потенціалу за допомогою втілення нововведень, які сприяють клієнтам в отриманні прибутків.
С. Яковенко, А. Тимченко [22]	Методи інституційної організації банківських процесів і моделей їх поведінки в сучасному фінансовому світі, що знаходять своє вираження в появі нових банківських технологій, послуг, продуктів, націлених на зростання ефективності діяльності комерційного банку та її соціальної складової.
В. Ткачук [20, с. 46]	Кінцевий результат процесу модернізації всіх сторін діяльності банку, що полягає в удосконаленні банківських послуг, бізнес-процесів, сервісу, організації, управління та маркетингу з метою досягнення конкурентних переваг на ринку.
С. Єгоричева [9]	У вузькому значенні банківська інновація – це впровадження нових або суттєво вдосконалених банківських продуктів і послуг, які відповідають наявним або потенційним фінансовим потребам клієнтів, власним інтересам банку та вимогам банківського законодавства, надають зацікавленим сторонам додаткові вигоди та є результатами банківського інжинірингу. У широкому розумінні банківська інновація – це процес створення додаткової цінності для клієнтів, працівників та власників банку шляхом внесення якісних змін в усі сфери його діяльності, а саме продукти, послуги, процеси, бізнес-моделі та стратегії, що стали результатом практичної реалізації нових ідей, знань та стороннього досвіду.
Я. Кривич [12, с. 108–109]	Кінцевий результат інноваційної діяльності банку, що отримав реалізацію у вигляді нового або вдосконаленого банківського продукту чи послуги, які впроваджені в практичну діяльність.
В. Викулов [5, с. 76]	Створення банківського продукту, що володіє більш привабливими споживчими властивостями порівняно із запропонованим раніше, або якісно нового продукту, здатного задовольнити не охоплені раніше потреби його потенційного покупця, чи використання більш досконалої технології створення того ж банківського продукту.
О. Меренкова [13, с. 187]	Нововведення у банківській діяльності, які характеризуються вищим технологічним рівнем та новими споживчими якостями.

Основними напрямками інновацій у банківській сфері є такі [1, с. 24–25].

1) проривні інновації – поліпшення наявних банківських послуг і продуктів, розробка нових видів продуктів, послуг, процесів або технологій;

2) стратегічні інновації – розробка і впровадження інноваційних маркетингових стратегій;

3) технологічні інновації – інновації, пов'язані зі зміною внутрішньобанківських процесів, наданням послуг клієнтам;

4) структурні інновації – перетворення структури банку або зміна окремих його елементів для підвищення ефективності функціонування.

Головними зовнішніми факторами, які визначають напрями інновацій у банках, є глобалізація фінансових ринків, що обумовлює перехід до більш однорідного фінансового ринку; лібералізація національних фінансових ринків, яка викликає появу нових конкурентів, які не є банками; інформаційно-комунікаційна глобалізація.

Під впливом цих факторів у банківській системі зарубіжних країн відбуваються такі інновації, як створення нових банківських продуктів на базі розвитку інформаційних технологій; активний розвиток віртуальних банківських послуг (електронні підписи і рахунки, банки й біржі); використання інформаційних технологій для нової маркетингової діяльності; нові способи внутрішнього контролю та аудиту; створення нових і поліпшених функціональних автоматів для самообслуговування [14, с. 12].

Існують різні класифікації банківських інновацій. Нами здійснено дослідження підходів різних науковців до такої класифікації, а також систематизовано узагальнене бачення видів банківських інновацій (табл. 2).

Сьогодні банківська інновація в Україні виражається найчастіше в появі нових банківських продуктів. Банківський продукт – це набір модифікованих банківських і фінансових операцій для вирішення будь-якої потреби клієнта, який можна позиціонувати як нову банківську послугу або поєднання традиційних послуг банку, вибудоване в технологічний ланцюг, що дає змогу вирішувати конкретну проблему клієнта і задовольняти його попит комплексного обслуговування [11, с. 113].

Новий банківський продукт буває одиничним і масовим. Одиничний банківський продукт – це індивідуальний продукт, що має характерні, тільки йому притаманні особливості, які виділяють його серед інших банківських продуктів, він також має чітко визначене коло своїх покупців. Масовий банківський продукт – це продукт без різко вираженої індивідуальності, у якого немає особливих характерних рис, тому він розрізняється тільки за видами продукту або фінансового активу і випускається в розрахунку на широке коло споживачів та інвесторів.

Окрім того, новий банківський продукт може бути лімітованим і нелімітованим.

Лімітований банківський продукт – це продукт, обсяг або кількість випуску якого суворо квотується. Цей обсяг установлюється під час випуску продукту, який визначається багатьма факторами, зокрема розміром статутного капіталу акціонерного банку, попитом покупців.

Нелімітований банківський продукт є продуктом, обсяг (кількість) випуску якого не обмежено квотами, нормами чи умовами, він розробляється в розрахунку на можливого потенційного покупця [2, с. 137].

Інноваційна діяльність у банківській сфері повинна бути заснована на певних принципах:

- принцип перспективності, що пов'язаний з відповідністю інноваційної діяльності стратегічним завданням банку;

- принцип орієнтованості банківських інновацій на клієнтів, що пов'язаний з їх основними потребами;

- принцип випередження, тобто банківські інновації повинні бути новаторськими і прогнозованими;

- принцип забезпеченості ресурсами, тобто інноваційна діяльність вимагає наявності певних фінансових, технічних і кадрових ресурсів;

- принцип ефективності, тобто нововведення повинні приводити до збільшення прибутку та підвищення конкурентоспроможності банку;

- принцип обмеженості за часом, тобто обмеження термінів реалізації інноваційного процесу [10, с. 45].

Простежити точну хронологію появи всіх банківських інновацій у світі досить складно. В табл. 3 наведено хронологію розвитку найсуттєвіших банківських інновацій, яка запропонована в дисертаційній роботі Я. Кривич. Проте, на нашу думку, необхідно доповнити цю хронологію такою позицією, як проведення першої угоди сек'юритизації активів (1970 рік).

В 70–80-х роках ХХ ст. через різке збільшення темпів інфляції та волатильності валютних курсів і процентних ставок стали з'являтися фінансові інновації. В таких умовах у банківських установах суттєво зросла потреба в ефективних інструментах і технологіях, що дають змогу хеджувати, змінювати та переміщати ринкові ризики, що, безсумнівно, відбилося на бурхливому зростанні нових фінансових інструментів і технологій, використання яких породжувало нові фінансові відносини, здатні вирішувати зазначені проблеми.

Іншим фактором, який спричинив появу інновацій, стала зміна вимог державного регулювання, а саме посилення з боку державних наглядових органів вимог до достатності капіталу кредитних організацій і до якості активів. Тому банківські установи спрямували свою діяльність у ті сфери,

Види банківських інновацій

Ознака	Вид	Пояснення/приклад
За ступенем реалізації інноваційного потенціалу	Інновації ефективності	«Електронна черга», «Кредитна фабрика» (відбуваються оптимізація та автоматизація наявних послуг і процесів).
	Технологічні інновації	Мобільний онлайн-банк, інтернет-банкінг (створюються нові продукти і послуги).
За причинами виникнення	Спонтанні	Депозитні програми.
	Стратегічні	Вступ банків до Master Card.
	На перспективу	Privat Assistance (інформаційна підтримка, технічна допомога, консультаційна).
	Оперативні	Програми кредитування.
За типом новизни	Перший рівень інновацій	Абсолютно нові банківські продукти та послуги, які не мають аналогів на світовому або національному банківському ринку.
	Другий рівень інновацій	Нові банківські продукти та послуги, що з'явилися на національному ринку, які вже мають аналог на ринку інших країн.
	Третій рівень інновацій	Нові банківські продукти та послуги в рамках окремого банку.
За характером потреб	Інновації попиту	Відповідь на запити клієнтів.
	Інновації пропозиції	Виникають з ініціативи банків.
За місцем їх застосування	Інновації для back-office	Підрозділ, який забезпечує роботою відділення, керуючі активами і пасивами компанії.
	Інновації для middle-office	Відповідають за взаємодію back-office і front-office.
	Інновації для front-office	Підрозділи в організації, що відповідають за роботу з клієнтами.
За функціональним змістом	Для менеджменту	Інтерактивні відеосистеми.
	Виробничі	Віртуальні цілодобові банки (Chase Manhattan Bank).
	Структурні	Заміна структури банку.
	Інтелектуальні	Використання мережевого маркетингу.
	Фінансові	Операції СВОП.
За змістом	Продуктові	Запровадження нового продукту.
	Процесні	Удосконалення технологій.
За якісними характеристиками	Радикальні	Створення пластикових карток.
	Модифіковані	Удосконалення програм кредитування.
	Комбіновані	Термінал.
Залежно від темпів упровадження	Швидкі	Internet-banking.
	Уповільнені	Автоматизація послуг.
	Стрибкоподібні	Депозитні програми.
	Рівномірні	Пластикові картки.
За рівнем затрат	Низькозатратні	Нові послуги.
	Високозатратні	Нові технології.
Залежно від об'єкта	Внутрішньобанківські	Власні банківські продукти.
	Позабанківські	Банкомат, пластикові картки.

Джерело: систематизовано, доповнено авторами за матеріалами джерел [15, с. 65; 18, с. 17–18]

які не мали вимог щодо достатності капіталу та якості активів. Це вплинуло на появу таких інноваційних форм фінансування, як сек'юритизація іпотечних активів. ТанDEM цих нових факторів сприяв вибуховому зростанню попиту на інноваційні форми фінансування, здатні забезпечити покращення системних ефектів, а також зменшити та диверсифікувати системні ризики, підвищити ліквідність з метою збільшення вільних ресурсів кредитних організацій, відповідно, зміцнення їх фінансового стану.

Використовуючи механізм сек'юритизації іпотечних активів, банківські установи трансформують низьколіквідні активи, які генерують стабільні надходження (іпотечні кредити), у високоліквідні

цінні папери, а також реалізують їх на ринку. Це дає можливість банківським установам не тільки покращити структуру активів, але й отримати додаткове джерело фінансування та повністю або частково передати інвесторам ризики за сек'юритизованими активами.

Нині в Україні сек'юритизація іпотечних активів має більше ризиків, ніж сильних сторін. Але це зовсім не нівелює її фінансового потенціалу для використання вітчизняними банками. Для зменшення рівня ризику за сек'юритизації іпотечних активів важливо ретельно аналізувати фінансовий стан банку, формувати пул активів і лише потім приймати рішення про доцільність чи недоцільність її здійснення [19].

Таблиця 3

Хронологія розвитку найсуттєвіших банківських інновацій

Рік	Сутність інновацій
1661	Створений перший державний центральний банк у світі, а саме Банк Швеції.
1824	У США вперше у світі створена система банківського клірингу, тобто система безготівкових розрахунків за товари, коштовні папери і надані послуги, заснована на обліку взаємних фінансових вимог і зобов'язань.
1937	Створено перше кредитне бюро.
1939	Винайдено прототип першого банкомату.
1949	Випущено прототип сучасної кредитної картки.
1950	Банки створюють мережу передачі фінансової інформації за допомогою телексового зв'язку.
1961	Введено оборотні депозитні сертифікати.
1970	Проведено першу угоду сек'юритизації іпотечних активів.
1972	Створена централізована електронна мережа обліку банківських чеків.
1973	Створена система SWIFT.
1974	Винайдено смарт-карту.
1984	Французькі банкіри починають спілкуватися з клієнтами по електронній пошті.
1993	Запроваджено цифрові гроші (Digi Cash).
1996	Міжнародна платіжна система Visa International.
1997	У США відкрито перший у світі віртуальний банк.
2000	Асоціація, що складається з 12 найбільших виробників мікропроцесорних карт, оголосила про створення першого у світі універсального електронного гаманця.
2008	Термінали швидких розрахунків iBox.

Джерело: доповнено авторами за матеріалами джерела [12]

Найближчим часом можна прогнозувати стрімке розширення можливостей дистанційного банкінгу (альтернативних каналів продажів), а також розширення функціоналу платіжної картки, яка незабаром зможе стати універсальним високотехнологічним фінансовим продуктом, зібравши та синхронізувавши на своїй платформі ключі доступу до бонусів, партнерських програм, програм лояльності, кредитів, обмінно-валютних операцій, грошових переказів тощо [21].

У журналі "Global Finance" опубліковано топ-банків світу інноваційного спрямування за 2016 рік (табл. 4). Українських банків у цьому рейтингу поки немає.

Слід зауважити, що банки України почали активно впроваджувати можливості інтернет-банкінгу у свою практику надання банківських послуг нещодавно. Лише наприкінці 2011 року про запуск Erste Web оголошено «Ерсте Банком», у січні 2012 року впроваджено систему «Райффайзен Онлайн» «Райффайзен Банку Аваль», у березні «ВТБ Банк» презентував систему "VTB-online", у серпні відкрито систему інтернет-банкінгу "Platinum Click" «Платинум Банку». Потім поступово до цього процесу приєдналися інші банки України. Згідно з даними аналітичних досліджень умови обслуговування фізичних осіб у системі інтернет-банкінгу мають 50 провідних банків України, що проводить двічі на рік інформаційний портал «Просто банкір» [18, с. 18].

Станом на 1 січня 2017 року 13 банків в Україні пропонували клієнтам різноманітні мобільні

додатки. Проте безсумнівним лідером у застосуванні інноваційних продуктів є «Приватбанк», який пропонує сьогодні своїм клієнтам не один, а 19 мобільних додатків, пристосовувавши їх до певного типу користувачів та розподіливши за типами банківських та побутових операцій.

Отже, як бачимо, «Приватбанк» сьогодні є лідером у застосуванні продуктивних інформаційних інновацій. На думку В. Рошило [18, с. 19], з якою ми повністю погоджуємося, вітчизняним банкам необхідно використовувати його досвід в інноваційній діяльності. Це дасть змогу підвищити конкурентоспроможність банків на фінансовому ринку, будувати ефективнішу та більш дієву систему комунікацій з клієнтами, а також підняти всю вітчизняну банківську систему на більш якісний рівень.

Висновки з проведеного дослідження. Нині в нашій країні, на жаль, не реалізується в повному обсязі інноваційний потенціал банків, хоча його рівень є досить високим. На фінансовому ринку фінансові інновації відіграють важливу роль та забезпечують ефективність, конкурентоздатність, фінансову стабільність банківських установ.

Безсумнівною є необхідність постійного запровадження інновацій у діяльність банків, що дасть змогу диверсифікувати перелік банківських продуктів, розширити клієнтську базу, підвищити рівень прибутковості, оптимізувати управлінську діяльність тощо. Нині найперспективнішими та найактуальнішими напрямками реалізації інноваційної діяльності банків є інтернет-банкінг та мобільний банкінг.

Топ-банків світу з банківських інновацій у 2016 році

№	Номінація	Назва банку	Країна
Кращі банки світу за категоріями			
1	Кращий приватний банк	UBS	Швейцарія
2	Кращий butik-private банк	Banque SYZ	
3	Кращий банк з управління міжпоколінного приватного капіталу	Pictet	
4	Найбільш інноваційний банк	Citi Private Bank	Австралія
5	Кращий банк для інвестування	UOB	Сінгапур
6	Кращий банк для нових клієнтських сегментів	BNY Mellon	Північна Америка
7	Кращий банк на ринках, що розвивається	Ita Unibanco	Латинська Америка
8	Кращий банк для підприємців	Northern Trust	США (Чикаго)
9	Кращий банк для топ-керівників	Morgan Stanley	США (Нью Йорк)
10	Кращий приватний банк для мілленіалів та для капіталу від \$1 млн. до \$25 млн.	DBS Bank	Сінгапур, Індія, Індонезія, Китай, Тайвань
11	Кращий банк для капіталу менше \$1 млн.	Santander	Німеччина, Італія, Великобританія, Польща, США
12	Кращий банк для капіталу більше \$25 млн.	J.P. Morgan	США, Аргентина, Чилі, Тайланд, Мексика, Туреччина
13	Кращий банк цифрових клієнтських рішень	KEB Hana Bank	Панама
Кращі цифрові банки			
1	Кращі послуги з управління інвестиціями	Odeabank	Туреччина
2	Кращі послуги з управління грошовими коштами через Інтернет	Citi	Австралія
	Кращий інтегрований корпоративний та роздрібний сайт банку		
	Кращі ініціативи з інформаційної безпеки		
	Кращі казначейські онлайн-послуги		
	Кращий мобільний банкінг		
	Кращий мобільний додаток		
3	Кращі послуги з торгового фінансування	Nordea	Фінляндія, Данія, Люксембург, Норвегія, Росія, Швеція
4	Кращий дизайн веб-сайту	UBS	Швейцарія
5	Кращий у соціальних медіа	Wells Fargo	США, Ірландія
6	Кращі онлайн-депозити, кредитні та інвестиційні продукти	Mashreq Bank	Дубай
7	Кращий дизайн веб-сайту	Garanti Bank	Нідерланди, Росія
8	Кращі ініціативи з інформаційної безпеки, мобільного банкінгу, мобільного додатку	Standard Chartered	США, Бангладеш, Ангола, Східна Африка, Швейцарія, Великобританія, Бразилія, Індія
9	Кращий sms/текстовий банкінг	DBS	Сінгапур, Індія, Індонезія, Китай, Тайвань

Джерело: [16, с. 775]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балакина Р. Влияние инноваций на развитие банковского бизнеса. Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2011. С. 24–25.
2. Банки і банківська справа: підручник для бакалаврів / за ред. В. Боровкової; 3-тє вид., перероб. та доп. Москва: Юрайт, 2016. 623 с.
3. Балабанова І., Гончарук О., Боровкова В. та ін. Банки та банківська справа. Санкт-Петербург: Пітер, 2003. 301с.
4. Банковский менеджмент / под ред. О. Лаврушина; 3-е изд., перераб. и доп. Москва: КноРус, 2009. 560 с.
5. Викулов В. Типология банковских инноваций. Финансовый менеджмент. 2004. № 6. С. 75–82.
6. Глущенко О., Ткаченко М. Сучасні тенденції розвитку банківських інновацій. Фін.-кредит. діяльн.: пробл. теорії та практики. 2012. Вип. 1. Т. 2. С. 5–14.
7. Дибя М., Осадчий Є. Вплив глобалізації на банківську систему України. Вісник Національного банку України. 2011. № 11. С. 19–23.
8. Єгоричева С. Теоретичні аспекти банків. Фінанси України. 2010. № 8. С. 35–38.
9. Єгоричева С. Банківські інновації: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 208 с.
10. Зварыкина Е., Полищук А. Коммерческие банки: новые услуги и инновационные технологии коммуникации. Бизнес и банки. 2010. № 21. С. 45.
11. Золотарьова О., Чекал А. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх упровадження в Укра-

їні. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. Вип. 16. Ч. 1. С. 112–115.

12. Кривич Я. Поняття банківських інновацій та їх класифікація. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. Вип. 22. Суми: ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ», 2007. С. 104–111.

13. Меренкова О. Інноваційні технології банківської діяльності як елемент сучасного економічного мислення. Сучасна картина світу. Природа, суспільство, людина: збірник наукових праць. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. С. 186–194.

14. Муравьева А. Банковские инновации: мировой опыт и российская практика: дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2005. С. 12.

15. Обложин С. К вопросу о классификации банковских инноваций. Транспортное дело России. 2013. С. 65.

16. Піддубна В. Маркетингові банківські інновації: організаційний та фінансовий аспекти. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 16. С. 773–777.

17. Просалова В., Никитина А. Понятие банковских инноваций и их классификация. Науковедение. 2013. С. 169.

18. Рошило В. Інновації в банківській сфері України. Економічні науки. 2016. № 2 (142). С. 15–20.

19. Рябокин М. Секьюритизация финансовых активов как инновационная форма финансирования в Украине: дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси та кредит». Ірпінь, 2016. 269 с.

20. Ткачук В. Інноваційна політика банків на ринку банківських послуг. Економічний аналіз: зб. наук. праць / редкол.: С. Шкарабан (голов. ред.) та ін. Т. 14. № 2. Тернопіль: видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. С. 43–51.

21. Шуба М., Рудник А. Світові тренди банківських інновацій. URL: www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2015/34.pdf.

22. Яковенко С., Тимченко А. Фінансові інновації в діяльності комерційних банків: теоретико-економічні аспекти. Сучасні проблеми науки та освіти. 2013. № 2. URL: <http://www.scienceeducation.ru/pdf/2013/2/53.pdf>.

REFERENCES:

1. Balakina R. (2011) Vliyanie innovatsiy na razvitie bankovskogo biznesa [Influence of innovations on the development of banking business]. Bulletin of Omsk University. Series "Economy", pp. 24–25.

2. Borovkovo V. (2016) Banky i bankivska sprava: [Banks and banking]. Moscow: Yurait, 623 p. (in Ukrainian).

3. Balabanova I., Honcharuk O., Borovkova V. [ta in.]. (2003). Banky ta bankivska sprava [Banks and banking]. St. Petersburg: Pyter, 301 p. (in Ukrainian).

4. Lavrushina O. (2009) Bankovskiy menedzhment [Banking management]. Moscow: KnoRus. 560 p. (in Russian).

5. Vikulov V. (2004) Tipologiya bankovskikh innovatsiy [The type of banking innovation]. Financial management, no. 6, pp. 75–82.

6. Hlushchenko O., Tkachenko M. (2012) Suchasni tendentsii rozvytku bankivskykh innovatsii [Modern tendencies of development of bank innovations]. Financial and credit activity: problems of theory and practice, vol. 1, t. 2, pp. 5–14.

7. Dyba M., Osadchyi Ye. (2011) Vplyv hlobalizatsii na bankivsku systemu Ukrainy [Impact of globalization on the banking system of Ukraine]. Bulletin of the National Bank of Ukraine, no. 11, pp. 19–23.

8. Yehorycheva S. (2010) Teoretychni aspekty bankiv [Theoretical aspects of banks]. Finance of Ukraine, no. 8, pp. 35–38.

9. Yehorycheva S. (2010) Bankivski innovatsii: [navch. posib.] [Banking innovations: [tutor. manual] Kyiv: Center for Educational Literature, 208 p. (in Ukrainian).

10. Zvarykina E., Polishchuk A. (2010) Kommercheskie banki: novye uslugi i innovatsionnye tekhnologii kommunikatsii [Commercial banks: new services and innovative communication technologies]. Business and banks, no. 21, p. 45.

11. Zolotarova O., Chekal A. (2016) Innovatsiini bankivski produkty ta spetsyfika yikh uprovozhdzhennia v Ukraini [Innovative banking products and the specifics of their implementation in Ukraine]. Scientific Herald of Kherson State University, vol. 16., p. 1, pp. 112–115.

12. Kryvykh Ya. (2007) Poniattia bankivskykh innovatsii ta yikh klasyfikatsiia [Concept of banking innovations and their classification]. Problems and prospects of development of the banking system of Ukraine: Sb. sciences works / DNE "Ukrainian Academy of Banking of the NBU" (Ukraine, Sumy, 2007), Sumy, vol. 22, pp. 104–111.

13. Merenkova O. (2008) Innovatsiyni tekhnologii bankivskoi diyal'nosti yak element suchasnogo ekonomichnogo mislennya [Innovative technologies of banking as an element of modern economic thinking]. Contemporary picture of the world: Nature, society, man: a collection of scientific works. (Ukraine, Sumy, DBS "UBS NBU", 2008), Sumy, pp. 186–194.

14. Murav'eva A. (2005) Bankovskie innovatsii: mirovoy opyt i rossiyskaya praktika [Banking innovations: world experience and Russian practice]. (PhD Thesis), Moscow, p. 12.

15. Oblozhin S. (2013) K voprosu o klassifikatsii bankovskikh innovatsiy [On the classification of banking innovations]. Transport business in Russia: an electronic journal, p. 65.

16. Piddubna V. (2017) Marketynhovi bankivski innovatsii: orhanizatsiyni ta finansovi aspekty [Marketing Banking Innovations: Organizational and Financial Aspects]. Global and national problems of the economy, vol. 16, pp. 773–777.

17. Prosalova V., Nikitina A. (2013) Ponyatie bankovskikh innovatsiy i ikh klassifikatsiya [The concept of banking innovations and their classification]. Science: electronic journal, p. 169.

18. Roshlyo V. (2016) Innovatsii v bankivskii sferi Ukrainy [Innovations in the banking sector of Ukraine]. Economic sciences. – EAST, no. 2 (142), pp. 15–20.

19. Riabokin M. (2016) Sekiurytyzatsiia finansovykh aktyviv yak innovatsiina forma finansuvannia v Ukraini [Securitization of Financial Assets as an Innovative Financing Form in Ukraine], Irpin, 269 p.

20. Tkachuk V. (2013) Innovatsiina polityka bankiv na rynku bankivskykh posluh [Innovative policy of banks in the market of banking services]. Economic analysis: Sb. sciences works / Ternopil National Economic University; Editorial (S.I. Shkarban (head ed.) and others), Ternopil: Publishing and Printing Center of Ternopil National Economic University "Economic Thought", no. 2, pp. 43–51.

21. Shuba M., Rudnyk A. (2015) Svitovi trendy bankivskykh innovatsii [World trends of banking

innovations], [Electronic resource], Available at: www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2015/34.pdf.

22. Yakovenko S., Tymchenko A. Finansovi innovatsii v diialnosti komertsiiynykh bankiv: teoretyko-ekonomichni aspekty [Financial innovations in the activities of commercial banks: theoretical and economic aspects]. Suchasni problemy nauky ta osvity [Modern problems of science and education], (electronic journal), no. 2, Available at: <http://www.scienceeducation.ru/pdf/2013/2/53.pdf>.

Ryabokin' M.V.

Candidate of Economic Sciences,

Senior Lecturer at Department of Financial Markets

National University of the State Fiscal Service of Ukraine

Tatyanina S.M.

Senior Instructor at Department of Banking

and Financial Monitoring,

National University of the State Fiscal Service of Ukraine

BANKING INNOVATIONS AS A NECESSARY CONDITION FOR IMPROVEMENT OF THE BANK'S COMPETITIVENESS ON THE FINANCIAL MARKET

In modern conditions, banking institutions are forced to implement a variety of innovations to enhance competitiveness in the financial market, diversify funding sources, and minimize risks. In the banking sector, there is a growing competition between financial and credit institutions due to the high diversity of financial services and products. In such conditions, those banks that are constantly upgrading the product line, developing alternative channels of customer service have a significant advantage.

The purpose of the study is to generalize existing approaches to the interpretation of the essence of "banking innovation", to identify species, and to determine modern trends in banking innovation.

Banks implement innovations in order to provide profitable activities in the long run; increasing operational efficiency, which helps to reduce costs for certain operations and improve the quality of service; the ability to generate new revenue streams; compliance with state regulatory requirements; creation and support of the image of a modern dynamic institute.

Banking innovations are the result of the bank's activities aimed at creating new technologies and products, as well as innovative methods of managing the bank in order to generate additional profits and increase competitive advantages in the financial market.

There are different classifications of banking innovations. The approaches of different scholars to this classification are analyzed, the generalized vision of types of banking innovations is systematized.

Innovative activities in the banking sector should be based on the following principles: the principle of perspective, the orientation of banking innovations to customers, availability of resources, advancement, efficiency, time constraints.

The chronology of the emergence of innovations in the banking sector shows their rapid introduction in the second half of the XX – beginning of the XXI century. This happened in parallel with the development of technical capabilities of banking institutions and was conditioned by the need to hedge, modify, and relocate market risks, and to adhere to rapidly changing conditions of state regulation of banking activities.

Unfortunately, today in our country, the full potential of banks' innovative potential is not realized, although its level is quite high. In the financial market, financial innovation plays an important role and ensures the efficiency, competitiveness, and financial stability of banking institutions.

Undoubtedly, there is a need for the continuous introduction of innovations in the activities of banks, which will diversify the list of banking products, expand the customer base, increase profitability, optimize management activities, etc. At present, Internet banking and mobile banking are the most promising and most urgent areas for implementing innovative banking activities.

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

FINANCIAL ASPECTS OF ENTERPRISE FUNCTIONING IN UKRAINE

У статті зазначено, що доступ до фінансових ресурсів, їх вартість суттєво впливають на рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, визначаючи темпи технологічного та технічного розвитку. Автором виокремлено основні фактори, які визначали фінансові аспекти функціонування підприємств в Україні протягом 2013–2018 років. Визначено їх вплив на розвиток підприємств. Результати проведеного дослідження дали змогу визначити, що у сучасних умовах чинники фінансового характеру не є драйверами розвитку підприємств. Окреслено перспективні напрями подальших наукових розвідок з цієї тематики.

Ключові слова: фінанси, підприємство, конкурентоспроможність, податок, кредит, енергія.

В статті указано, что доступ к финансовым ресурсам, их стоимость существенно влияют на уровень конкурентоспособности субъекта хозяйствования, определяя темпы технологического и технического развития. Автором выделены основные факторы, которые определяли финансовые аспекты функционирования предприятий в Украине в течение 2013–2018 годов. Опреде-

лено их влияние на развитие предприятий. Результаты проведенного исследования позволили определить, что в современных условиях факторы финансового характера не являются драйверами развития предприятий. Определены перспективные направления дальнейших научных исследований по этой тематике.

Ключевые слова: финансы, предприятие, конкурентоспособность, налог, кредит, энергия.

The article states that access to financial resources, their cost substantially affects the level of competitiveness of the entity, determining the pace of technological and technical development. The author outlines the main factors that determined the financial aspects of the functioning of enterprises in Ukraine during 2013–2018. Their influence on the development of enterprises is determined. The results of the conducted research have allowed determining that factors of a financial nature are not drivers of enterprise development in modern conditions. Prospective directions of further scientific researches on this subject are outlined.

Key words: finance, enterprise, competitiveness, tax, credit, energy.

УДК 336.64

Слинько М.Ю.

викладач кафедри фінансів
Черкаський державний технологічний
університет

Постановка проблеми. Ефективність функціонування підприємницького сектору України залежить від впливу багатьох факторів макро-, мезо- та мікросередовищ. Дія двох основних (інколи протилежних за векторами впливу) факторів макро- та мікросередовищ є визначальною у сучасних умовах розвитку світової економіки.

З одного боку, тенденції мікросередовища зумовлюють зростання ролі креативності та новаторства, тобто індивідуалізації. З іншого боку, на рівні макросередовища активізуються процеси стандартизації та уніфікації, підвищується значущість фінансових аспектів функціонування підприємницьких структур.

Вищезазначене зумовлене тим, що доступ до фінансових ресурсів, їх вартість суттєво впливають на рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, визначаючи темпи технологічного та технічного розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання, пов'язані з аналізом фінансових аспектів функціонування підприємств, перебувають у центрі уваги багатьох вчених. Так, зокрема, загальні питання фінансування суб'єктів господарювання, зокрема малих підприємств, розглядаються у джерелі [1]. Проблематика кредитування підприємств в умовах економічної кризи розглядається колективом авторів у науковій праці [2]. Окремі питання фінансування інноваційної діяльності підприємств України висвітлені в науковій публікації [3].

Водночас дослідження фінансових аспектів функціонування підприємств України потребує

додаткової уваги. Це зумовлене багатоаспектністю окресленої тематики.

Постановка завдання. Мета статті полягає в дослідженні фінансових аспектів функціонування підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємницький сектор України є невід'ємною та важливою складовою національного господарства. Впродовж останніх років темпи та вектор розвитку підприємств залежали від загальних тенденцій, притаманних вітчизняній економіці.

Так, кількість підприємств протягом 2013–2017 років зменшилась на 14%, зокрема великих – на 48,5%, середніх – на 20,8%, малих – на 13,6%. Частково цю динаміку можна пояснити військовими діями, проте компаративний аналіз із показниками 2015–2016 років вказує на вплив також інших факторів.

Перш за все доцільно акцентувати увагу на зниженні рівня прибутковості підприємств упродовж 2013–2015 років, що частково ілюструє показник фінансового результату до оподаткування (рис. 1).

Також необхідно згадати про активізацію ринку угод злиття та поглинання, який демонструє тенденцію до зростання. Згідно з оцінками "Ukrainian Institute for the Future" протягом 2017 року спостерігалось зростання інвестиційної активності резидентів у понад 1,5 разів, а обсяги ринку угод злиття та поглинання збільшились на 33% [5].

Найбільш привабливими секторами здійснення угод злиття та поглинання стали [5]:

– АПК (12 угод, зокрема по одній угоді з канадським інвестором, нідерландським інвестором);

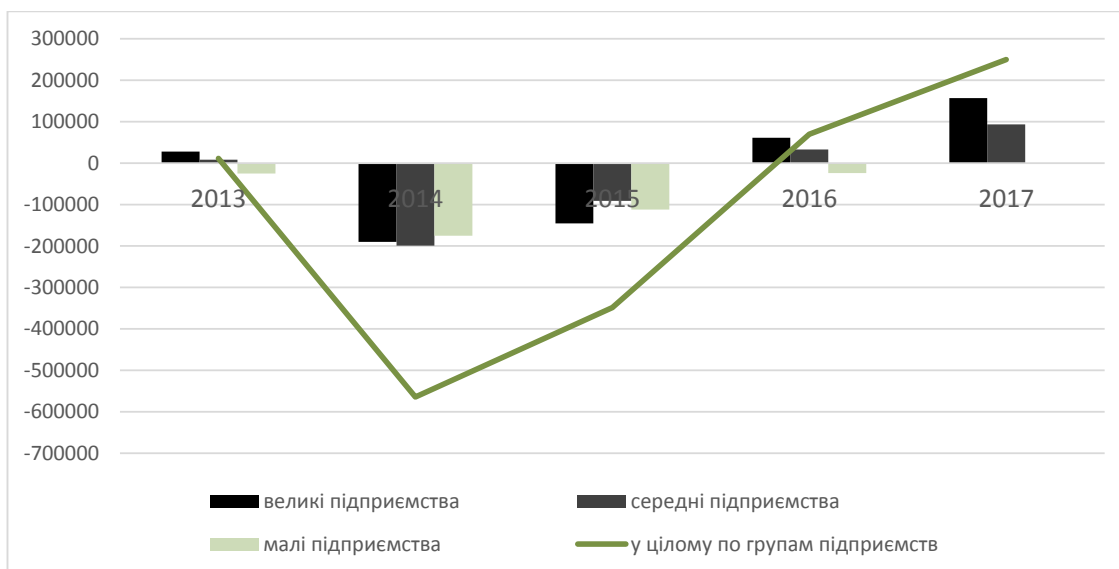


Рис. 1. Фінансовий результат до оподаткування, млн. грн.

Джерело: [4]

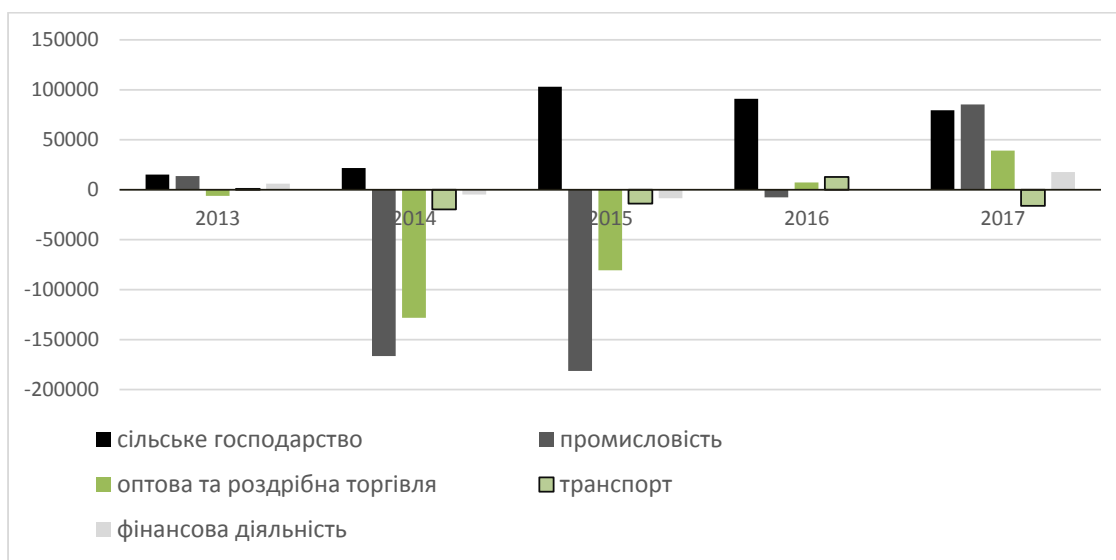


Рис. 2. Фінансові результати функціонування підприємств за окремими видами економічної діяльності, млн. грн.

Джерело: [4]

- банківський сектор (9 угод, аквізиторами є РФ, КНР, Казахстан, Латвія та Кіпр);
- нафта та газ (4 угоди, зокрема одна угода з нідерландським інвестором);
- фінанси (серед 4 угод одна складена з російською компанією-покупцем);
- металургія (3 угоди з національними інвесторами).

Вищенаведена інформація повно корелює з фінансовими результатами підприємств за видами економічної діяльності (рис. 2).

Ми вважаємо, що основними факторами, які визначали фінансові аспекти функціонування під-

приємств, стали податкова політика, доступ до фінансових ресурсів, ціна окремих енергоматеріалів/ресурсів.

Доцільно погодитися з колективом дослідників [7] в тому, що проведені останніми роками реформи податкової сфери не дали бажаного позитивного ефекту, хоча й були спрямовані на підвищення позицій податкової системи України в міжнародних рейтингах.

На нашу думку, вжиті заходи мали різноветторний вплив. З одного боку, покращилися позиції нашої країни в міжнародних рейтингах, зокрема Doing Business. Так, якщо у 2013 році загальний

рівень оподаткування становив 55,4% прибутку, то у 2018 році – 37,8%. Аналогічна ситуація спостерігається з часом, необхідним на сплату податків: 491 година у 2013 році проти 327,5 годин у 2018 році [8, с. 201; 9, с. 242].

Крім того, зниження ставок окремих податків упродовж 2013–2017 років сприяло поступовому зниженню рівня тінізації економіки України.

Тенденція до зменшення рівня тіньового сегменту за підсумком 2017 року зберіглася в чотирьох агрегованих видах економічної діяльності (ВЕД), а саме в переробній промисловості (на 7 в. п. порівняно з 2016 роком), у добувній промисловості (на 1 в. п.), у ВЕД «Фінансова та страхова діяльність» (на 2 в. п.) та у ВЕД «Операції з нерухомим майном» (на 4 в. п.). Водночас найбільше збільшення рівня тіньової економіки за підсумком 2017 року спостерігалось у ВЕД «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» (на 7 в. п. до 36% від обсягу ВДВ у зазначеному ВЕД) [10, с. 9–10]

З іншого боку, з 2016 року за зниження ставки єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування вдвічі (з усередненого 41% до 22%) та скасування 3,6% утримання з працівників зменшилися надходження [7].

Так, сума надходжень коштів від сплати єдиного внеску у 2016 році на 34,26% менше відповідного показника 2015 року [7].

Крім того, суттєвими темпами зростала податкова заборгованість (рис. 3). Станом на 1 червня 2018 року заборгованість платників податків становила 202% показника 2016 року.

Також доцільно вказати на те, що 61% скарг, які надійшли протягом 2017 року до офісу бізнесомбудсмена, стосувалися податкових питань, а

їх кількість зросла впродовж 2015–2017 років у 4,3 рази [13, с. 22].

Наступними факторами, які визначають фінансові аспекти функціонування підприємств України, є доступ до кредитування та його умови.

Аналіз структури чистих активів банків України свідчить про суттєве зменшення питомої ваги кредитів юридичним особам. Їх частка знизилася протягом 2013–2017 років на 20,7%.

За 2017 рік чисті гривневі кредити бізнесу зросли лише на 0,7% через значні відрахування у резерви «Приватбанку». Приріст кредитування корпорацій переважно забезпечили держмонополії, підприємства торгівлі та сільського господарства. Реструктуризація валютних позик забезпечила близько чверті приросту гривневого кредитного портфеля [14, с. 5].

Натомість питома вага цінних паперів, що рефінансуються НБУ, зросла з 9,1% у 2013 році до 31,1% у 2017 році. Низхідна динаміка характерна й для кредитів фізичним особам, частка яких протягом 2013–2017 років знизилася на 4,3%.

Після певного зниження ставок за кредитами у I півріччі 2017 року банки почали піднімати їх ще до рішення НБУ про підвищення облікової ставки. Отже, наприкінці 2017 року рівень ставок за новими кредитами відповідав значенням на початок року, становлячи близько 30% [14, с. 5].

Ціна енергоресурсів суттєво впливає на собівартість продукції/послуг, як наслідок, на фінансовий результат господарювання. Результати ретроспективного аналізу цін на енергоресурси зазначають, що протягом 2016 року – I півріччя 2018 року ціна газу зросла на 142%, вугілля – на 211,2%.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що

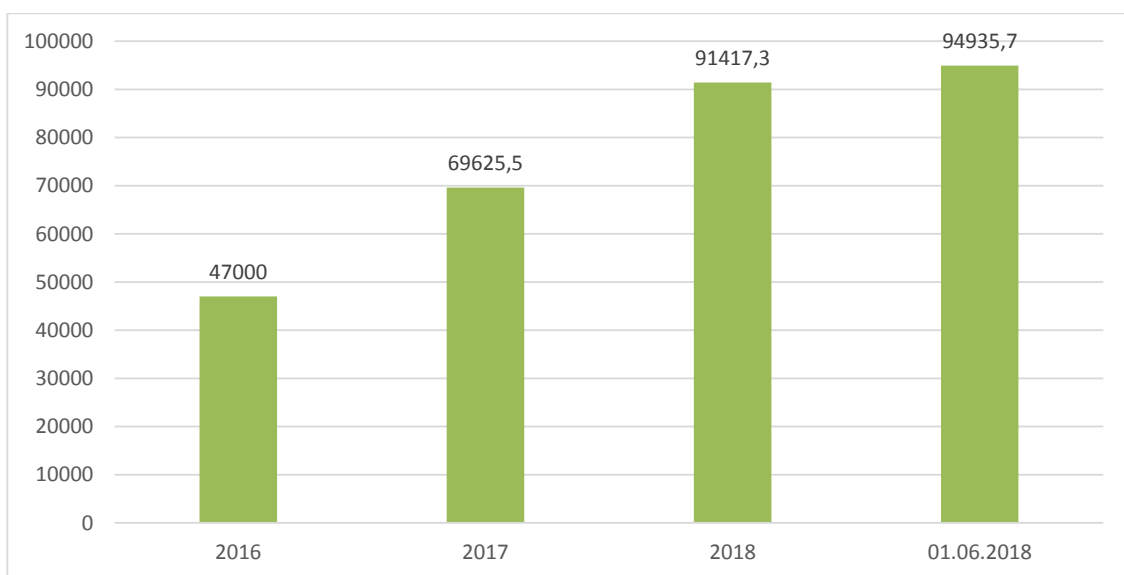


Рис. 3. Динаміка податкового боргу (на початок відповідного періоду)

Джерело: [11; 12]

Динаміка окремих показників кредитування національної економіки України

Показники	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2017 рік / 2013 року, %
Чисті активи, млрд. грн.	1 278	1 290	1 254	1 256	1 336	104,5
Чисті кредити суб'єктам господарювання, млрд. грн.	648	710	614	477	458	70,7
Чисті кредити суб'єктам господарювання/ВВП, %	42,6	44,7	30,9	20	15,6	-27 в. п.
Облікова ставка, % на кінець періоду	6,5	14	22	14	14,5	8 в. п.

Джерело: [14, с. 10]

протягом 2013 року – I півріччя 2018 року фінансові аспекти визначали динаміку багатьох процесів на рівні підприємств нашої країни. На жаль, у сучасних умовах чинники фінансового характеру не є драйверами розвитку підприємств.

Перспективами подальших наукових розвідок може стати дослідження організаційно-економічних аспектів фінансування діяльності підприємницьких структур в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Berger A.N., Udell G.F. The economics of small business finance. The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. Journal of Banking & Finance. Vol. 22. Issues 6–8. P. 613–673.
- Carbó-Valverde S., Rodríguez-Fernández F., Udell G.F. Trade Credit, the Financial Crisis, and SME Access to Finance. Journal of Money, Credit and Banking. 2016. Vol. 48 (1). P. 113–143.
- Kurmaiev P.Yu., Bayramov E.A. Current trends of financing of innovative activity entities in Ukraine. Науковий вісник Полісся. 2017. № 2 (10). С. 55–62
- Фінансові результати до оподаткування за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/fin/fin_rez/fn_ed_vsm/fn_ed_vsm_u/fn_ed_vsm_u_17.htm.
- Хоменко О.В. Український ринок інвестицій починає оживати. URL: https://uifuture.org/uk/post/pidsumki-ma-ugod-2017-ukrainskij-rinok-investicij-pocinae-ozivati_642.
- Курмаєв П.Ю. Аналіз нормативно-правового забезпечення процесу управління соціально-економічним розвитком на регіональному рівні. Економічний простір. 2009. № 24. С. 38–44.
- Меліхова Т.О. Аналіз впливу податкового навантаження на рівень податкової безпеки підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 20. С. 33–37.
- Doing Business 2018. URL: <http://russian.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>.
- Doing Business 2016. URL: <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf>.
- Загальні тенденції тіньової економіки в Україні. Київ: МЕРТ, 2018. 28 с.
- Динаміка податкового боргу. URL: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/dinamika-podatkovogo-borg/245984.html>.
- Інформація про податковий борг. URL: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/dinamika-podatkovogo-borg/290504.html>.
- Annual report 2017. Kyiv: Business Ombudsman Council, 2018. 164 p.
- Огляд банківського сектору. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=64628171>.

REFERENCES:

- Berger A.N., Udell G.F. (1998) The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. Journal of Banking & Finance. Vol. 22, issues 6–8, pp. 613–673 (in English).
- Carbó-Valverde S., Rodríguez-Fernández F., Udell G. F. (2016) Trade Credit, the Financial Crisis, and SME Access to Finance. Journal of Money, Credit and Banking. Vol. 48 (1), pp. 113–143 (in English).
- Kurmaiev P.Yu., Bayramov E.A. (2017) Current trends of financing of innovative activity entities in Ukraine. Scientific Bulletin of Polissia. No. 2 (10), pp. 55–62 (in English).
- Finansovi rezultaty do opodatkuvannia za vydami ekonomichnoi diialnosti z rozpodilom na velyki, seredni, mali ta mikropidpriemstva [Financial results before taxation of economic activity with separation on large, medium and small enterprises]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/fin/fin_rez/fn_ed_vsm/fn_ed_vsm_u/fn_ed_vsm_u_17.htm (accessed 20 June 2018) (in Ukrainian).
- Khomenko O.V. (2018) Ukrainskyi rynok investytsii pochynaie ozhyvaty [Ukrainian investment market begins to revive]. Available at: https://uifuture.org/uk/post/pidsumki-ma-ugod-2017-ukrainskij-rinok-investicij-pocinae-ozivati_642 (accessed 20 June 2018) (in Ukrainian).
- Kurmaiev P.Yu. (2009) Analiz normatyvno-pravovoho zabezpechennia protsesu upravlinnia sotsialno-ekonomichnym rozvytkom na rehionalnomu rivni [Analysis of regulatory and legal support of the process of social and economic development management at the regional level]. Economic scope. No 24, pp. 38–44 (in Ukrainian).
- Melikhova T.O. (2017) Analiz vplyvu podatkovoho navantazhennia na riven podatkovoi bezpeky pidpriemstva [The analysis of the tax burden on the enterprise tax security level]. Investment: Practice and Experience. No. 20, pp. 33–37 (in Ukrainian).
- Doing Business 2018. Available at: <http://russian.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf> (accessed 20 June 2018) (in English).
- Doing Business 2016. Available at: <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf>

Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf (accessed 20 June 2018) (in English).

10. Ministry of Economic Development and Trade (2018) *Tendentsii tinovoi ekonomiky v Ukraini* [Trends of shadow economy in Ukraine]. Kyiv: Ministry of Economic Development and Trade (in Ukrainian).

11. State Fiscal Service of Ukraine (2016) *Dynamika podatkovoho borhu* [The dynamics of tax debt]. Available at: <http://sfs.gov.ua/diyalnist/-pokazniki-roboti/dinamika-podatkovogo-borg/245984.html> (accessed 20 June 2018) (in Ukrainian).

12. State Fiscal Service of Ukraine (2018) *Informatsiia pro podatkovyi borh* [Information about tax debt]. Available at: <http://sfs.gov.ua/diyalnist/-pokazniki-roboti/dinamika-podatkovogo-borg/290504.html> (accessed 10 July 2018) (in Ukrainian).

13. Business Ombudsman Council (2018) *Annual report 2017*. Kyiv: Business Ombudsman Council (in English).

14. The National Bank of Ukraine (2018) *Ohliad bankivskoho sektoru* [Banking Sector Review]. Available at: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=64628171> (accessed 10 July 2018) (in Ukrainian).

Slyn'ko M.Yu.

Lecturer at Department of Finance
Cherkasy State Technological University

FINANCIAL ASPECTS OF ENTERPRISE FUNCTIONING IN UKRAINE

The article states that the efficiency of the enterprise sector functioning in Ukraine depends on the influence of various macro-, meso-, and microenvironment. It is said that on the one hand, the tendencies of the microenvironment cause the increasing of creativity and innovation role that is called industrialization. On the other hand, at the macro-environmental level, the processes of standardization and unification are activated; the importance of enterprise structures' functioning financial aspects is increasing. The urgency of the topic the article is devoted to is caused by the fact that the access to the financial resources and their cost influence the level of competitiveness of the running subject very much, defining the speed of technological and technical development of the enterprise.

The aim of the article is the research on the financial aspects of enterprise functioning in Ukraine. The results of the research and the generalization of scientific approaches of the scientists allowed stressing on the main factors that defined the financial aspects of enterprise functioning in Ukraine: tax policy, access to the financial resources, and the price of some energy materials.

The results of the study showed that the reduction of individual tax rates during 2013–2017 contributed to a gradual decrease in the level of shadow economy of Ukraine. The author focuses on the growth of tax arrears over 2016–2018.

Analysis of the structure of net assets of Ukrainian banks indicates a significant decrease in the share of loans to legal entities. Their share decreased by 20.7% during 2013–2017. In 2017, net hryvnia business loans grew by only 0.7%. It is noted that the growth of the NBU discount rate has led to an increase in the value of loans for enterprises, which significantly impedes the development rate.

It is indicated that the price of energy resources has a significant impact on the cost of production/services and, as a result, on the financial result of management. The results of the retrospective analysis of energy prices indicate an increase in gas prices by 142% during the 2016 – I half-year of 2018, and by 211.2% in coal.

During 2013–2017, financial aspects determined the dynamics of many processes at the level of enterprises in our country. The results of the conducted research have allowed determining that factors of a financial nature are not drivers of enterprise development in modern conditions.

Prospects for further scientific research may be the study of organizational and economic aspects of the financing of business structures in Ukraine.

ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЧНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ

USE OF MATRIX METHODS FOR IMPROVING STRATEGIC DIRECTIONS OF MARKETING ACTIVITIES IN COMMERCIAL BANKS

У статті виділено перелік матричних методів, які можна використати для вдосконалення маркетингової діяльності комерційних банків. Досліджено питання необхідності використання маркетингових стратегій. Визначено низку вимог, що ставляться перед банком під час вибору маркетингової стратегії. Досліджено, систематизовано головні особливості складання стратегічного балансу. Доведено, що інструментарій для проведення стратегічного аналізу та складання стратегічного балансу необхідно використовувати в комплексі.

Ключові слова: банк, банківські послуги, стратегія, стратегічний баланс, маркетингова діяльність.

В статье выделен перечень матричных методов, которые можно использовать для совершенствования маркетинговой деятельности коммерческих банков. Исследован вопрос необходимости использования маркетинговых стратегий. Определен ряд требований, которые ставятся перед бан-

ком при выборе маркетинговой стратегии. Исследованы, систематизированы главные особенности составления стратегического баланса. Доказано, что инструментарий для проведения стратегического анализа и составления стратегического баланса необходимо использовать в комплексе.

Ключевые слова: банк, банковские услуги, стратегия, стратегический баланс, маркетинговая деятельность.

The article has outlined a list of matrix methods that can be used to improve the marketing activities of commercial banks. The author has studied the necessity of using marketing strategies. The author has identified a number of requirements that apply to the bank when it chooses a marketing strategy. The author has researched and systematized the main features of drafting a strategic balance. It has been proved that the tools for strategic analysis and strategic balance should be used in complex.

Key words: bank, banking services, strategy, strategic balance, marketing activity.

УДК 339.138:336.71

Шумкова В.І.

к.е.н., викладач економічних дисциплін
Сумський національний аграрний
університет

Постановка проблеми. Для досягнення головної мети існування банку, а саме отримання очікуваних прибутків, банки змушені постійно проводити маркетингові дослідження та розробляти стратегії дій. Водночас перед банками стоїть не менш важлива задача, що полягає в залученні клієнтів до структур банків та стимулюванні притоку грошових надходжень від населення, реалізація якої також залежить від маркетингових стратегій майбутньої діяльності. Цього можна досягти лише за систематичного проведення аналізу власних можливостей та проблем, що відбувається з використанням матричних методів стратегічного управління маркетингової діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В західній літературі питанню маркетингових стратегій для банків та інших суб'єктів господарської діяльності присвячена велика кількість публікацій, включаючи роботи таких авторів, як М. Портер, І. Ансофф, А. Ендерс, М. Кім, Р. Маборн. У вітчизняній науковій літературі питання, присвячені проблемі маркетингової стратегії банку, є розкритими недостатньо повно. Окремі аспекти досліджені в роботах І. Артімонова, Т. Васильєвої, С. Козьменко, Т. Лепейко, А. Павленко, О. Разіної та інших науковців.

Постановка завдання. Метою статті є розробка маркетингових стратегій діяльності банків на основі використання матричних методів.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку банків та банківської

системи України маркетинг відіграє надзвичайно важливу роль. Найбільша роль маркетингу в діяльності комерційних банків виявляється під час безпосередньої реалізації стратегій банківського маркетингу, а саме в момент вмілого застосування результатів дослідження макрооточення та мікрооточення банку.

Інструментом реалізації маркетингової стратегії банку на практиці є комплексна політика, що є сукупністю планів та програм спеціалізованого призначення. Зміст і призначення маркетингової стратегії полягає у встановленні довгострокових цілей банку та розробці заходів для їх досягнення. Головним напрямом розробки маркетингової стратегії банку є забезпечення оптимальних пропорцій між попитом та пропозицією на ринку банківських продуктів та послуг.

Вибір та реалізація маркетингової стратегії банку здійснюються з урахуванням певних вимог:

- відповідність місії банку;
- узгодженість з ресурсами та можливостями банку;
- сумісність з планами структурних підрозділів;
- забезпеченість фінансової життєздатності банку та його зростання;
- здатність забезпечити максимальні дивіденди для акціонерів.

Для реалізації задуманих банком стратегій перш за все необхідно визначити те, якими будуть основні напрями стратегічного розвитку банку. Для

цього провідні банки світу розробляють власний стратегічний баланс, який є зіставленням та оцінюванням впливу стратегічних активів (сильних сторін і зовнішніх можливостей) та стратегічних пасивів (слабких сторін і зовнішніх загроз) щодо подальших змін функціонування [2, с. 132].

Практика застосування стратегічного балансу банку виділяє такі основні його особливості:

1) суб'єктивний характер добору факторів, що становлять сильні та слабкі сторони банку, а також специфіку факторів зовнішнього середовища (можливостей та загроз діяльності);

2) ймовірність та ризик переходу суб'єктивних та об'єктивних факторів впливу на банківську діяльність із групи в групу;

3) необхідність постійного перегляду стратегічного балансу та вдосконалення його відповідно до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищах.

Практика застосування стратегічного балансу для комерційних банків виділяє такі основні його особливості (рис. 1).

Перед тим як розглянути основні матричні методики, що можна використовувати для складання стратегічних балансів, слід зазначити, що прикладом для створення таких балансів у статті виступає ПАТ «Державний ощадний банк України» (скорочено АТ «Ощадбанк»), який є правонаступником Державного спеціалізованого комерційного ощадного банку України, зареєстрованого Національним банком України 31 грудня 1991 року за № 4.

Основна діяльність ПАТ «Державний ощадний банку України» полягає у веденні банківських рахунків клієнтів та залученні коштів на депозитні рахунки, наданні кредитів, здійсненні платежів, емісії банківських платіжних карток, розвитку торгового еквайрингу та альтернативних каналів продажів, торгівлі цінними паперами та здійсненні операцій з іноземними валютами.

Місія ПАТ «Державний ощадний банку України» полягає у забезпеченні населення надійними фінансовими інструментами тривалого та гарантованого заощадження, а також у підтримці економічного розвитку держави шляхом надання сучасних та якісних банківських послуг.

Станом на 31 березня 2018 року та 31 грудня 2017 року банк мав 23 обласних управлінь, Головне управління по м. Києву та Київській області, Головне управління з обслуговування клієнтів; 3 525 та 3 603 територіально відокремлених безбалансових відділень на території України відповідно.

Кількість персоналу банку станом на 31 березня 2018 року та 31 грудня 2017 року становила 30 498 та 30 735 осіб відповідно.

Отже, для складання стратегічного балансу банки можуть використовувати одну з наявних методик.

PEST-аналіз. Він є експертним аналізом зовнішнього середовища, у якому виділяють чотири основні групи факторів впливу, а саме політичні (політична ситуація в країні, зміни в законодавстві, державне регулювання в галузі тощо), економічні (підйоми, або спади в економіці, рівень інфляції, співвідношення курсу гривні до інших валют, експортно-імпортна політика), соціальні (зміни в базових цінностях, стилі життя, демографічні зміни, зміни в структурі доходів тощо), технологічні (державна технологічна політика, нові патенти, нова продукція, зміни технологій в окремих галузях) [3, с. 156]. Після проведення такого аналізу банк може чітко визначити, які з наявних факторів зовнішнього середовища мають істотний позитивний та негативний вплив на поточну та майбутню його діяльність. Матриця для проведення PEST-аналізу представлена в табл. 1.

Після визначення основних можливостей та загроз зовнішнього середовища банку необхідно оцінити значимість кожного з факторів (здійснюється шляхом присвоєння кожному з факторів певної ваги від одиниці до нуля, але загальна сума показника ваги повинна дорівнювати одиниці) та виставити за п'ятибальною шкалою оцінку фактору на стратегію банку. Далі необхідно розрахувати сумарну оцінку шляхом множення ваги фактору на силу його впливу.

Сумарна оцінка вказує на ступінь готовності банку реагувати на поточні та прогнозовані фактори зовнішнього середовища.

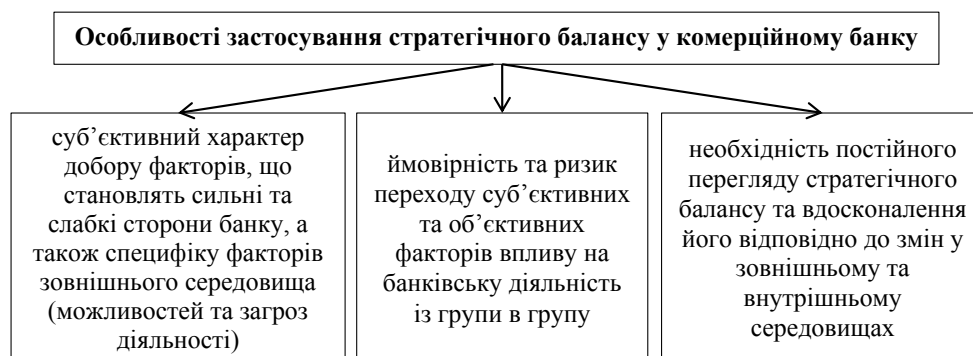


Рис. 1. Головні особливості складання стратегічного балансу банку [5, с. 292]

Таблиця 1

Матриця PEST-аналізу для АТ «Ощадбанк»

Фактори	Можливості	Загрози
Політичні фактори	Стабільність уряду, державне регулювання конкуренції в банківському секторі, антимонопольне законодавство.	Податкова політика держави щодо банківського сектору, зміни в законодавстві щодо банківських установ, бюрократизація та рівень корупції.
Економічні фактори	Зміни облікової ставки НБУ, економічна стабільність у країні.	Високий рівень інфляції, високий рівень безробіття, зміна цін на ресурси, що впливають на величину витрат банківської установи, курси валют.
Соціальні фактори	Активність споживачів, ріст матеріального благополуччя населення, покращення демографічної ситуації в країні, соціальна мобільність населення, вимоги до якості банківських продуктів та рівня сервісу.	Неосвіченість населення щодо фінансових послуг, негативний вплив ЗМІ, релігійні чинники, швидкі зміни потреб населення.
Технологічні фактори	Розвиток технологій, активне використання інноваційного потенціалу.	Великі витрати на впровадження інноваційних технологій, низький рівень інформаційної безпеки банківських установ.

Таблиця 2

Аналіз впливу зовнішніх факторів на діяльність АТ «Ощадбанк»

Зовнішні стратегічні фактори	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
<i>Загрози</i>			
Податкова політика держави щодо банківського сектору	0,07	4	0,28
Зміни в законодавстві щодо банківських установ	0,09	3	0,27
Бюрократизація та рівень корупції	0,08	4	0,32
Високий рівень інфляції	0,12	5	0,6
Високий рівень безробіття	0,07	4	0,28
Зміна цін на ресурси, що впливають на величину витрат банківської установи	0,09	2	0,18
Курси валют	0,12	5	0,6
Неосвіченість населення щодо фінансових послуг	0,1	2	0,2
Негативний вплив ЗМІ	0,08	3	0,24
Релігійні чинники	0,03	1	0,03
Швидкі зміни потреб населення	0,04	1	0,04
Великі витрати на впровадження інноваційних технологій	0,05	3	0,15
Низький рівень інформаційної безпеки банківських установ	0,06	4	0,24
Разом	1		3,43
<i>Можливості</i>			
Стабільність уряду	0,09	4	0,36
Державне регулювання конкуренції в банківському секторі	0,09	4	0,36
Антимонопольне законодавство	0,07	4	0,28
Зміни облікової ставки НБУ	0,11	5	0,55
Економічна стабільність у країні	0,11	4	0,44
Активність споживачів	0,08	3	0,24
Ріст матеріального благополуччя населення	0,12	5	0,6
Покращення демографічної ситуації в країні	0,04	2	0,08
Соціальна мобільність населення	0,07	2	0,14
Вимоги до якості банківських продуктів та рівня сервісу	0,07	4	0,28
Розвиток технологій	0,1	3	0,3
Активне використання інноваційного потенціалу	0,05	3	0,15
Разом	1		3,78

Проведені розрахунки значимості факторів представлено в табл. 2.

Дані табл. 2 свідчать про те, що АТ «Ощадбанк» загалом готовий до впливу позитивних та негативних факторів зовнішнього середовища.

Оскільки банк вже їх дослідив, то в майбутньому він зможе ефективно управляти цими факторами.

SWOT-аналіз. Це методика, що передбачає пошук сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, а після цього встановлює зв'язки між цими

сторонами, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії банку. SWOT-аналіз дає можливість сформулювати загальний перелік стратегій банку з урахуванням їхніх особливостей відповідно до змісту стратегії, а саме адаптації до середовища або формування впливу на нього [4].

Оцінивши діяльність АТ «Ощадбанк», ми склали порівняльну характеристику сторін для SWOT-аналізу та визначили рівень значимості кожної зі сторін. Всі оцінки виставлені за результатами проведеного автором експертного опитування працівників ТВБВ № 10081/0148 філії Сумського обласного управління АТ «Ощадбанк» (табл. 3).

Після визначення значимості факторів середовища необхідно зіставити слабкі та сильні сторони банку з можливостями та загрозами ринку. Для

відповідності можливостей банку умовам ринку та узагальнення результатів SWOT-аналізу застосовується матриця SWOT.

Для АТ «Ощадбанк» нами складено таку матрицю SWOT (табл. 4).

На перетинах окремих складових груп факторів формуються поля, для яких характерні певні сполучення, що треба враховувати надалі в ході розробки стратегій певного типу:

1) поле СіМ – це стратегії підтримки та розвитку сильних сторін банку щодо реалізації можливостей зовнішнього середовища;

2) поле СіЗ – це стратегії боротьби із загрозами за допомогою використання внутрішніх резервів;

3) поле СлМ – це стратегії, що спрямовують дії банку на використання можливостей для

Таблиця 3

Порівняльна характеристика сторін для SWOT-аналізу АТ «Ощадбанк»

Сильні сторони		Слабкі сторони	
4	1. Велика кількість відділень банку та банкоматів.	3	1. Недостатньо швидка робота працівників банку з клієнтами.
4	2. Гарантія повного збереження та повернення вкладів фізичних осіб.	3	2. Недосконала система самообслуговування.
3	3. Можливість надання кредитних канікул.	2	3. Надмірний документообіг.
4	4. Репутація надійного банку.	3	4. Плинність кадрів.
Разом: +15		Разом: -11	
Можливості		Загрози	
4	1. Розширення асортименту банківських послуг	4	1. Політична та економічна нестабільність у країні.
4	2. Покращення якості сервісу «Ощад24».	4	2. Різка зміна курсу валют.
3	3. Покращення якості сервісу SMS-інформування.	4	3. Інфляційні процеси.
4	4. Розширення спектру надання послуг для окремих сегментів населення (наприклад, для пенсіонерів – видача електронних пенсійних посвідчень; для студентів – сплата меншої комісії під час здійснення операцій).	3	4. Велика кількість конкурентів з подібними послугами.
		4	5. Загроза хакерських атак.
		4	6. Ризики неповернення наданих банком кредитів.
Разом: +15		Разом: -23	

Таблиця 4

Матриця SWOT ПАТ «Державний ощадний банк України»

Поле СіМ (Сильні сторони-Можливості)	Поле СіЗ (Сильні сторони-Загрози)
1. Велика кількість відділень банку та банкоматів дасть змогу розширити асортимент банківських послуг (С.1-М.1). 2. За рахунок репутації надійного банку існує можливість розширення спектру послуг для окремих сегментів населення (С.4-М.4).	1. За можливості надання кредитних канікул зменшиться ризик неповернення наданих банком кредитів (С.3-З.6). 2. Репутація надійного банку дасть змогу збільшити конкурентоспроможність банку порівняно з іншими банками-конкурентами, що надають подібні послуги (С.4-З.4). 3. Гарантія повного збереження та повернення вкладів фізичних осіб зменшить вплив політичних та економічних дестабілізуючих факторів (С.2-З.1).
Разом: +30	Разом: +4
Поле СлМ (Слабкі сторони-Можливості)	Поле СлЗ (Слабкі сторони-Загрози)
1. Покращення якості сервісу «Ощад24» та SMS-інформування може привести до усунення недоліку швидкості роботи працівників банку з клієнтами та недосконалої системи самообслуговування, а також зменшення документообігу в банку (Сл.2, Сл.3, Сл.4-М.2, М.3).	1. Недосконала система самообслуговування підвищує загрозу хакерських атак (Сл.2-З.5). 2. Недостатньо швидка робота працівників банку призведе до переходу клієнтів до банків-конкурентів з подібними послугами (Сл.1-З.4). 3. Політична й економічна нестабільність та інфляційні процеси можуть пришвидшити плинність кадрів (Сл.4-З.3, З.4).
Разом: +4	Разом: -34

подолання слабких сторін його внутрішнього потенціалу;

4) поле СлЗ – це стратегії, які дають змогу банку не тільки зміцнити свій потенціал, але й відвернути можливі загрози у зовнішньому середовищі [4].

Відповідно до отриманих результатів банк може вибрати одну з можливих стратегій подальшого розвитку:

– стратегія, яка використовує сильні сторони банку для реалізації зовнішніх можливостей (стратегія «Максі-Максі»);

– стратегія, яка використовує сильні сторони банку для знешкодження зовнішніх загроз (стратегія «Максі-Міні»);

– стратегія, спрямована на мінімізацію слабких сторін банку на основі використання зовнішніх можливостей (стратегія «Міні-Максі»);

– стратегія, спрямована на мінімізацію слабких сторін банку та уникнення зовнішніх загроз (стратегія «Міні-Міні») [4].

За результатами проведеного дослідження АТ «Ощадбанк» повинен вибрати стратегію «Міні-Міні» для більш ефективного управління власною діяльністю.

Матриця розвитку товару (послуги) та ринку Ансоффа. Ця методика допомагає банку знайти перспективні стратегії для подальшого розвитку. Слід зазначити, що у процесі діяльності АТ «Ощадбанк» може проводити аналіз власних ринкових можливостей як на загальнодержавному, так і на територіальному рівнях для розширення власного впливу на ринок банківських послуг. Такий аналіз можливостей проводять за допомогою цієї матриці. На основі проведених досліджень нами була сформована матриця Ансоффа для АТ «Ощадбанк» (табл. 5).

Відповідно до складеної матриці АТ «Ощадбанк» може вибрати найприйнятніший стратегічний напрям для розвитку.

Матриця БКГ (Бостонської консалтингової групи). Ця методика також використовується для планування маркетингу та проведення стра-

тегічного аналізу. Вона найчастіше використовується на основі даних специфічної матриці, яка ґрунтується на порівнянні двох показників, а саме відносної частки ринку (співвідношення частки ринку, яку займає кожна послуга банку, й загального обсягу ринку, на якому вона представлена) та темпів зростання ринку (річний темп зростання продукції цієї галузі, можливість подальшого розширення ринку) [1, с. 20].

Матриця БКГ визначає чотири основні позиції, в яких можуть перебувати послуги банку (квадранти матриці), які отримали загально визнані нині маркетингові назви:

1) «знак питання» («важкі діти») – високий темп зростання, низька частка ринку;

2) «зірка» – високий темп зростання, висока частка ринку;

3) «дійна корова» – низький темп зростання, висока частка ринку;

4) «собака» – низький темп зростання, низька частка ринку [5, с. 293].

Для розрахунку наведених вище показників необхідно використати такі дані (табл. 6).

Результати розрахунків показників для побудови матриці БКГ наведені в табл. 7.

Для визначення приналежності кожної з послуг АТ «Ощадбанк» до однієї з маркетингових груп побудуємо схему (рис. 2).

Відповідно до складеної матриці послуги банку належать до двох категорій:

1) «важкі діти» – короткострокові кредити та депозити до запитання; для цих послуг банку слід вибрати стратегію підсилювання, що полягає в інтенсифікації маркетингових зусиль на просування, пошук нових каналів збуту, поліпшення характеристик послуг або зниження цін;

2) «собаки» – лізинг, довгострокові кредити та строкові депозити; для них доцільно використовувати стратегію скорочення (елімінування), тобто мінімізувати всі можливі витрати.

Загалом дослідження показують, що АТ «Ощадбанк» як на загальнодержавному рівні, так і на рівні територіально відокремлених відді-

Таблиця 5

Матриця Ансоффа для АТ «Ощадбанк»

	Послуги наявні	Послуги нові
Ринки наявні	1) Зниження комісійних за надання банківських послуг; 2) пільги для студентів та пенсіонерів; 3) встановлення терміналів у кожному житловому будинку; 4) активна розробка нової реклами та рекламної продукції.	1) Зменшення відсотків за кредитами; 2) збільшення відсотків за депозитами; 3) збільшення кредитних канікул та строків погашення кредитів; 4) надання швидких онлайн-кредитів; 5) підтримка малого та середнього бізнесу, а також сприяння його розвитку.
Ринки нові	1) Відкриття нових відділень; 2) перерозподіл послуг між різними групами населення.	1) Онлайн-система навчання для наявних та майбутніх підприємців; 2) онлайн-система навчання фінансової грамотності для населення. 3) онлайн-практика для студентів.

лень має спостерігати за змінами у зовнішньому середовищі для підтримки належного рівня внутрішнього середовища, що дасть змогу розширити сферу власного впливу та надавати якісні послуги.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, кожна стратегічна матриця може бути застосована окремо, але показники, за якими

визначають основні напрями для подальшого розвитку банку, є обмеженими. Тому доцільно інструментарій стратегічного аналізу використовувати у сукупності, оскільки кожна з досліджуваних матриць дає індивідуальний результат аналізу за окремими напрямками маркетингової діяльності.

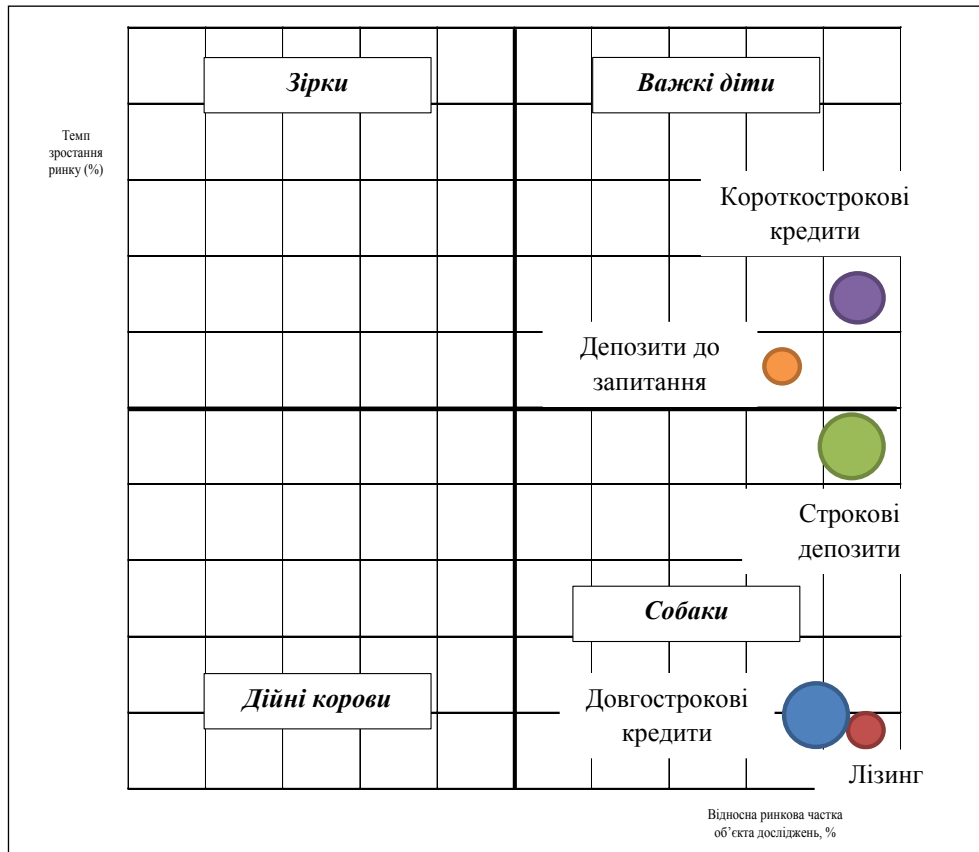


Рис. 2. Матриця БКГ послуг АТ «Ощадбанк»

Таблиця 6

Вихідні дані для побудови матриці БКГ

Вид послуги	Обсяг продажів АТ «Ощадбанк», млн. грн.	Обсяг продажів найсильнішого в галузі конкурента (ПАТ КБ «ПриватБанк»), млн. грн.	Місткість ринку, млн. грн.	Темп зростання ринку, %
Депозити до запитання	111,0	130,0	407,0	52,0
Строкові депозити	245,0	255,0	1 160,0	45,0
Короткострокові кредити	120,0	125,0	571,0	63,0
Довгострокові кредити	245,0	265,0	1 112,0	18,0
Лізинг	111,0	115,0	416,0	7,0

Таблиця 7

Розрахунки показників відносної ринкової частки та темпів зростання ринку АТ «Ощадбанк»

Вид послуги	Ринкова частка найсильнішого в галузі конкурента, %	Ринкова частка АТ «Ощадбанк», %	Відносна ринкова частка об'єкта досліджень, %
Депозити до запитання	31,94	27,27	85,38
Строкові депозити	21,98	21,12	96,08
Короткострокові кредити	21,89	21,02	96,03
Довгострокові кредити	23,83	22,03	92,45
Лізинг	27,64	26,68	96,53

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Васильєва Т., Козьменко С., Леонов С. Маркетинг банківських інновацій. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 1. С. 13–28.
2. Коваленко В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: методологія і практика: монографія. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 228 с.
3. Краснова І., Коцюба І. Сутність та класифікація банківських фінансових стратегій. Наук. вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 9-1. Ч. 4. С. 154–158
4. Майсак О. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами. Управление и высокие технологии. 2013. № 1.
5. Разіна О. Маркетингова стратегія як одна із важливих функціональних стратегій. Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. 2012. Вип. 16. Т. 3. С. 291–294.

REFERENCES:

1. Vasyliieva T. (2011) Marketynh bankivskykh innovatsii [Marketing of banking innovations]. Marketynh i menedzhment innovatsii. vol. 1, pp. 13–28.
2. Kovalenko V. (2015) Stratehichne upravlinnia finansovoiu stiiikistiu bankivskoi systemy: metodolohiia i praktyka [Strategic management of financial stability of the banking system: methodology and practice]. Sumy: DVNZ "UABS NBU" (in Ukrainian).
3. Krasnova I. (2014) Sutnist ta klasyfikatsiia bankivskykh finansovykh stratehii [Essence and classification of banking financial strategies]. Nauk. visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky. Vol. 9-1, no. 4, pp. 154–158.
4. Maisak O. (2013) SWOT-analiz [SWOT-analysis]. Upravlenie i vysokie tekhnologi. vol. 1.
5. Razina O. (2012) Marketynhova stratehiia yak odna iz vazhlyvykh funktsionalnykh stratehii [Marketing strategy as one of the important functional strategies]. Zbirnyk naukovykh prats Podilskoho derzhavnoho ahrarno-tekhnichnoho universytetu. Vol. 16, no. 3, pp. 291–294.

Shumkova V.I.

Candidate of Economic Sciences,
Teacher of Economic Disciplines
College of Sumy National Agrarian University

USE OF MATRIX METHODS FOR IMPROVING STRATEGIC DIRECTIONS OF MARKETING ACTIVITIES IN COMMERCIAL BANKS

To achieve the main goal of the bank, which called to obtain expected returns, banks are forced to conduct marketing research and develop strategies for action. The greatest role of marketing in the activities of commercial banks is manifested in the immediate implementation of strategies for banking marketing. Marketing in the bank system usually is used for skillful application of the results of the study of the macro-profile and micro-profile bank.

An instrument for implementing the marketing strategy of the bank in practice is a complex policy. This policy is a set of plans, programs, and special purpose. The content and purpose of a marketing strategy are to establish long-term goals of the bank and develop measures to achieve them. The main direction for developing the marketing strategy of the bank is to ensure optimal proportions between the demand and supply in the market for banking products and services.

In order to implement strategies designed by the bank, at first, it is necessary to determine the main directions of the strategic development of the bank. To make these strategies correct and effective, leading banks of the world are developing their own strategic balance. This type of balance is a comparison and assessment of the impact of strategic assets (strengths and externalities) and strategic liabilities (weaknesses and external threats) on further changes in the functioning of the bank.

Banks can use one of the existing methods to draw up a strategic balance sheet. There are the most popular of them: PEST analysis; SWOT analysis; the matrix of the development of goods (services) and the market by Ansoff; BCG matrix (matrix of Boston Consulting Group). Each strategic matrix can be applied separately but the indicators, which determine the main directions for further development of the bank, are limited.

These studies show that JSC Oschadbank in the state and in the territorially separate branches needs to monitor changes in the external environment in order to maintain an adequate level of the internal environment. It can help to expand its sphere of influence and provide quality services.

РОЗДІЛ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ AGILE У СИСТЕМУ ОБЛІКУ
AGILE IMPLEMENTATION IN THE ACCOUNTING SYSTEM

УДК 657:004

Балазюк О.Ю.к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету**Сисосва І.М.**к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету*У статті з'ясовано сутність методології Agile, її концептуальні основи та досліджено основні аспекти для ефективного її впровадження. Проаналізовано популярність практичного застосування Agile-підходу в різних сферах бізнесу, зокрема під час побудови облікової системи. Розглянуто вимоги до формування Agile-команди з урахуванням основних проблем впровадження гнучких технологій управління.***Ключові слова:** методологія Agile, Agile-команда, ціннісно-орієнтований підхід, система обліку, система управління.*В статье раскрыты суть методологии Agile, ее концептуальные основы и исследованы основные аспекты для эффективного ее применения. Проанализирована популярность практического применения Agile-подхода в различных сферах бизнеса, в частности при построении учетной**системы. Рассмотрены требования к формированию Agile-команды с учетом основных проблем внедрения гибких технологий управления.***Ключевые слова:** методология Agile, Agile-команда, ценностно-ориентированный подход, система учета, система управления.*The essence of the Agile methodology, its conceptual foundations and the main aspects for its effective implementation are explained in the article. The popularity of the practical application of the Agile approach in various business areas, in particular in the construction of the accounting system is analyzed. The requirements for the formation of Agile-team, taking into account the main problems of the implementation of flexible management technologies, are reviewed.***Key words:** Agile methodology, Agile-team, value-oriented approach, accounting system, management system.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання ставлять принципово нові вимоги до інформації та її місця й ролі у процесі управління. Оскільки центральне місце в управлінській інформаційній системі займає підсистема обліку, вона має бути досить динамічною та гнучкою. Зокрема, очевидним є факт необхідності зміни обліку й значно більшої його адаптації до потреб управління.

Досить актуальним є питання адаптації обліку до вимог, які диктуються системою менеджменту, оскільки ефективне управління на підприємствах є умовою успішної господарської діяльності.

Багатоаспектний характер інформаційних запитів від системи управління до підсистеми обліку призводить до необхідності комплексного підходу до вирішення проблем формування відповідних систем обліку, звітності, оподаткування.

Нині системи управління на підприємствах стрімко розвиваються, у зв'язку із цим виникає необхідність приймати своєчасні управлінські рішення, для чого потрібна правдива й точна інформація, яку можна отримати, маючи добре налагоджену облікову систему [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом у систему менеджменту підприємств активно впроваджуються гнучкі методи управління, що базуються на Agile-методології. Питаннями розроблення й впровадження Agile-методології у процес розроблення програмного забезпечення займалися і займаються багато фахівців, серед них: Джефф Сазерленд, Кент Бек, Мартін Фаулер, Майк Кон, Кен Ауер, Рой Міллер, Роберт Мартін, Хенрик Кніберг, Маттіас Скарін,

Алистер Кокберн. В Україні є практичні наробки в галузі практичного впровадження Agile-методології у процес розроблення програмного забезпечення, але теоретичні розробки відсутні.

Разом із тим низка авторів зазначає, що застосування Agile-методології можливе практично в усіх сферах підприємницької діяльності. Становлення переходу Agile-методології від використання лише в IT-галузі до широко вжитку в будь-яких галузях та сферах підприємницької діяльності активно припало на останні п'ять років. Але у деякого цей підхід і досі асоціюється лише з IT-галуззю.

Крім того, практично всі компанії, що займаються розробленням програмного забезпечення сьогодні і в Україні, і в світі, використовують якийсь один із варіантів Agile, згідно з принципами якого має працювати вся компанія з відділом обліку включно. Тому актуальним є дослідження специфіки використання сучасних методологій у галузі організації обліку.

Постановка завдання. Основна мета статті полягає у дослідженні Agile-методології у цілому та використанні її принципів для вдосконалення організації обліку на українських підприємствах у реаліях сучасної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. IT-ринок України розвивається швидше, ніж інші галузі. За останні п'ять років він збільшився у два з половиною рази і зайняв третє місце з експорту товарів і послуг. В Україні працює понад 90 тис. IT-фахівців. У 2016 р. вони заробили \$2,5 млрд. тільки у сфері розроблення ПЗ. Компанія з розроблення та виробництва програмного

забезпечення «GlobalLogic Україна» прогнозує, що за наступні три роки ринок ІТ збільшить частку у ВВП України вдвічі.

Експортоорієнтована ІТ-галузь може вирости в два рази за всіма показниками і збільшити до 27,2 млрд. грн. доходів до державного бюджету в 2020 р. [2]. І саме завдяки галузі з розроблення та впровадження інформаційних технологій і в Україні, і в світі заговорили про гнучкі технології управління, які об'єдналися під назвою Agile-методології.

У перекладі з англійської Agile – «гнучкий, шпитний, швидкий», і в загальному вигляді під цим словом розуміють набір цілей та принципів того, як необхідно реалізовувати будь-які проекти. Ця гнучка система управління зародилася і розвивалася у галузі розроблення програмного забезпечення і сьогодні виходить далеко за рамки ІТ-індустрії.

За даними досліджень компанії VersionOne.com, вигоди, що полягають у веденні бізнесу в цілому й обліку зокрема за методологією Agile, зображено на рис. 1.

12 принципів і чотири цінності цієї системи було сформовано у Agile-маніфесті, який у 2001 р. підписали 17 незалежних експертів у різних практиках програмування у штаті Юта, США, серед них – засновники та президенти діючих консалтингових та технологічних компаній. Компанії, які успадковують принципи та розділяють цінності Agile, вважаються більш гнучкими та конкурентноздатними. Саме тому зараз майже кожне підприємство прагне залучити фахівця, який зможе побудувати систему управління, базуючись на принципах Agile. Та чи можливо застосовувати такий підхід у широких сферах виробництва, підприємництва та управління і для чого, ми розглянемо далі.

Основоположними поняттями у гнучкому управлінні на основі Agile є низка цінностей та принципів, що лежать в основі цієї методології і на основі яких будуються конкретні практики та інструменти. І шлях, який вибирає компанія у напрямі до Agile, виглядає так, як зображено на рис. 2.

Основні цінності, що закладені в основу Agile, можна адаптувати й до потреб облікової системи:

1. Люди та співпраця важливіші за процеси та інструменти.

2. Інформативна та зрозуміла звітність важливіша за супроводжуючу процес складання документацію.

3. Співпраця з управлінцями як замовниками обліково-аналітичної інформації важливіша за встановлені регламентні комунікативні зв'язки.

4. Пристосування та здатність до змін важливіша за дотримання початкового плану.

І варто підкреслити, що важливим для роботи компанії в рамках Agile-методології є дотримання цих цінностей у всій компанії повністю, і лише тоді компанія буде ефективною та прибутковою, коли всередині підприємства зміниться спосіб мислення не тільки всіх працівників, а й керівництва і власників.

Адаптувавши 12 принципів Agile-маніфесту до потреб облікової системи, маємо таке:

1. Найвищим пріоритетом є задоволення потреб управлінського персоналу шляхом регулярного постачання звітності.

2. Схвальне ставлення до змін, навіть на заключних стадіях. Agile-процеси надають можливість використовувати зміни для забезпечення конкурентоспроможності підприємства, в нашому випадку – за рахунок креативного підходу до процесу обліку не з погляду зміни чи викривлення інформації, а за рахунок методів і способів її обробки та подачі.

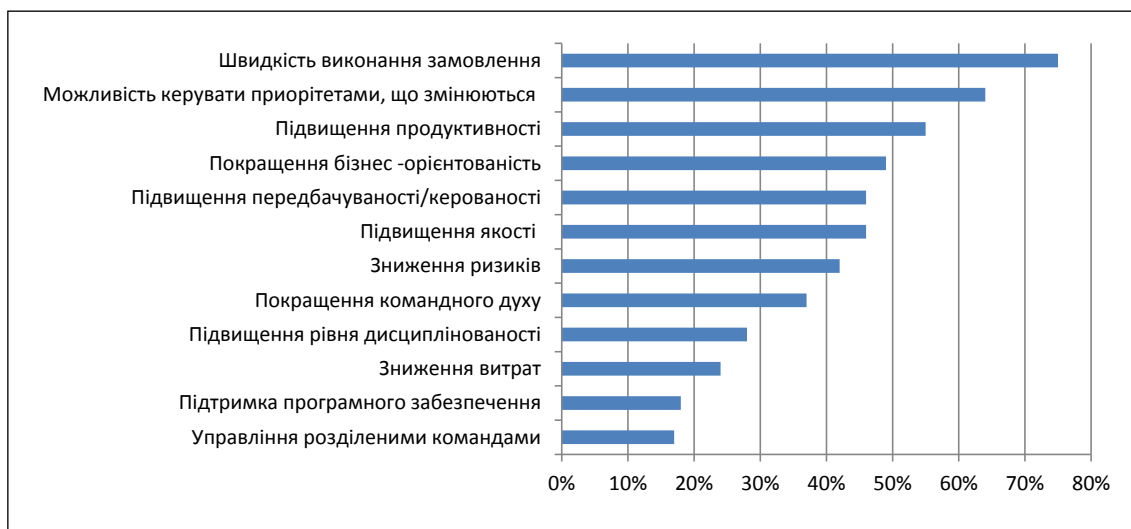


Рис. 1. Вигоди від прийняття Agile-методології

Джерело: складено автором за даними [3]

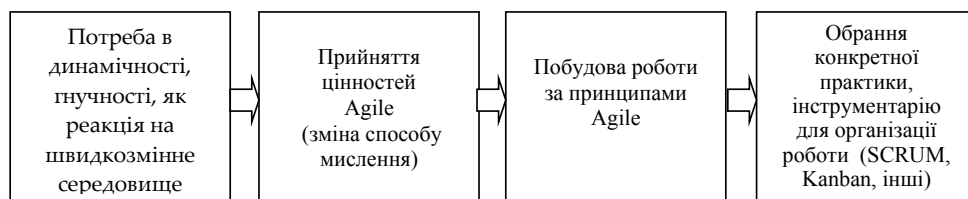


Рис. 2. Етапи впровадження Agile-методології у компанії

Джерело: складено автором

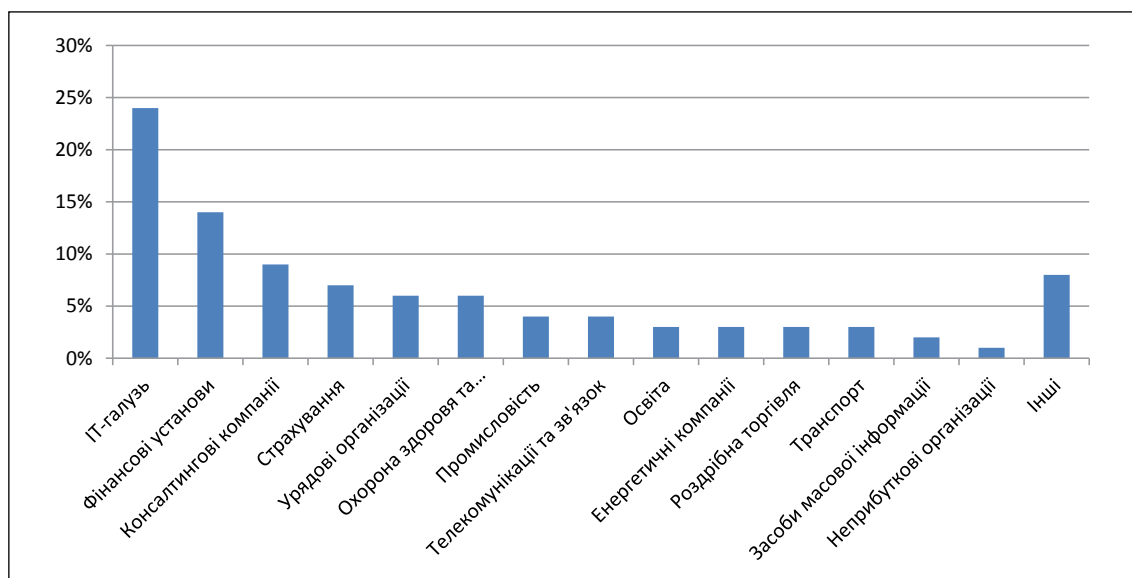


Рис. 3. Сфери застосування Agile-методології серед світових компаній

Джерело: складено автором за даними [3]

3. Надавати можливість управлінському персоналу формувати звітність якомога частіше, з установленою за потребою періодичністю.

4. Тісна співпраця управлінського й облікового персоналу.

5. У команді повинні працювати мотивовані професіонали. Щоб робота була виконана, необхідні відповідні умови, підтримка і високий ступінь довіри.

6. Особиста комунікація – найефективніший та найпрактичніший метод як донести інформацію до команди, так і поширити її всередині.

7. Інформативна, релевантна та в строк складена звітність – головний показник прогресу.

8. Власники, управлінці та обліковці повинні мати можливість підтримувати постійний ритм як завгодно довго. Agile допомагає налагодити такий сталий процес розроблення.

9. Постійна увага до досконалості й якості самого процесу підвищує гнучкість проекту.

10. Простота – мистецтво мінімізації зайвої роботи.

11. Здатність до самоорганізації.

12. Регулярні пошуки способів підвищення ефективності та, відповідно, корегування своєї роботи.

На цьому етапі варто відзначити, що всі ці принципи можна застосувати під час побудови більше управлінського обліку, ніж системи обліково-аналітичного забезпечення у цілому і системи фінансового обліку зокрема. Однак практика світових компаній свідчить про те, що головне в гнучких методологіях – це жорсткість. Гнучкими мають бути процеси, а не правила гри. Виходячи із цього принципу, можна стверджувати, що існує ймовірність побудувати роботу всього підприємства, у тому числі й облікового апарату, у рамках методології Agile. Ще одним свідченням цього факту є популярність цієї методології серед світових компаній-лідерів. За даними досліджень компанії VersionOne.com [3] (рис. 3), 79% опитаних компаній мають досвід роботи за Agile-методологією.

Незважаючи на те що фінансові установи та консалтингові компанії, серед яких, безумовно, є ті хто надає бухгалтерські послуги, займають лідируючі місця серед тих, хто працює за принципами Agile, однак із переходом на таку систему у вітчизняних підприємств є низка значних проблем.

По-перше, це те, що облік – досить регламентована сфера й обліковці звикли працювати в умовах

чіткої формалізації усіх процесів, коли є затверджена послідовність дій для кожного випадку. Тут же виникає питання підпорядкування та ієрархії, а авторитаризм заважає людям усвідомлено приймати рішення та сміливо виходити за рамки своєї формальної ролі.

По-друге, якщо проводити паралелі з розробленням програмного забезпечення, то процес обліку скоріше нагадуватиме його використання, ніж створення, тому ітеративно-інкрементальний підхід, який характеризується послідовністю коротких циклів – ітерацій, кожна з яких нагадує міні-проект, не зовсім підходить у нашому випадку.

Однак вихід можливо знайти, просто перебудувавши організаційну модель, зокрема сьогодні з'явився такий вид організації підприємства, як холократія, за умови дотримання якої немає ієрархії підпорядкування і посад на підприємстві, це самоорганізована модель. Головна ідея холократії – об'єднання працівників у кола, всередині яких ухвалюються рішення про розподіл завдань та відповідальність.

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізувавши окреслені проблеми, що виникатимуть на шляху побудови облікової системи за принципами Agile, можна окреслити напрями, які допоможуть запрацювати за новою методологією:

- вся компанія (підприємство) має прийняти філософію Agile, адже без вірного кооперування між підрозділами порушиться вся система;
- всі – від власника і до звичайного бухгалтера – повинні розуміти всі цінності прийнятої методології;
- візуалізація роботи та обговорення її результатів у команді;
- наявність фахівця, який насаджуватиме вибрані цінності й принципи до входження їх у звичку та повсякденну практику діяльності;

– цю методологію не можна насаджувати примусово, оскільки вона є зміною мислення та характеризується високим рівнем відповідальності та самоорганізації працівників, які, по суті, є партнерами і працюють за принципом «працювати як для себе», постійно щось змінювати і поліпшувати в тій частині діяльності, за яку несе відповідальність;

– планування діяльності має бути виваженим, але не самоціллю, оскільки важлива риса – гнучність.

Agile, як і будь-яка інша методологія, має свої переваги та недоліки, і тільки проаналізувавши співвідношення перших із другими в кожній конкретній ситуації слід приймати виважене рішення щодо її впровадження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV, станом на 16 травня 2018 р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Красовський В. Український IT-ринок: підсумки 2016 р. і перспективи 2017. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/2016-summary/>.
3. 12th Annual State of Agile Report. URL: <https://explore.versionone.com/state-of-Agile/versionone-12th-annual-state-of-Agile-report>.

REFERENCES:

1. Zakon Ukrainy "Pro bukhgalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini" vid 16.07.1999r. № 996-KhIV: Stanom na 16 travnya 2018 r. (2016). Retrieved 2018, from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Krasovskiy V. Ukrainskyj IT-rynok: pidsumky 2016 i perspektyvy 2017 [Ukrainian IT market: 2016 results and 2017 prospects] – URL: <https://dou.ua/lenta/articles/2016-summary/>.
3. 12th Annual State of Agile Report [Online] available at: <https://explore.versionone.com/state-of-Agile/versionone-12th-annual-state-of-Agile-report>

Balaziuk O.U.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Auditing
Vinnytsia Education and Research Institute of Economics,
Ternopil National Economic University

Sysoieva I.M.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Auditing
Vinnytsia Education and Research Institute of Economics,
Ternopil National Economic University

AGILE IMPLEMENTATION IN THE ACCOUNTING SYSTEM

The essence of the Agile methodology, its conceptual foundations, and the main aspects for its effective implementation are explained in the article. The popularity of the practical application of the Agile approach in various business areas, in particular in the construction of the accounting system is analysed.

Despite the fact that financial institutions and consulting companies, among there are certainly those who provide accounting services, occupy leading positions among those who work on the principles of Agile, but there are significant problems with the transition of such a system in Ukrainian enterprises.

Approaches of scientists to the formation of an effective team are investigated. Requirements for the formation of Agile-team, taking into account the main problems of the implementation of flexible management technologies, are reviewed.

Despite still being seen as an approach for software developers, Agile methodology is versatile and can offer a lot of benefits to other sectors. The financial sector is no exception. It provides clarity, reduces waste, and gives the company the tools to move quickly in today's changing environment, while still being flexible enough to adapt any practices that the company needs to keep. Undoubtedly, soon Agile methodology will be seen as more than just a software development.

Problems arising in the way of constructing the accounting system on the principles of Agile are analysed in the article. Directions that help to earn money for this methodology are defined.

Agile methodology, like any other methodology, has its advantages and disadvantages, and only after analysing the relationship between the first and the others in each particular situation, a well-considered decision on its implementation should be made.

СУТНІСТЬ ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВTHE CONTENT OF ACCOUNTING AND CONTROL SUPPLY
OF MANAGEMENT OF ENTERPRISES BUSINESS ACTIVITIES

У статті досліджено сутність та значення обліково-контрольного забезпечення управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання. Визначено системоутворюючі елементи обліково-контрольного забезпечення, що впливають на формування якісної облікової інформації, для прийняття управлінських рішень у процесі діяльності підприємств.

Ключові слова: система управління, управлінські рішення, бухгалтерський облік, аналіз, контроль, обліково-контрольне забезпечення.

В статье исследованы сущность и значение учетно-контрольного обеспечения управления деятельностью предприятий в современных условиях хозяйствования. Определены системообразующие элементы учетно-контрольного обеспечения,

влияющие на формирование качественной учетной информации, для принятия управленческих решений в процессе деятельности предприятия.

Ключевые слова: система управления, управленческие решения, бухгалтерский учет, анализ, контроль, учетно-контрольное обеспечение.

The article studies the essence and significance of the accounting and control supplying of the management enterprises in the modern conditions. The system-forming elements of accounting and control equipment are determined that influence on the formation of qualitative accounting information for making managerial decisions in the process of enterprise activity.

Key words: management system, management decisions, accounting, analysis, control, accounting and control supplying.

УДК 657.221

Засадний Б.А.

к.е.н., доцент,
докторант кафедри обліку та аудиту
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Постановка проблеми. Сучасні інтеграційні процеси у сфері міжнародних економічних відносин зумовлюють необхідність перманентних змін у системі управління діяльністю суб'єктів господарювання для збереження конкурентних переваг та досягнення високих фінансових результатів. Прийняття ефективних управлінських рішень відбувається на основі якісної економічної інформації, забезпечення якої є результатом процесів обліку, аналізу і контролю діяльності підприємств. Аналіз підходів учених до трактування обліково-контрольного забезпечення та необхідність уточнення його сутності й виокремлення системоутворюючих складників у сучасних умовах управління діяльністю підприємств визначають актуальність та мету дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням визначення сутності обліково-контрольного забезпечення управління діяльності підприємств приділяють значну увагу вітчизняні та зарубіжні науковці. Зокрема, окремі аспекти наведеної проблеми знайшли відповідне відображення в наукових дослідженнях таких учених, як В.В. Вольська, Т.М. Безродна, Р.П. Юзва, І.Ю. Предко, Т.А. Гоголь Л.О. Волощук та ін. Разом із тим залишається невирішеною проблема однозначного трактування сутності обліково-контрольного забезпечення управління діяльністю підприємств та визначення складових елементів, які сприяють формуванню якісної облікової інформації для прийняття управлінських рішень.

Постановка завдання. Метою статті є ідентифікація складників системи управління та визначення сутності та значення обліково-контрольного забезпечення прийняття управлінських рішень

для ефективного управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність в управлінні виникла зі створенням людської цивілізації і притаманна всім суспільно-економічним формам організації діяльності людини. Управління як самостійна діяльність існує протягом усієї історії розвитку людського суспільства. Необхідність в управлінні виникла тоді, коли з'явилася нагальна потреба у суспільній праці. Генезис управління розпочався кілька тисячоліть тому. Перші згадки про управління як цілеспрямований процес впливу суб'єкта на об'єкт для досягнення певної мети вказуються у літописах найдавніших цивілізацій людства.

Управління як загальна функція складних організованих систем спрямоване на досягнення належного стану в самій системі та в навколишньому середовищі. Коли йдеться про управління, виокремлюють такі поняття:

- суб'єкт (керуюча система), який здійснює управління;
- об'єкт управління, станом якого потрібно керувати;
- система управління, що складається із сукупності взаємозв'язків між суб'єктом та об'єктами;
- мета управління – запланований стан, динаміка та характер поведінки об'єкта в результаті управління.

Організація ефективної системи управління діяльністю підприємств завжди залишатиметься об'єктом дискусій та наукових досліджень. Перманентне прагнення до змін у системі управління діяльністю суб'єктів господарювання, засноване на повазі до національних духовних цінностей,

яскраво продемонстровано у вислові одного з найвизначніших підприємців Японії С. Хонди: «Той, хто є керівником організації, повинен перш за все зробити своє управління всебічно обґрунтованим. Це означає, що він повинен чудово розуміти цілі діяльності своєї організації, обґрунтовувати її політику і створювати плани щодо досягнення поставлених завдань так, щоб його підлеглі працювали з усвідомленням власної гідності й отримували від роботи задоволення. Для того щоб виробити такий спосіб мислення, який би підштовхував підлеглих до досягнення поставлених цілей у будь-яких умовах, управлінець повинен володіти теоретично сильною і практично застосовуваною концепцією управління» [1].

В основу управління підприємствами, організаціями та установами покладено економічне та соціальне управління. Особлива система управління підприємствами в умовах ринку отримала назву менеджменту. Отже, менеджмент слід розглядати як різновид управління. Термін «менеджмент», як правило, використовують, коли йдеться про управління підприємствами, організаціями, метою діяльності яких є отримання прибутку.

У вітчизняній економічній літературі також немає однозначної позиції щодо трактування поняття «менеджмент». Це є закономірним, оскільки автори розглядають це поняття і його сутність виходячи зі своїх позицій, професійного досвіду та відношення до науки. Здійснивши аналіз підходів до трактування поняття «менеджмент», можна дійти висновку про те, що здебільшого вчені розглядають його з двох позицій: по-перше, як науку про управління людським потенціалом на підприємствах та організаціях; по-друге, як сукупність принципів, методів, форм та прийомів управління діяльністю підприємств для досягнення визначених поточних та стратегічних цілей.

Із позиції формування національної економічної науки вважаємо за доцільне використовувати термін «управління» як процес впливу та контролю суб'єкта на об'єкт за допомогою принципів, функцій та методів для вирішення визначених завдань, що сприятимуть досягненню цілей управління. Процес управління передбачає узгоджені дії, які забезпечують досягнення загальної мети або виконання окремих завдань, що стоять перед підприємством. Виходячи із цього, на будь-якому підприємстві в системі управління завжди присутні суб'єкт та об'єкт управління, які за допомогою взаємозв'язку об'єднуються в єдине ціле. Кожен із них має певну самостійність і власне призначення. Суб'єктами управління, як правило, виступають дирекція, менеджери та інформаційні підрозділи, що забезпечують роботу адміністративно-управлінського апарату. Кінцевим продуктом суб'єкта управління є управлінські рішення, які приймаються на основі інформації та передаються

для виконання об'єктом управління. Суб'єктом управління ухвалюються управлінські рішення як результат аналізу, прогнозування, оптимізації, економічного обґрунтування та вибору альтернативи з багатьох варіантів досягнення визначеної мети. Залежно від напрямку завдань, що необхідно виконати для досягнення мети діяльності підприємства, об'єктами управління можуть бути трудові, матеріальні або фінансові ресурси. Насамперед об'єктом управління мають стати людські аспекти організації, які виявляються у кадровому складі, стилі, звичках працівників, цінностях організації. Саме людський потенціал є основним і групує навколо себе решту характеристик організації.

Взаємодія та взаємозв'язок між суб'єктом та об'єктом у системі управління відбувається за допомогою інформації, яка є результатом процесу обліку, аналізу і контролю (рис. 1).

Інформація (усна чи записана на різних носіях) виступає основою будь-якої комунікації. Вимоги до інформації на різних стадіях процесу управління неоднакові. Зокрема, велике значення під час визначення цілей мають обсяг інформації, її наукова і технічна новизна, повнота. Під час оцінки результатів діяльності підприємства дуже важливо правильно структурувати інформацію, що забезпечить можливість використання системного підходу до аналізу таких результатів. Своєчасність, достовірність, повнота та можливість автоматизованого опрацювання інформації має велике значення під час розроблення та прийняття управлінських рішень у процесі діяльності підприємства. Формування повної, правдивої та достовірної інформації про діяльність підприємств, установ та організацій є основним завданням бухгалтерського обліку. Така інформація необхідна внутрішнім користувачам: керівникам, засновникам, учасникам та працівникам підприємства, а також зовнішнім: інвесторам, кредиторам, постачальникам та ін.

Важливість обліку, аналізу і контролю як окремих функцій управління полягає у забезпеченні якісною інформацією управлінців про результати минулих, поточних та майбутніх операцій та подій у діяльності підприємства. При цьому дуже часто в наукових працях дослідників можна зустріти таке поняття, як «обліково-аналітичне забезпечення», у трактуванні якого немає однозначної позиції. На думку В.В. Вольської, обліково-аналітичне забезпечення являє собою сукупність процесу збору, підготовки, реєстрації та зведення облікової інформації підприємств залежно від законодавчо встановленої системи ведення обліку і проведеного на основі цієї інформації глибокого аналізу із застосуванням певних методів та прийомів. Обліково-аналітичне забезпечення дає змогу ефективно реалізувати основні функції управління: бухгалтерський облік і звітність, контроль і регулювання, аналіз і планування, що являють собою процес безперервних,

Система управління підприємством

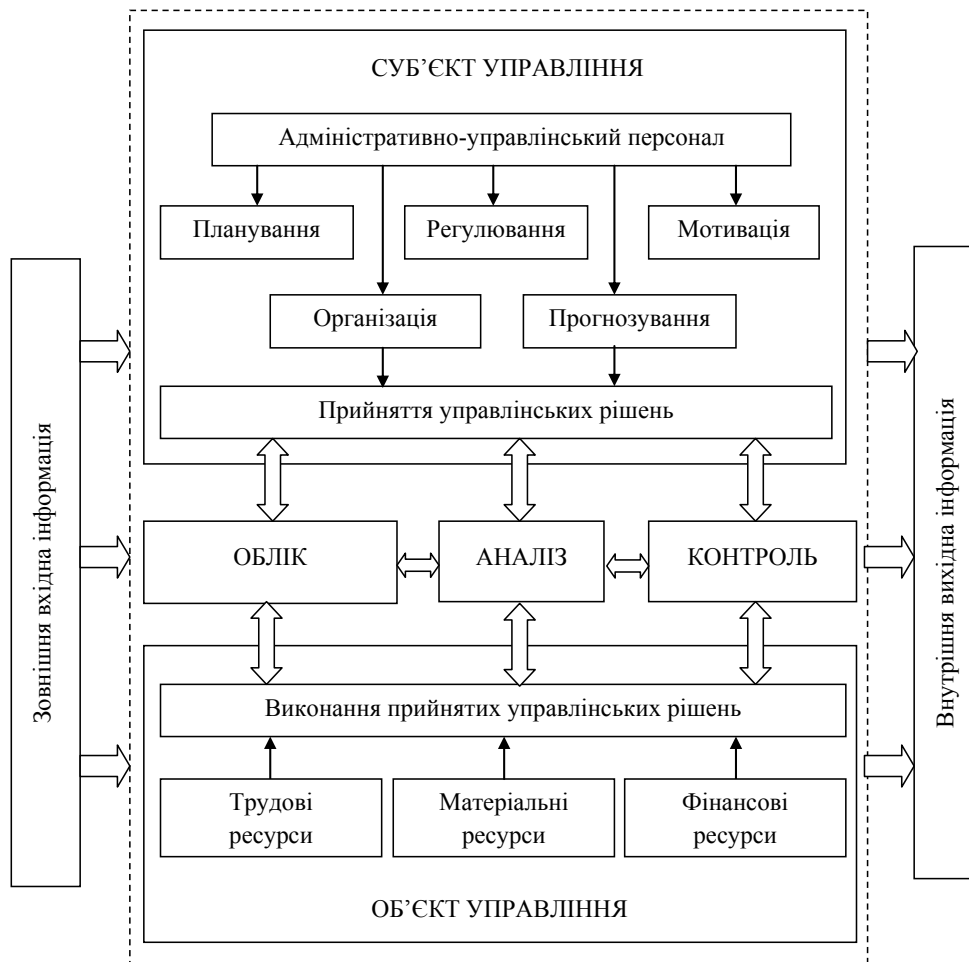


Рис. 1. Взаємодія суб'єкта та об'єкта у системи управління підприємством

взаємопов'язаних дій, які утворюють замкнутий цикл управління [2]. Т.М. Безродна вважає, що обліково-аналітичне забезпечення – це процес підготовки обліково-аналітичної інформації, забезпечення її кількості та якості. Термін «забезпечення» означає виконання, гарантування здійснення процесу постачання обліково-аналітичної інформації системі управління. До цього поняття має включатися комплекс дій із підготовки обліково-аналітичної інформації, тобто процес її підготовки [3]. Своєю чергою, Р.П. Юзва притримується думки про те, що обліково-аналітичне забезпечення управління – це сукупність облікових і аналітичних процесів, об'єднаних в обліково-аналітичну систему та спрямованих на задоволення інформаційних потреб користувачів шляхом перетворення первинної інформації на узагальнюючу згідно з визначеними цілями, а також нормативно-правовим, методичним, організаційним, програмним, математичним, технічним та ергономічним забезпеченням [4].

На протипагу вищезазначеним авторам І.Ю. Предко розглядає обліково-контрольне забез-

печення як сукупність процесів фіксації та методів оброблення фактів господарської діяльності, створення масиву даних про господарську діяльність підприємства, а також використання методів узагальнення даних обліку у внутрішній та зовнішній звітності, які підлягають перевірці на достовірність за допомогою методів контролю, а потім обробленню за допомогою методів економічного аналізу, на основі чого приймаються управлінські рішення [5].

Таким чином, слід зазначити, що найчастіше в наукових працях використовується термін «обліково-аналітичне забезпечення», але також використовується термін «обліково-контрольне забезпечення». Часто відбувається отождоження цих термінів, проте вважаємо, що існує суттєва різниця у структурі та складових елементах. Обліково-контрольне забезпечення слід трактувати як сукупність облікових, аналітичних та контрольних процесів у рамках інформаційної системи підприємства, спрямованих на забезпечення інформаційних потреб користувачів для досягнення відпо-

відних цілей в управлінні діяльністю підприємств. Складові елементи обліково-контрольного забезпечення та їх взаємозв'язок у процесі управління діяльністю підприємств подано на рис. 2.

До суб'єктів обліково-контрольного забезпечення належать:

- особи, котрі здійснюють збір, обробку та підготовку інформації для прийняття управлінських рішень (обліковий персонал);
- особи, котрі здійснюють аналіз та контроль інформації (аналітично-контрольний персонал);
- особи, котрі розробляють проекти альтернативних управлінських рішень (управлінський персонал нижчих рівнів системи управління);
- особи, котрі здійснюють вибір найефективніших управлінських рішень (управлінський персонал середніх та вищих рівнів системи управління);
- інвестори, кредитори, контрагенти тощо (зовнішні користувачі).

Оптимальність обсягу інформації обліково-контрольного забезпечення полягає у визначенні достатнього рівня обсягу інформації, необхідного суб'єктам для використання у рамках виконання функціональних обов'язків. Під час визначення оптимального обсягу інформації для прийняття

управлінських рішень слушно взяти до уваги думку Т.А. Гоголь про те, що недостатній рівень інформації призводить до зростання ризику прийняття економічно необґрунтованих управлінських рішень, неоптимального використання внутрішніх резервів підприємства, зростання ризику підприємницької діяльності, недооцінки рівня попиту і пропозиції на ринку товарів і послуг та ін. Занадто великий обсяг облікової та аналітичної інформації може призвести до неможливості опрацювання всієї інформації, зниження ймовірності оцінки найбільш доцільної та достовірної інформації, прийняття помилкових управлінських рішень [6, с. 28].

Враховуючи вищезазначене, визначення рівня обсягу інформації обліково-контрольного забезпечення слід здійснювати з урахуванням таких чинників, як:

- структура підприємства та обсяг діяльності;
- кількісний та якісний склад обліково-аналітичного та контрольного персоналу;
- інформаційні потреби користувачів;
- рівень деталізації інформації обліково-контрольного забезпечення;
- періодичність подання інформації.

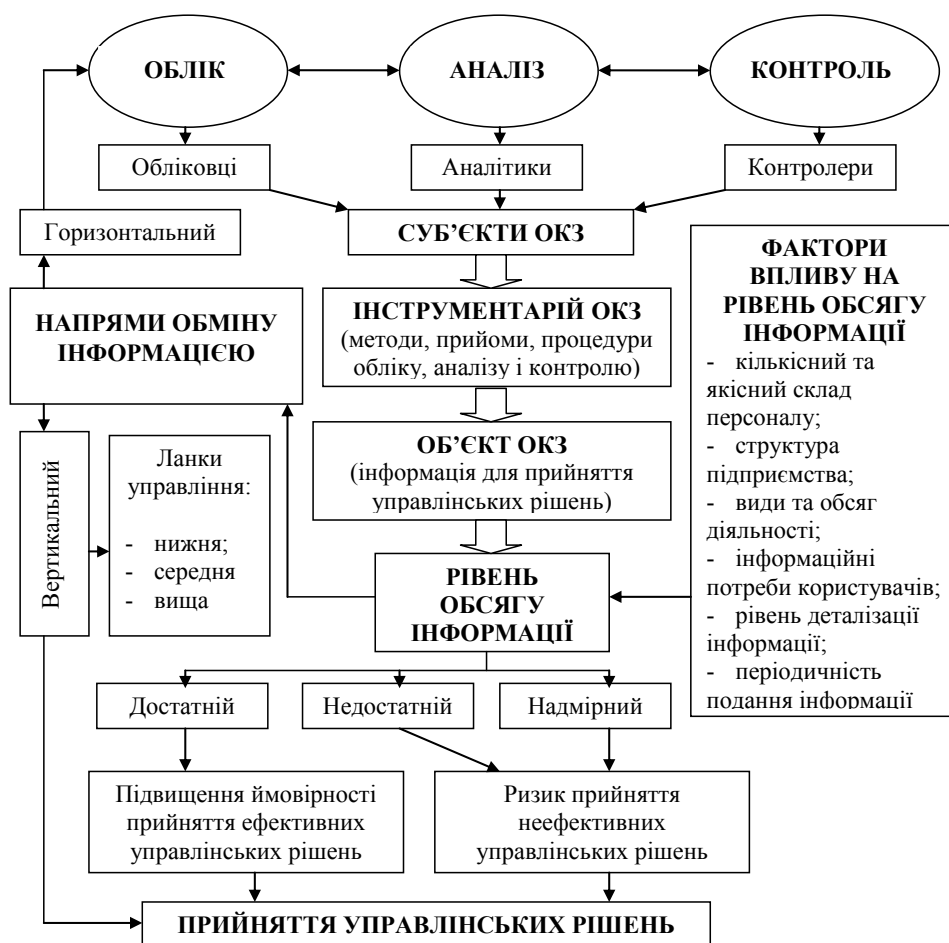


Рис. 2. Складові елементи обліково-контрольного забезпечення управління діяльністю підприємств

Структуру інформаційних потоків обліково-контрольного забезпечення слід розглядати як сукупність напрямів, способів та форм передачі обліково-аналітичної інформації між суб'єктами. Під час розроблення структури інформаційних потоків обліково-контрольного забезпечення необхідно брати до уваги:

- розмір підприємства;
- обсяг діяльності;
- оптимальний рівень обсягу інформації.

Структура інформаційних потоків обліково-контрольного забезпечення включає горизонтальний та вертикальний напрями обміну інформацією. Горизонтальний напрям передбачає обмін інформацією між суб'єктами обліково-контрольного забезпечення, які здійснюють збір, обробку, групування, узагальнення та контроль обліково-аналітичної інформації. Після завершення генерування та обміну обліково-аналітичної інформації по горизонталі для її використання за призначенням здійснюється перехід до обміну інформацією за вертикальним напрямом. Інформаційні потоки за вертикальним напрямом передбачають обмін інформацією між окремими ланками структури управління підприємством. При цьому вважаємо за доцільне виокремлювати прості та складні (багаторівневі) інформаційні потоки, вибір яких під час обміну інформацією буде залежати від наявності різної кількості управлінських рівнів у системі управління підприємством.

Окремим елементом обліково-контрольного забезпечення слід виділяти його інструментарій як сукупність облікових, аналітичних та контрольних методів, прийомів та процедур збору, обробки, узагальнення, аналізу та контролю обліково-аналітичної інформації та передачі її користувачам для прийняття управлінських рішень.

Висновки з проведеного дослідження. Обліково-контрольне забезпечення слід розглядати як результат роботи системи бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю. Аналіз як складник системи інформаційного забезпечення відсутній серед функцій управління діяльністю підприємства, однак є невід'ємним елементом процесу підготовки облікової інформації для прийняття управлінських рішень. Аналітичність є однією з функцій обліку, оскільки надає обліковій інформації системність та впорядкованість, а також зручність використання під час формування проєктів рішень. При цьому важливим аспектом виступає якість облікової інформації, яку можна досягнути за допомогою внутрішньогосподарського контролю. Із цієї позиції обліково-аналітичне забезпечення можна розглядати як таке, у якому відсутній елемент контролю. Це свідчить про те, що обліково-контрольне забезпечення є ширшим поняттям, оскільки охоплює основні етапи формування облікової інформації: облік, аналіз та контроль.

БІБЛОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алфорд Х., Нотон М. Менеджмент, когда вера имеет значение; пер. с англ. О. Живица, Ю. Щербина. Киев: Кайрос, 2003. 356 с.
2. Вольська В.В. Методичні підходи до обліково-аналітичного забезпечення та аудиту управлінської діяльності аграрних підприємств. Проблеми теорії та методології обліку, контролю і аналізу. 2012. № 3(24). С. 83–88.
3. Гоголь Т.А. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємств малого бізнесу: монографія. Чернівці: Лозовий В.М., 2014. 384 с.
4. Безродна Т.М. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством: визначення сутності поняття. URL: <http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/523/8/bezrodna.pdf>.
5. Предко І.Ю. Особливості функціонування обліково-контрольного забезпечення діяльності підприємств в Україні. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації. 2015. № 2. С. 148–155.
6. Юзва Р.П. Обліково-аналітична система – інформаційне забезпечення управління підприємством. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/oblikovo-analitichna-sistema-informaciynne-zabezpechennya-upravlinnya-pidpriemstvom.html>.
7. Волощук Л.О. Обліково-аналітичне забезпечення управління інноваційним розвитком підприємства. Праці Одеського політехнічного університету. 2011. № 2(36). С. 329–334.

REFERENCES:

1. Alford H., Noton M. (2003) Menedzhment, kogda vera emeet zhnenie [Management, when faith matters]. Kyiv: Kayros. (in Russian).
2. Volska V.V. (2012) Metodychni pidhody do oblikovo-analitychnoho zabezpechennya audytu upravlinsojdiyalnosti ahrarnych pidpryemstv [Methodical approaches to accounting and analytical support and audit of management activity of agrarian enterprises]. Problems of the theory and methodology of accounting, control and analysis, vol. 3, pp. 83-88
3. Gogol T.A. (2014) Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya pidpryemstv maloho biznesu [Accounting and analytical support for the management of small businesses]. Cherniv: Lozovyi V.M.
4. Bezrodna T.M. Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya pidpryemstvom: vyznachennya sutnosti ponyattya [Accounting and analytical support for enterprise management: the definition of the essence of the concept]. Available at: <http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/523/8/bezrodna.pdf>
5. Predko I.Y. (2015) Osoblyvosti funktsionuvannya oblikovo-kontrolnoho zabezpechennya diyalnosti pidpryemstv v Ukraini [Features of the operation of accounting and control of the activity of enterprises in Ukraine]. Accounting, analysis and audit: problems of theory, methodology, organization, vol. 2, pp. 148-155.
6. Yuzva R.P. Oblikovo-analitychna systema – informatsijne zabezpechennya upravlinnya pidpryemstvom [Accounting and analytical system – information support for enterprise management]. Available at: <http://>

magazine.faaf.org.ua/oblikovo-analitichna-sistema-informaciyne-zabezpechennya-upravlinnya-pidpriemstvom.html

7. Voloshchuk L.O. (2011) Oblikovo-analitychne zabezpechennya upravlinnya innovatsijnym rozvyt-

kom pidpryemstva [Accounting and analytical support for the management of innovative development of the enterprise]. Works of the Odessa Polytechnic University, vol. 2(36), pp. 329-334.

Zasadnyi B.A.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Doctoral Student at Department of Accounting and Auditing,
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

THE CONTENT OF ACCOUNTING AND CONTROL SUPPLY OF MANAGEMENT OF ENTERPRISES BUSINESS ACTIVITIES

Modern integration processes in the field of international economic relations necessitate permanent changes in the management system of business entities in order to maintain competitive advantages and achieve high financial results. Adoption of effective management decisions is based on qualitative economic information, which is the result of the processes of accounting, analysis and control of enterprises' activities. The analysis of approaches of scientists to the interpretation of accounting and control provision and the need to clarify its essence and the separation of the system-forming components in the current conditions of business management determines the topicality of the article.

The purpose of the article is to identify components of the management system and to determine the essence and significance of the accounting and control supplying for the adoption of management decisions in order to effectively manage activities of enterprises in modern economic conditions.

In the article, there are used methods of comparing, classifying, and systematizing approaches to the interpretation of the essence of economic categories and concepts.

The result of the research is the author's interpretation of the definition "accounting and control supplying" as a set of accounting, analytical, and control processes within the information system of the enterprise, aimed at ensuring the information needs of users to achieve relevant goals in the management of enterprises. There are determined the constituent elements of the accounting and control supplying and their interrelation in the process of management of the activity of enterprises: subjects (accountants, analysts, controllers), tools (methods, techniques, procedures of accounting, analysis and control), object (information for making managerial decisions), directions of information exchange, level of information volume, and factors of influence on the volume of information.

ЗНАЧЕННЯ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ЗВІТНОСТІ В ПІДПРИЄМСТВАХ АПК

THE SIGNIFICANCE AND ECONOMIC CONTENT OF REPORTING IN THE AGROINDUSTRIAL COMPLEX

У статті розглянуто значення та економічний зміст звітності підприємств агропромислового комплексу, оскільки звітність підприємства узагальнює пов'язані між собою показники діяльності, за допомогою яких визначається фінансовий стан підприємства. Звітність підприємства розглядається як метод узагальнення даних фінансового обліку й як інформаційна ланка між підприємством та суспільством. Кожне підприємство прагне підвищити прибутки та ефективність своєї діяльності, тому в умовах ринкової економіки бухгалтерська звітність господарюючих суб'єктів є основним засобом комунікації і найважливішим елементом інформаційного забезпечення фінансового аналізу.

Ключові слова: підприємство, економічний зміст, фінансова звітність, облік, ефективність, аналіз.

В статье рассмотрены значение и экономическое содержание отчетности предприятий агропромышленного комплекса, поскольку отчетность предприятия обобщает связанные между собой показатели деятельности, с помощью которых определяется финансовое состояние предприятия. Отчетность предприятия рассматривается как метод обобщения данных

финансового учета и как информационное звено между предприятием и обществом. Каждое предприятие стремится повысить доходы и эффективность своей деятельности, поэтому в условиях рыночной экономики бухгалтерская отчетность хозяйствующих субъектов является основным средством коммуникации и важнейшим элементом информационного обеспечения финансового анализа.

Ключевые слова: предприятие, экономическое содержание, финансовая отчетность, учет, эффективность, анализ.

The article considers the significance and economic content of the accounts of agroindustrial complex companies, since the company reports generalize the related indicators of activity, by which the financial condition of the enterprise is determined. Enterprise reporting is considered as a method of generalizing financial accounting data and as an information link between the enterprise and society. Each company seeks to increase its profits and the effectiveness of its activities. Therefore, in a market economy, accounting reporting of economic entities is the main means of communication and the most important element of information provision of financial analysis.

Key words: enterprise, economic content, financial reporting, accounting, efficiency, analysis.

УДК 657:336

Кравченко М.В.

к.е.н., доцент кафедри обліку, аудиту та УФЕБ
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Юрченко Т.М.

студентка
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Постановка проблеми. Звітність – це система узагальнюючих та взаємопов'язаних показників, яка подається у вигляді різного роду таблиць та текстового матеріалу, за допомогою яких визначаються фінансовий стан, результати діяльності, рух грошових коштів, економічні показники тощо.

В умовах ринкової економіки звітність господарюючих суб'єктів є основним засобом комунікації і найважливішим елементом інформаційного забезпечення фінансового аналізу.

Звітність аграрного підприємства служить джерелом інформації не тільки зовнішніх, а й внутрішніх користувачів. За даними звітності може бути зроблено детальний аналіз показників фінансового стану і платоспроможності підприємства, його майнового стану, дано оцінку ефективності використання фінансових і матеріальних ресурсів і т. д.

Звітність підприємства розглядається як метод узагальнення даних фінансового обліку й як інформаційна ланка між підприємством та суспільством.

Бухгалтерська звітність є найкращим джерелом інформації для прийняття управлінських рішень у сфері планування. За даними звітності керівник звітує перед трудовим колективом, засновником (власником), відповідними структурами управління (фінансовими органами, банками) та іншими зацікавленими організаціями.

Основою інформаційної системи діяльності будь-якого підприємства є бухгалтерський облік.

Фінансовий облік ведеться на основі розроблених спеціальних вимог та стандартів, на підставі яких повинна бути складена звітність, а також форми і показники, які складаються, групуються і розраховуються за встановленими параметрами. Тому кожне сільськогосподарське підприємство має використовувати певні правила і прийоми ведення обліку для одержання корисної та своєчасної інформації.

Методологічно і організаційно звітність є невід'ємним елементом усієї системи бухгалтерського обліку та виступає завершальним етапом облікового процесу, що зумовлює єдність показників, які в ній відображаються, з первинним та обліковими регістрами. Фінансова звітність сільськогосподарських підприємств складається з дотриманням принципів, що викладені в Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для достеменного розуміння сутності звітності та її економічного змісту з'ясування місця в інформаційній системі ринкового середовища та визначення впливу на рішення користувачів необхідні глибокі дослідження у цьому напрямі. Проблемам формування показників звітності аграрних підприємств та їх аналітичної оцінки присвячено праці вітчизняних науковців, зокрема: Ф.Ф. Бутинця, С.Ф. Голова, Н.М. Ткаченко, П. Хомина, М. Чума-

ченка, Б.І. Валуєва, Я.В. Соколова, С.М. Деньги, Л.В. Наполадовської, І.Й. Яременко та ін. Численні дослідження цього питання свідчать, що сьогодні ця проблема є актуальною.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у розробленні та обґрунтуванні теоретичних та організаційних засад щодо значення звітності та економічного змісту формування в підприємствах АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. Заключним етапом обліку діяльності аграрних підприємств є складання звітності, яка необхідна зацікавленим особам для прийняття ефективних управлінських рішень.

Звітність – це система узагальнюючих та взаємопов'язаних показників, що подається у вигляді таблиць та текстового матеріалу, за допомогою яких визначаються фінансовий стан, результати діяльності, рух грошових коштів, економічні показники тощо [1].

Склад і структура звітності аграрних підприємств залежать від видів обліку та інформаційних потреб користувачів:

- Згідно з чинним законодавством і нормативно-правовою базою, звітність аграрних підприємств поділяється на статистичну, бухгалтерську та податкову (рис. 1).

- За обсягом показників звітність поділяють на повну та коротку. Коротка звітність подається зі скороченим числом показників за звітний місяць або квартал. Повна звітність подається за всіма показниками, затвердженими в установленому порядку, включаючи й ті, за якими спочатку були подані короткі звіти.

- За періодом складання розрізняють періодичну або річну звітність. Періодична звітність – це місячна і квартальна звітність. У ній відображають фінансовий стан і результати діяльності підприємства наростаючим підсумком із початку року за відповідний місяць чи квартал. Річна звітність містить показники діяльності підприємства за звітний (календарний) рік.

- За ступенем узагальнення даних звітність аграріїв є первинною або зведеною. Під первинною звітністю розуміють звітність окремих підпри-

ємств. Зведену звітність одержують шляхом сумування даних первинної звітності.

- За терміном подання розрізняють термінову та звичайну звітність. Термінова звітність подається протягом чотирьох днів після закінчення звітного періоду. Звичайна звітність подається у термін, установлений органом управління, до сфери управління якого належить підприємство.

- За місцем використання існує зовнішня та внутрішня (управлінська) звітність аграрних підприємств. Зовнішня фінансова звітність використовується як на підприємстві, так і за його межами. До неї належать статистична, податкова та бухгалтерська звітність. Внутрішня (управлінська) звітність використовується лише на підприємстві для прийняття управлінських рішень [2].

Метою складання звітності підприємства є надання повної та необхідної інформації для прийняття управлінських рішень.

Бухгалтерську звітність складають на підставі даних бухгалтерського обліку для задоволення потреб в інформації різних користувачів. Ця звітність включає фінансову та внутрішньогосподарську (управлінську) звітність.

Загальні вимоги щодо складання та подання фінансової звітності здійснюється згідно з НП(С) БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Метою складання фінансової звітності аграрних підприємств є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про результати діяльності, фінансовий стан та рух коштів підприємства.

Користувачі фінансової звітності (далі – користувачі) – юридичні або фізичні особи, яким потрібна інформація про діяльність підприємства для прийняття рішень. Усіх користувачів умовно можна розділити на внутрішніх і зовнішніх.

До внутрішніх користувачів належать: керівництво підприємства; працівники підприємства; управлінський персонал; профспілкові органи.

До зовнішніх користувачів належать: покупці та клієнти; податкові органи; інвестори; акціонери; кредитори та постачальники; органи державної статистики; інші державні установи.

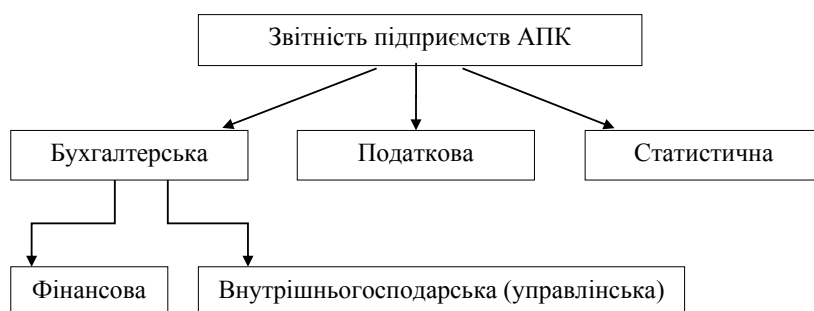


Рис. 1. Класифікація звітності підприємств АПК згідно з чинним законодавством і нормативно-правовою базою

До фінансової звітності аграрних підприємств входять: Звіт про рух грошових коштів, Баланс, Звіт про фінансові результати, Звіт про власний капітал, Примітки до фінансових звітів.

Баланс – звіт про фінансовий стан підприємства. У ньому відображають зобов'язання, активи та власний капітал на певну дату. Термін «баланс» означає рівність двох частин. З економічного погляду баланс характеризується як система пов'язаних показників, які характеризують, з одного боку, активи, а саме те, чим володіє і розпоряджається підприємство (ресурси), а з іншого – джерела майна (пасиви), до яких належать власний капітал і зобов'язання.

Форма і зміст Балансу та загальні вимоги до розкриття його статей визначаються НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Метою складання балансу є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан підприємства на звітну дату.

У Балансі відображаються зобов'язання, активи та власний капітал підприємства в тисячах гривень без десяткових знаків.

Звіт про фінансові результати – звіт про доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства.

Форма, зміст та загальні вимоги до розкриття статей Звіту про фінансові результати визначаються НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

У звіті про фінансові результати розкривається інформація про доходи, витрати, прибутки і збитки, інший сукупний дохід та сукупний дохід підприємства за звітний період.

Метою складання Звіту про фінансові результати є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про доходи, витрати, збитки та прибутки від діяльності підприємства за звітний період.

Форми фінансової звітності аграрних підприємств та їх призначення розглянемо детальніше в табл. 1.

Звітним періодом для складання річної фінансової звітності в аграрних підприємствах є календарний рік. Баланс підприємства складається на кінець останнього дня звітного періоду.

Проміжна (місячна, квартальна) звітність охоплює певний період і складається наростаючим підсумком із початку звітного року [4].

Фінансова звітність аграрного підприємства формується з дотриманням таких принципів:

1) безперервності діяльності, що передбачає оцінку активів і зобов'язань підприємства виходячи з припущення, що його діяльність триватиме далі;

2) автономності підприємства, за яким кожне підприємство розглядається як юридична особа, яка відокремлена від власників. Тому особисте майно і зобов'язання власників не повинні відображатися у фінансовій звітності підприємства;

3) періодичності, що допускає розподіл діяльності підприємства на певні періоди часу для складання фінансової звітності;

4) послідовності. Тобто тут передбачається постійне (із року в рік) застосування підприємством вибраної облікової політики. Її зміна повинна бути обґрунтована і розкрита у фінансовій звітності;

5) історичної (фактичної) собівартості, яка визначає пріоритет оцінки активів виходячи з витрат на їх придбання та виробництво;

6) нарахування та відповідності доходів і витрат, за яким для визначення фінансового результату звітного періоду слід зіставити доходи звітного періоду з витратами, які були здійснені для отримання цих доходів. При цьому витрати і доходи відображаються в обліку і звітності в момент їх виникнення незалежно від часу надходження і сплати коштів;

7) єдиного грошового вимірника, що передбачає узагальнення та вимірювання всіх операцій підприємства у його фінансовій звітності в єдиній грошовій одиниці;

8) обачності, тому методи оцінки, які застосовуються в бухгалтерському обліку, повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства;

9) повного висвітлення, згідно з яким фінансова звітність повинна містити всю інформацію про фактичні та потенційні наслідки операцій та подій, що може вплинути на рішення, які приймаються на її основі;

Таблиця 1

Форми фінансової звітності аграрних підприємств та їх призначення

Назва	Призначення
Баланс	Відображення звітності про фінансовий стан підприємства
Звіт про фінансові результати	Відображення про сукупний дохід, витрати та фінансовий результат діяльності підприємства
Звіт про рух грошових коштів	Відображення надходження і видатків грошових коштів у результаті діяльності підприємства
Звіт про власний капітал	Відображення змін у складі власного капіталу підприємства
Примітки до річної фінансової звітності	Відображення сукупності показників і пояснень, що забезпечує деталізацію і обґрунтованість статей фінансових звітів

10) превалювання змісту над формою, за яким операції повинні обліковуватися відповідно до їхньої сутності, а не лише виходячи з юридичної форми.

Дотримання вказаних принципів у процесі організації бухгалтерського обліку та звітності у сільськогосподарських підприємствах сприятиме підвищенню якості облікової інформації, яка надаватиметься користувачам для прийняття управлінських рішень [3].

Кожний фінансовий звіт повинен містити дату, станом на яку наведені його показники, або період, який він охоплює. Якщо період, за який складено фінансовий звіт, відрізняється від звітного періоду, передбаченого НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», то причини і наслідки цього повинні бути розкриті у примітках до фінансової звітності.

Під внутрішньою бухгалтерською звітністю аграрних підприємств необхідно розуміти таку звітність, яка складається бухгалтером-аналітиком і подається як керівникам підприємств, так і менеджерам усіх рівнів управління. Управлінська звітність є гнучкою системою форм інформації, яка складається за центрами витрат і центрами відповідальності. Вона має відображати специфіку, особливості та умови організації аграрного виробництва та потреб управлінського персоналу.

Управлінською звітністю аграрних господарств є комплекс взаємозв'язаних даних і розрахункових показників, які відображають функціонування підприємства як суб'єкта господарської діяльності, що згруповані у цілому по підприємству й у розрізі структурних підрозділів.

Метою внутрішньогосподарської звітності аграріїв є отримання інформації про фінансовий стан підприємства для аналізу та прийняття управлінських рішень.

Суб'єкти господарювання, що є платниками податків, складають податкову звітність. Вона надає інформацію органам державної податкової адміністрації і характеризує стан розрахунків із державою за податками.

Податкова звітність подається у формі податкових декларацій та розрахунків. Вони подаються платником податків контролюючому органу в строки, встановлені законом, на підставі якого здійснюються нарахування і сплата податкового зобов'язання, чи документ, що свідчить про суми доходу, нарахованого (виплаченого) на користь платників податків – фізичних осіб, суми утриманого та сплаченого податку.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, дослідивши значення, економічний зміст, складання та надання звітності в підприємствах АПК, можна зробити такі висновки:

- для організації належного та вчасного складання і надання звітності в аграрних підприємствах до зовнішніх органів і установ бухгалтер повинен передусім визначити перелік звітів, які необхідно надавати, та терміни їх надання;
- для організації чіткого процесу складання звітності слід довести до відома кожного з працівників його повноваження, обумовивши терміни та порядок складання, затвердження звітів і їх надання відповідним користувачам;
- графік передачі даних, необхідних для формування звітних показників, слід розробити для дотримання термінів надання звітності та правильного визначення її показників;
- відсутність належної організації і пунктуальності під час подання звітності може призвести до негативних фінансових наслідків;
- відповідно до законодавства, підготовлені форми звітності повинні підписувати керівник і головний бухгалтер.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Авдюшко В.С., Мухін К.П. Заборгованість сільськогосподарських підприємств: причини виникнення та шляхи вирішення проблеми. Економіка, фінанси, право. 2015. № 2. С. 18–19.
2. Матицина Н.І. Основні засади регулювання розрахункових відносин через управління дебіторською заборгованістю. Бухгалтерський облік і аудит. 2016. № 12. С. 38–42.
3. Сопко В.В. Бухгалтерський облік: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2004. 578 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене Наказом МФУ від 8 жовтня 1999 р. № 237 (зі змінами і доповненнями). URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

REFERENCES:

1. Avdiushko V.S., Mukhin K.P. (2015) Zaborhovanist silskohospodarskykh pidpriemstv: prychyny vynyknennia ta shliakhy vyrishennia problemy [Debt of agricultural enterprises: causes and ways to solve the problem]. Ekonomika, finansy, pravo, no 2, pp. 18–19 (in Ukrainian).
2. Matytsyna N.I. (2016) Osnovni zasady rehuliuвання rozrakhunkovykh vidnosyn cherez upravlinnia debitorskoiu zaborhovanistiu [Basic principles of regulation of settlement relations through management of accounts receivable] Bukhgalterskyi oblik i audyt, no 12, pp. 38–42 (in Ukrainian).
3. Sopko V.V. (2004) Bukhgalterskyi oblik [Accounting]. Kyiv: KNEU, pp. 578 (in Ukrainian).
4. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 10 "Debitorska zaborhovanist" [Regulation (standard) of accounting 10 "Accounts Receivable"]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

Kravchenko M.V.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting, Audit and MFES,
Dnipro State Agrarian and Economic University

Urchenko T.M.

Student
Dnipro State Agrarian and Economic University

THE SIGNIFICANCE AND ECONOMIC CONTENT OF REPORTING IN THE AGROINDUSTRIAL COMPLEX

The final stage in accounting for the activities of agrarian enterprises is the compilation of the reporting, which is necessary for interested parties to make effective management decisions.

Reporting is a system of generalizing and interconnected indicators, presented in the form of tables and text material, by which the financial status, performance, cash flow, economic performance, etc. are determined.

The composition and structure of the reporting of agrarian enterprises depend on the types of accounting and information needs of users.

Financial accounting is based on the special requirements and standards, on the basis of which should be composed statements and forms and figures that are added, are grouped, and are calculated on the basis of set parameters. Therefore, every farm has to use certain rules and methods of accounting to provide useful and timely information.

For the proper and timely preparation and reporting in agricultural enterprises to external bodies and agencies, the accountant must first determine the list of reports to be submitted, and deadlines for their submission. The overall organization of drawing up and reporting is the definition of the list, development of reporting forms to be submitted to a specific user, powers and organization of work of performers, establishing a continuous process of quality accounting. Defining a list of reporting forms furnished to external users of the enterprise, the accountant should choose executors – persons who are responsible for the preparation and filing of each form of reporting.

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

BASIC ELEMENTS OF THE INTERNAL CONTROL SYSTEM OF THE QUALITY OF AUDITING SERVICES

УДК 657.6

Назаренко Т.П.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту
Житомирський державний
технологічний університет

Супрунова І.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту
Житомирський державний
технологічний університет

У статті розглянуто вимоги до системи внутрішнього контролю якості аудиторських послуг на законодавчому рівні. Здійснено аналіз положень МСКЯ 1 та ПНПКЯ 1 в частині основних елементів контролю якості. Надано характеристики кожного елемента, наведено чинники, які впливають на політику та процедури контролю якості аудиторських послуг, які повинні враховувати суб'єкти аудиторської діяльності.

Ключові слова: контроль якості, внутрішній аудит, якість аудиту, моніторинг аудиторських процедур, показники ефективності діяльності внутрішнього аудиту.

В статье рассмотрены требования к системе внутреннего контроля качества аудиторских услуг на законодательном уровне. Осуществлен анализ положений МСКК 1 и ПНПКК 1 в части основных элементов контроля качества. Раскрыты характеристики каждого элемента, определены факторы, влияющие на политику и на

процедуры контроля качества аудиторских услуг, которые должны учитывать субъекты аудиторской деятельности.

Ключевые слова: контроль качества, внутренний аудит, качество аудита, мониторинг аудиторских процедур, показатели эффективности деятельности внутреннего аудита.

Requirements for the system of internal quality control of audit services at the legislative level are considered. An analysis of the provisions of the International Standard on Quality Control 1 (ISQC 1) and the provisions of the national practice of quality control audit services 1 (PNPQC 1) is carried out in terms of key elements of quality control. The characteristics of each element are provided, factors influencing the policy on the procedures for quality control of audit services, which should be taken into account by the subjects of audit activity, are given.

Key words: quality control, internal audit, quality of audit, monitoring of audit procedures, performance indicators for internal audit.

Постановка проблеми. Ефективність функціонування системи внутрішнього контролю якості надання аудиторських послуг значною мірою залежить від її організації. АПУ здійснює контроль суб'єктів аудиторської діяльності на предмет дотримання вимог нормативних документів щодо забезпечення якості послуг, які вони надають. Саме розгляд основних елементів системи контролю якості та досвіду науковців дасть змогу визначити основні напрями підвищення рівня якості аудиторських послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значні дослідження контролю якості аудиту здійснили такі відомі вчені, як С.В. Бардаш, Н.І. Дорош, Т.О. Каменська, Т.В. Пономарьова, Н.М. Проскура, К.О. Редько та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз положень МСКЯ 1 та ПНПКЯ 1 на предмет організації системи внутрішнього контролю якості надання аудиторських послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Внутрішній контроль якості аудиторських послуг суб'єкта аудиторської діяльності безпосередньо ґрунтується на розробленні та впровадженні ним системи контролю якості аудиторських послуг. Метою контролю якості є забезпечення на належному рівні відповідності діяльності внутрішніх аудиторів установленим критеріям якості. Порядок створення такої системи встановлений Міжнародним стандартом контролю якості 1 «Контроль якості для фірм, що виконують аудити та огляди фінансової звітності, а також інші завдання з надання впевненості і супутні послуги» (МСКЯ 1)

[1]. На основі цього стандарту Аудиторською палатою України було розроблено та затверджено Положення з Національної практики контролю якості аудиторських послуг 1 «Організація аудиторськими фірмами та аудиторами системи контролю якості аудиторських послуг» (ПНПКЯ 1) [2]. Дотримання вимог цього Положення є обов'язковим для всіх суб'єктів аудиторської діяльності.

Т.О. Каменською [3] виділено стратегічні та тактичні аспекти контролю якості внутрішнього аудиту.

Суб'єкти аудиторської діяльності зобов'язані розробити власну систему контролю якості аудиторських послуг, яка повинна враховувати вимоги Міжнародних стандартів аудиту та запровадити у свою діяльність.

У низці публікацій науковці цьому питанню приділяють увагу, проте наявні суперечності у підходах до розуміння питань політики та процедур контролю якості. Так, Т.В. Пономарьова [5] наводить приклади політик та процедур контролю відповідно до потреб кожного суб'єкта аудиторської діяльності. Аналіз кожного елемента, які можуть застосовуватися невеликими суб'єктами аудиторської діяльності, здійснено О.І. Мироною та Т.В. Пономарьовою [4].

Характер і зміст політики та процедур контролю якості залежать від таких чинників, як:

- розмір суб'єкта аудиторської діяльності;
- кількість офісів;
- операційні характеристики суб'єкта аудиторської діяльності;
- розмір та специфіка клієнтів;

– види аудиторських послуг, які надає суб'єкт аудиторської діяльності.

Політика та процедури контролю якості мають бути письмово викладені та затверджені у формі відповідного внутрішнього документа з дотриманням вимог стандартів.

МСКЯ 1 та ПНПКЯ 1 визначають шість елементів системи контролю якості (рис. 1).

Відповідно до кожного із шести елементів системи контролю якості, суб'єкт аудиторської діяльності повинен розробити відповідну політику та процедури контролю якості.

Для кращого розуміння того, як має бути побудована система контролю якості аудиторських послуг, необхідно розглянути кожен із наведених вище елементів окремо.

Відповідальність керівництва за організацію контролю якості передбачає, що управлінський персонал аудиторської фірми має створити та постійно підтримувати внутрішню культуру, а також переконати аудиторів, що якість – це головне у процесі надання аудиторських послуг.

Відповідно до ПНПКЯ 1, керівник суб'єкта аудиторської діяльності зобов'язаний створити середовище контролю якості аудиторських послуг, яке має включати:

- підхід керівництва суб'єкта аудиторської діяльності до питань контролю якості;
- політику й методи керівництва суб'єкта аудиторської діяльності;
- формалізовану організаційну структуру суб'єкта аудиторської діяльності;
- внутрішню систему комунікацій персоналу;
- внутрішню культуру суб'єкта аудиторської діяльності;
- внутрішньофірмові професійні стандарти;
- положення про структурні підрозділи;
- посадові інструкції;
- кадрову політику;
- компетентність персоналу, який здійснює контроль;

– систему заохочення підвищення якості [2].

Ділова стратегія суб'єкта аудиторської діяльності має бути підпорядкована основному завданню – забезпеченню високої якості аудиторських послуг.

Щодо призначення особи (осіб), на яку буде покладено відповідальність за систему контролю якості в аудиторській фірмі, то можливі такі варіанти:

- створення підрозділу контролю якості з призначенням керівника такого підрозділу;
- доручення організації та здійснення контролю якості одному з аудиторів як доповнення до його посадових обов'язків;
- вибір кваліфікованої зовнішньої особи, яке нестиме відповідальність за систему контролю якості даного суб'єкта аудиторської діяльності;
- особисте прийняття керівником обов'язків із контролю якості аудиторських послуг.

Концептуальна основа Кодексу етики професійних бухгалтерів вимагає від суб'єктів аудиторської діяльності виявлення, здійснення оцінки та усунення вищезазначених загроз чи зменшення їх до прийнятного рівня шляхом застосування відповідних застережних заходів. Якщо це здійснити неможливо, то суб'єкт аудиторської діяльності зобов'язаний припинити надання конкретної аудиторської послуги або відмовитися від виконання завдання.

У частині Б Кодексу етики професійних бухгалтерів наведено приклади обставин, які можуть створювати загрози, а також приклади відповідних застережних заходів, які слід застосовувати суб'єктам аудиторської діяльності. Оскільки наведені приклади не є вичерпним переліком обставин, в яких може діяти аудиторська фірма, то керівництво суб'єкта аудиторської діяльності зобов'язане на їх основі розробити свої власні застережні заходи, які допоможуть вирішувати проблеми з порушення етичних принципів у конкретних ситуаціях. Разом із тим аудиторська фірма та її персонал не повинні:

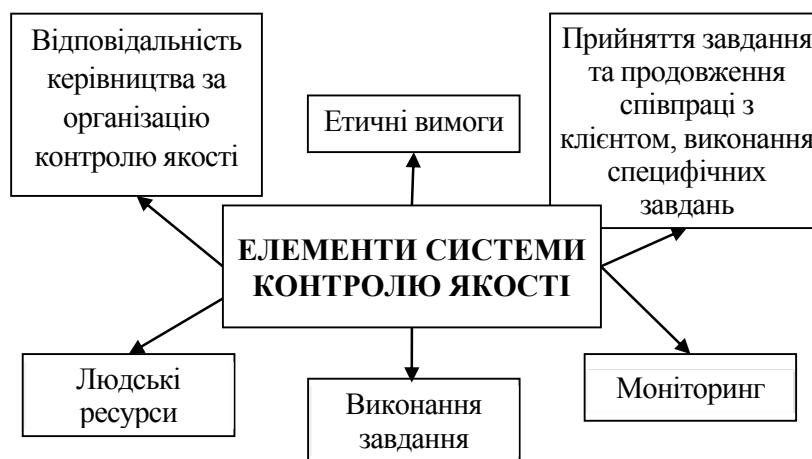


Рис. 1. Перелік елементів системи контролю якості

- брати участь у процесі прийняття будь-яких рішень суб'єктом господарювання, який уповноважив аудиторську фірму виконувати завдання з надання впевненості (за винятком надання консультаційних послуг);

- надавати висновки щодо оцінки будь-яких результатів, в отриманні яких брала участь безпосередньо сама фірма або її персонал;

- надавати послуги, що безпосередньо впливають на предмет завдання, яке виконує аудиторська фірма;

- надавати професійні послуги, винагорода за які залежить від отриманих даних або результатів цих послуг;

- отримувати подарунки або преференції від суб'єкта господарювання, який уповноважив аудиторську фірму виконувати завдання з надання впевненості;

- вступати із суб'єктом господарювання, якому надаються аудиторські послуги, або з одним із його керівників, директорів або власників, що володіють більш ніж 20% корпоративних прав, в угоду про купівлю-продаж корпоративних прав, заснування товариства, створення підприємства тощо.

Щонайменше раз на рік аудиторська фірма зобов'язана отримати від усього персоналу, незалежність якого вимагається Кодексом етики професійних бухгалтерів та Законом України «Про аудиторську діяльність», письмове підтвердження дотримання ним політики та процедур щодо незалежності.

Ще одним елементом системи контролю якості є **прийняття завдання та продовження співпраці з клієнтом, виконання специфічних завдань**. Щодо даного елементу, то, згідно з вимогами ПНПКЯ 1, аудиторська фірма зобов'язана мати таку політику та застосовувати такі процедури прийняття завдання, продовження співпраці з клієнтом і виконання конкретних завдань, які надали б їй достатню впевненість у тому, що вона прийме чи продовжить завдання та взаємовідносини лише тоді, коли вона:

- розглянула питання чесності клієнта та встановила відсутність інформації, яка б свідчила про його нечесність;

- є достатньо компетентною для виконання завдання, а також має можливість, час і ресурси для цього;

- може дотримуватися етичних вимог.

Важливим елементом системи контролю якості є **людські ресурси**. Політика та процедури контролю якості щодо даного елемента повинні надавати аудиторській фірмі обґрунтовану впевненість у тому, що вона має достатньо персоналу, здібності, компетентність та відданість етичним принципам якого дають змогу надавати аудиторські послуги згідно з професійними стандартами, законодавчими і нормативними вимогами.

Для наймання кваліфікованого персоналу аудиторська фірма зобов'язана планувати потреби в персоналі, встановити цілі наймання та кваліфікаційні вимоги до осіб, яких приймають на роботу. Процедури з наймання персоналу можуть передбачати такі заходи:

- планування потреб у персоналі всіх рівнів та встановлення цілей найму щодо чисельності працівників відповідно до кількості клієнтів на поточний момент, а також з урахуванням очікуваного зростання аудиторської фірми і вікової динаміки персоналу. Цілі наймання досягаються шляхом визначення:

- 1) джерел потенційних працівників;
- 2) способів установлення контакту з потенційними працівниками;
- 3) способів визначення потенційних працівників;
- 4) способів зацікавлення працівників та інформування їх про аудиторську фірму;

- 5) способів оцінки та відбору потенційних працівників з метою пропозиції їм працевлаштування;
 - інформування осіб, які займаються найманням, про кадрові потреби, цілі наймання й підвищення їх відповідальності за прийняття рішень із наймання;

- спостереження за ефективністю процедур наймання для визначення дотримання політики і процедур наймання кваліфікованого персоналу;

- інформування кандидатів та новий персонал про політику й процедури аудиторської фірми щодо питання наймання.

П'ятим елементом системи контролю якості є **виконання завдання**. Політика й процедури контролю якості виконання завдання мають охоплювати: планування, виконання, нагляд, перевірку, документування й інформування про результати кожного завдання.

Для якісного виконання завдання аудиторська фірма зобов'язана використовувати методики з виконання завдання у письмовому або електронному форматі, програмні інструменти чи інші форми стандартизованої документації, посібники з галузі та предмета завдання. Необхідно, щоб було задокументовано таке:

- план, програми та інструкції, що були надані персоналу;

- процедури, терміни та обсяг виконаної роботи відповідно до професійних стандартів;

- процес консультування зі складних та спірних питань;

- процеси нагляду за виконанням завдання;

- процедури перевірки завершеного завдання, а також виду висновку (звіту), що надається за наслідками виконаного завдання;

- процедури контролю якості виконання завдання.

Оскільки під час виконання завдання можуть виникати розбіжності в думках членів групи із

завдання, консультантів, а також між керівником групи із завдання й особою, що здійснює перевірку якості його виконання, то аудиторська фірма зобов'язана забезпечити розгляд і вирішення таких розбіжностей. Прийняті рішення мають бути задокументовані та впроваджені.

Суб'єкт аудиторської діяльності зобов'язаний документувати процес виконання завдання. Групи із завдання мають своєчасно завершити формування остаточних файлів із завдання після надання висновків (звітів) із завдання. Максимальний період, за який слід завершити формування остаточних файлів для конкретних типів завдання, встановлює аудиторська фірма. Він залежить від характеру завдань, але не може перевищувати 60 днів від дати висновку (звіту).

Аудиторська фірма зобов'язана встановити політику та процедури зберігання документації із завдання протягом достатнього періоду, що відповідає потребам самої фірми або законодавчим, регулятивним чи нормативним вимогам. Відповідно до ПНПКЯ 1, період зберігання документації із завдання не може бути меншим ніж п'ять років від дати висновку (звіту) [2].

Варто зазначити, що документація із завдання є власністю суб'єкта аудиторської діяльності. Аудиторська фірма на свій розсуд може надавати частини (витяги) з документації із завдання клієнтам, якщо таке розкриття інформації не перешкоджає обґрунтованості виконаної роботи.

Своєю чергою, документи, передані клієнтам аудиторській фірмі для виконання завдання, не підлягають оприлюдненню чи вилученню без згоди клієнта.

Останнім елементом системи контролю якості є **моніторинг відповідності політики та процедур контролю якості**. Стосовно моніторингу, то аудиторська фірма зобов'язана здійснювати його для отримання обґрунтованої впевненості, що її політика та процедури щодо системи контролю якості відповідні, адекватні, працюють ефективно й дотримуються на практиці. Моніторинг має включати постійний розгляд та оцінку системи контролю якості аудиторської фірми, а також періодичну перевірку окремих завершених завдань.

Метою моніторингу відповідності політики та процедур контролю якості є забезпечення оцінки:

- дотримання аудиторською фірмою професійних стандартів, законодавчих і нормативних вимог;
- правильності розроблення та ефективності впровадження системи контролю якості;
- правильності застосування політики та процедур контролю якості персоналом аудиторської фірми.

Відповідальність за процес моніторингу несе керівник суб'єкта аудиторської діяльності. Він

також може призначити особу з відповідним досвідом та повноваженнями, яка здійснюватиме процес моніторингу.

Невеликі аудиторські фірми та аудитори, які займаються аудиторською діяльністю індивідуально як фізичні особи – підприємці, можуть залучати кваліфіковану зовнішню особу або іншу аудиторську фірму для виконання перевірки завершених завдань та інших процедур моніторингу.

Перевірка окремих завершених завдань має здійснюватися на циклічній основі. Завдання, які відбирають для перевірки, мають включати як мінімум одне завдання на кожного керівника групи із завдання за період, який становить не більше трьох років. Схема організації перевірки залежить від багатьох чинників, а саме:

- розміру аудиторської фірми;
- кількості та географічного розташування офісів;
- результатів попередніх моніторингових процедур;
- ступеня повноважень як персоналу, так і офісів (наприклад, чи має право офіс проводити свої власні перевірки або перевірки може проводити лише головний офіс);
- природи та складності практики й організації аудиторської фірми;
- ризиків, пов'язаних із клієнтами аудиторської фірми та конкретними завданнями.

За результатами проведеного моніторингу аудиторська фірма інформує керівників груп із завдання та інший персонал про виявлені недоліки та надає рекомендації щодо відповідних коригувальних дій.

Розроблення системи контролю якості аудиторських послуг стосується не лише великих аудиторських фірм, а й невеликих суб'єктів аудиторської діяльності, таких як невеликі аудиторські фірми та аудитори, які займаються аудиторською діяльністю індивідуально як фізичні особи – підприємці. Для останніх застосування системи контролю якості є досить проблематичним, оскільки такі суб'єкти аудиторської діяльності не мають методичних підрозділів, а також достатньої кількості коштів для того, щоб здійснити фінансування контролю, порівняно з потужними аудиторськими фірмами. Проте це не звільняє їх від обов'язку створити таку систему.

Варто зауважити, що невеликі суб'єкти аудиторської діяльності на свій розсуд можуть використовувати або не використовувати наведені міркування, але їхня система контролю якості має відповідати встановленим вимогам.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, для забезпечення ефективної діяльності суб'єкт аудиторської діяльності повинен розробити та впровадити систему контролю якості аудиторських послуг відповідно до встановлених вимог. Така система повинна містити політику та проце-

дури щодо кожного з шести її складових елементів. Організація системи контролю якості має бути документально оформлена у вигляді відповідного Положення з пакетом супровідних документів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Міжнародний стандарт контролю якості 1. Чинний від 2014 р. К.: Аудиторська палата України, 2015. І. 985 с. (Національний стандарт України). URL: http://www.apu.com.ua/attachments/article/290/Audit_2015_1_all.pdf.
2. Рішення Аудиторської палати України «Про затвердження Положення з національної практики контролю якості аудиторських послуг 1 «Організація аудиторськими фірмами та аудиторами системи контролю якості аудиторських послуг» № 182/4 від 27.09.2007. URL: <http://www.apu.com.ua/rishennya-apu/5-2007>.
3. Каменська Т.О. Ефективність діяльності та якість внутрішнього аудиту. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2010. Вип. 3. С. 301–307. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2010/v3/NV-2010-V3_47.pdf.
4. Миронова О.І., Пономарьова Т.В. Опис та характеристика методики розробки системи внутрішнього контролю якості аудиторських послуг невеликими аудиторськими фірмами у відповідності до норм МСКЯ 1 та норм ПНПКЯ 1. Аудитор України. 2014. № 1(218). С. 11–17.

5. Пономарьова Т.В., Царенко М.М. Основні елементи системи внутрішнього контролю якості аудиторських послуг: політика і процедури. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. 2014. № 1. С. 107–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2014_1_15.

REFERENCES:

1. Mizhnarodniy standart kontrolyu yakosti 1 (2014), [International Federation of Accountants, International Standards on Quality Control 1], Audit Chamber of Ukraine, part 1, Kyiv, Ukraine.
2. Audit Chamber of Ukraine (2011), "The provisions of the national practice of quality control audit services 1", available at: <http://www.apu.com.ua/rishennya-apu> (access July 5, 2018).
3. Kamenskaya T.A (2010). Efektivnist dijalnosti ta jakistj vnutrishnjogho audytu [Performance and quality of internal audit], Visnyk Chernivetskogho torghovelnjno-ekonomichnogho instytutu, no.3, pp. 301-307.
4. Mironova, O. I. and Ponomarova, T. V. (2014), "Description and characteristics of development of methods of internal audit services quality control by small audit firms in compliance with MSKYA 1 and PNPKYA 1", Audytor Ukrainy, no. 1(218), pp. 11-17.
5. Ponomareva T.V. and Tsarenko M.M. (2014), "The main elements of internal quality control system of audit services: policy and procedures" / Visnyk Zaporizkogo natsionalnogo universitetu : zbirnyk naukovykh statey. Ekonomichni nauki, no.1, pp. 107-116.

Nazarenko T.P.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit
Zhytomyr State Technological University

Suprunova I.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit
Zhytomyr State Technological University

BASIC ELEMENTS OF THE INTERNAL CONTROL SYSTEM OF THE QUALITY OF AUDITING SERVICES

Internal quality control of audit services is based on the development and implementation of a quality control system. The procedure for establishing such a system is determined by the International Standard on Quality Control 1 "Quality Control for Firms that Perform Audits and Reviews of Historical Financial Information, and Other Assurance and Related Services Engagements" (ISQC 1). Each auditor is required to develop its own quality control system for audit services, which must take into account the requirements of the International Standards on Auditing and implement in its activities. The statutory framework defines the main 6 elements of the quality control system:

- management responsibility for the organization of quality control
- ethical requirements
- acceptance of the task and continuation of cooperation with the client, performance of specific tasks
- human resources
- task execution
- monitoring.

In accordance with each of the elements, the auditor should develop its own policy and procedures for the quality control of audit services.

Management responsibility for the quality control organization is to provide and create an internal culture at the enterprise. At least once a year, the audit firm must monitor the compliance of employees with the internal rules of the quality of audit services.

When developing the main provisions of the policy of cooperation with clients, a special attention is focused on the issues of assurance of further cooperation with the client, ensuring integrity, independence, competence, and ethics.

Human resources quality control policy and procedures are aimed at providing reasonable assurance to the management of the audit entity that the number of staff is sufficient, ability and competence and commitment to ethical principles of which enable them to provide audit services in accordance with professional standards, legislative and regulatory requirements.

In order to ensure the quality of performance of tasks, the audit firm is obliged to develop common approaches to the order of tasks performance, i.e. develop standardized documentation that will be used both in the process of performing assurance tasks and fixing the results.

The need to monitor the compliance of policy and control procedures is to obtain reasonable assurance that all actions to ensure the quality of the auditor's services are adequate and in line with the provisions of the legislation and effective.

The organization of the quality control system must be documented in the form of an appropriate Provision with the package of accompanying documents.

РОЗДІЛ 9. СТАТИСТИКА

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ANALYSIS OF TRENDS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ODESA REGION

УДК 005.332.2:330.341.1(047.74)

Григорук П.М.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри автоматизованих
систем і моделювання в економіці
Хмельницький національний
університет

Григорук С.С.

к.п.н., доцент,
доцент кафедри інженерії програмного
забезпечення
Хмельницький національний
університет

У статті проаналізовано тенденції зміни показників інноваційної діяльності підприємств Одеської області за період із 2012 по 2015 р. Встановлено, що за показниками економічної та інноваційної активності підприємств загалом мала місце негативна динаміка. У структурі витрат на інноваційну діяльність переважають внутрішні розробки. Відзначено зменшення значень показників, що характеризують науковий потенціал. Для поліпшення ситуації, відповідно до Стратегії економічного і соціального розвитку Одеської області до 2020 р., запропоновано комплекс заходів.

Ключові слова: інноваційний розвиток, інноваційна активність, науковий потенціал.

В статье проанализированы тенденции изменения показателей инновационной деятельности предприятий Одесской области за период с 2012 по 2015 г. Установлено, что по показателям экономической и инновационной активности предприятий в целом имела место отрицательная динамика. В структуре затрат на инновационную деятельность преобладают внутренние

разработки. Отмечено снижение значений показателей, характеризующих научный потенциал. Для улучшения ситуации, в соответствии со Стратегией экономического и социального развития Одесской области до 2020 г., предложен комплекс мероприятий.

Ключевые слова: инновационное развитие, инновационная активность, научный потенциал.

The article analyses the tendencies of changes in innovative activity indicators of the Odessa region enterprises for the period from 2012 to 2015. It was established that according to indicators of economic and innovation activity of enterprises in general there was negative dynamics. In the cost structure of the innovation activity, internal development prevails. It also noted a decrease in the values of the indicators characterizing the scientific potential. In order to improve the situation, in accordance with the Strategy of Economic and Social Development of the Odessa region, a complex of measures is proposed.

Key words: innovative development, innovative activity, scientific capacity.

Постановка проблеми. Розроблення та ефективна реалізація інноваційної політики розвитку регіону вимагають комплексного інформаційного забезпечення. При цьому така інформація має містити впорядковані статистичні дані, архівні, картографічні матеріали, наукові розвідки тощо про науково-технічні розробки, статистичну інформацію про нововведення, готовність регіону до інноваційних змін та ін. Зазначимо, що інформаційне забезпечення інноваційного розвитку регіонів визначається основними напрямками інноваційної політики розвитку регіонів. Формування такої політики вимагає спеціалізованого інформаційного забезпечення, роль якого зростає з переходом до ринкового механізму господарювання та поширення інновацій у всі сфери господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Механізми функціонування національної інноваційної системи, що враховує як національні, так і регіональні національні особливості інноваційного розвитку економіки, вплив світових глобалізаційних тенденцій на цей процес, стратегічні завдання державної регіональної політики інноваційного розвитку, досліджено в публікаціях У.Я. Андрусів, Ю.М. Бажала, І.О. Дегтярьової, В.В. Дунаєвої, О.М. Луцків, О.М. Муратова, І.В. Паризького, С.В. Повної, Н.В. Сментині, І.Б. Стенічевої, Л.І. Федулової та ін. [1–11]. Особливості регіонального розвитку Одеської області на сучасному етапі,

формування стратегії інноваційної діяльності на основі використання переваг щодо розвитку певних видів економічної діяльності відображено в дослідженнях С.А. Бондаренко, Ю.З. Драчука, О.І. Лайко, Т.І. Миронюк, Н.В. Трушкіної [12–15].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану інноваційного розвитку Одеської області, виявлення тенденцій у зміні показників інноваційної діяльності та розроблення рекомендацій щодо заходів з активізації цієї діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою інформаційного забезпечення для проведення оцінювання рівня інноваційного розвитку регіонів є статистична інформація, яка міститься у статистичних збірниках, звітах, програмних документах щодо стратегій соціально-економічного розвитку регіонів.

Розглянемо загальну характеристику економічного розвитку та наявного виробничого потенціалу Одеської області з 2012 по 2016 р. за матеріалами Державної служби статистики України, Головного управління статистики в Одеській області, Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 р., Стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 рр. в умовах глобалізаційних викликів [16–21].

На території області представлено різні види економічної діяльності, проте впродовж 1997–2016 рр. область тримає позиції за типом

економіки з орієнтуванням на сферу послуг, транспорт, сільське господарство.

Динаміку й обсяги структурних зрушень в економіці регіону характеризує валовий регіональний продукт (ВРП), який є узагальнюючим показником економічного і соціального розвитку регіону. Аналіз значень показника валового регіонального продукту (табл. 1) показав тенденцію до зростання цього показника впродовж досліджуваного періоду часу (дані за 2016 р. ще не є в наявності). Аналогічна тенденція мала місце і для показника валового регіонального продукту в розрахунку на одну особу. Відзначимо, що порівняно з 2012 р. у 2015 р. ці показники зросли більше ніж на 50%.

За даними Державної служби статистики України [16], частка Одеської області у формуванні валового регіонального продукту загалом по Україні зростала й у 2015 р. становила 5,0%, що відповідає шостому місцю серед регіонів, за значенням цього показника у розрахунку на одну особу – сьомому місцю.

Розглянемо показники, що характеризують економічну діяльність підприємств Одеської області (табл. 2).

Загальна кількість суб'єктів, що здійснюють господарську діяльність в області (за ЄДРПОУ), впродовж досліджуваного періоду скорочувалася, порівняно з 2012 р. у 2016 р. їхня кількість зменшилася на 15%. У структурі підприємств переважна частка належить малим підприємствам. Кількість зайнятих працівників також скорочувалася протягом 2012–2016 рр. Найвища зайнятість мала місце у таких галузях, як транспорт, промисловість, сільське господарство. Зменшення кількості зайнятих пояснюється відтоком населення області для працевлаштування за

кордоном і в інші регіони України. За кількістю зайнятих працівників лідирують середні підприємства, у середньому 40% зайнятих працівників.

Незважаючи на скорочення кількості підприємства, загальний обсяг реалізованої ними продукції зростає. Найвищий темп зростання мав місце в 2015 р. – 35,2%. Загалом у 2016 р. обсяг реалізованої продукції порівняно з 2012 р. збільшився майже вдвічі.

Позитивну тенденцію демонструє показник частки підприємств, які отримали прибуток, що свідчить про поступовий вихід економіки області з кризи. Найбільша частка прибуткових підприємств упродовж періоду, що аналізується, припадала на сільське, лісове та рибне господарство. Індекс промислової продукції з 2012 по 2015 р. становив менше 100%, що говорить про зменшення обсягів її виробництва, лише в 2016 р. мало місце зростання. Однак відзначимо, що значення цього показника перевищували його середній рівень по Україні.

Рівень рентабельності операційної діяльності з 2012 по 2015 р. зменшувався, і в 2013 та 2014 рр. діяльність підприємств була нерентабельною. Однак у 2016 р. має місце істотне поліпшення цього показника. Серед видів економічної діяльності, представлених у регіоні, впродовж 2012–2016 рр. стабільну рентабельність виробництва демонструвало лише сільське, лісове та рибне господарство (у 2016 р. значення цього показника становило 38,4%). Поліпшилася ситуація у промисловості, транспорті, торгівлі, хоча в попередні роки ці галузі були збитковими.

Проведемо аналіз основних статистичних показників інноваційного розвитку Одеської

Таблиця 1

Валовий регіональний продукт Одеської області

Назва показника	Значення показників			
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
У фактичних цінах				
усього, млн. грн.	64743	69760	74934	99761
у розрахунку на одну особу, грн.	27070	29118	31268	41682
частка регіону у відсотках до підсумку по країні	4,4	4,6	4,7	5,0

Таблиця 2

Показники економічної діяльності підприємств Одеської області

Назва показника	Значення показників				
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Кількість підприємств, од.	24676	26016	23939	23883	21004
Кількість зайнятих працівників, осіб	367916	351982	327449	309026	268446
Обсяг реалізованої продукції, млн. грн	141059,4	136354,6	156750,5	211919,7	278746,1
Частка підприємств, які отримали прибуток, %	64,9	68,4	69,2	75,6	76,1
Індекс промислової продукції, %	96,9	100,6	99,7	96,1	109,2
Індекс промислової продукції по Україні, %	99,5	95,7	89,9	87	102,8
Рівень рентабельності операційної діяльності, %	5,4	4,3	-13,8	-2	6,9
Рівень рентабельності операційної діяльності по Україні, %	5	3,9	-4,1	1	7,4

області. Враховуючи доступність статистичних даних, дослідження обмежимо періодом часу з 2012 по 2015 р. Дані про інноваційну активність підприємств Одеської області представлено в табл. 3.

Як впливає з представлених даних, частка підприємств, що займалися інноваціями, впродовж досліджуваного періоду спадала до 2014 р., після чого мало місце її збільшення. Однак порівняно з 2012 р. у 2015 р. значення цього показника зменшилося на 2,9%. Загальна сума витрат істотно коливалася впродовж досліджуваного періоду, і в 2015 р. вона зменшилася порівняно з 2012 р. на 96,7%. Це скорочення відбулося переважно за рахунок зменшення витрат на придбання машин обладнання та програмного забезпечення. У структурі науково-дослідних робіт переважали внутрішні розробки. Зокрема, у 2015 р. вони переважали обсяг витрат на проведення зовнішніх НДР майже у 50 разів.

Загалом питома вага підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, знаходиться в

межах 20% (як і в середньому по Україні). Для порівняння: у розвинутих країнах Європи інноваційною діяльністю займається від 50% до 60% загальної кількості підприємств. Сьогодні в країнах Європейського Союзу питома вага підприємств, що займаються інноваційною діяльністю, становить близько 53%. Найбільша кількість інноваційних підприємств серед країн ЄС знаходиться у Німеччині (79,3%), найменша – у Болгарії (27,1% до загальної кількості підприємств) [21].

Інноваційна активність галузей промисловості в розрізі технологічних укладів за останні роки майже не змінилася, але більш активною стала інноваційна діяльність у галузі сектору середніх технологій; зросла інноваційна активність металургії та обробки металу у секторі низьких технологій [12, с. 79].

Динаміка зміни показників частки інноваційно активних підприємств Одеської області та загальної суми витрат на інновації з 2012 по 2015 р. зображена на рис. 1.

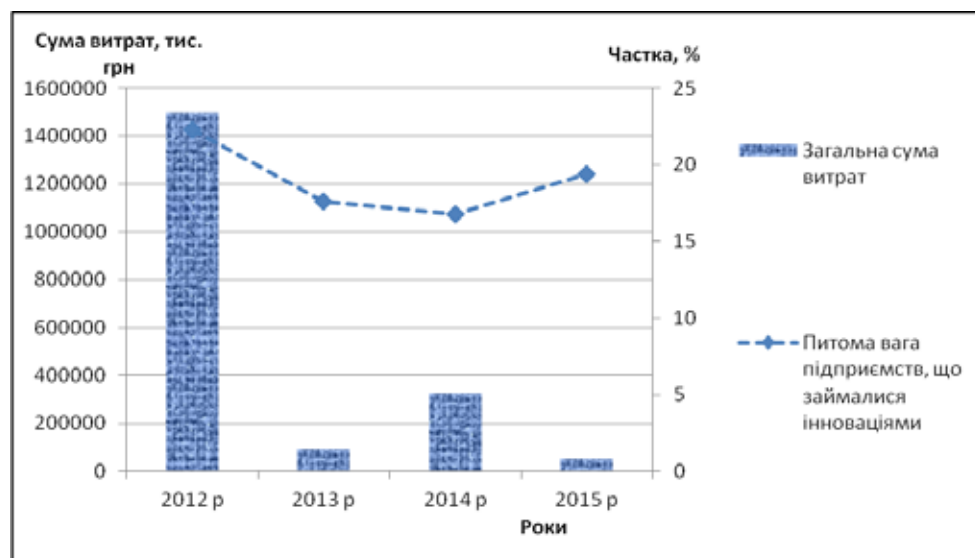


Рис. 1. Зміна показників частки інноваційно активних підприємств та загальної суми витрат на інновації

Таблиця 3

Дані про інноваційну активність підприємств Одеської області, тис. грн.

Показники	Значення показників			
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	22,3	17,6	16,8	19,4
Загальна сума витрат	1497384,8	91028,7	323891,6	49670,7
у тому числі за напрямками				
дослідження і розробки, у тому числі	26339,9	4358	960,6	6537,9
внутрішні НДР	4626,8	3969,6	661,3	6393,9
зовнішні НДР	21713,1	388,4	299,3	144
придбання інших зовнішніх знань	1610,2	22,9	2,2	462,9
придбання машин обладнання та програмного забезпечення	1460535,3	85481,6	321468,4	42414,1
інші витрати	8899,4	1166,2	1460,4	255,8

Аналіз динаміки кількості інноваційно активних підприємств (табл. 4) показав, що значення цього показника знижувалося і в 2015 р. становило 80% від цієї кількості на початок періоду. При цьому питома вага Одеської області впродовж трьох останніх років залишалася практично незмінною, хоча й знизилася порівняно з 2012 р.

Таблиця 4

Динаміка кількості інноваційно активних підприємств

Роки	Кількість інноваційно активних підприємств, од.	Питома вага Одеської області, %
2012	83	4,7
2013	69	4,0
2014	67	4,2
2015	67	4,1

У структурі витрат на інноваційну діяльність (табл. 5), як і в цілому в Україні, переважають витрати на придбання машин обладнання та про-

грамного забезпечення. Структура витрат на інноваційну діяльність у 2015 р. зображена на рис. 2.

У структурі джерел фінансування наукової діяльності впродовж досліджуваного періоду часу (табл. 6) переважають власні джерела, крім 2012 р., коли мало місце іноземне інвестування. Однак у подальші роки надходження іноземного капіталу на фінансування інноваційної діяльності не відбувалося.

Аналіз загальної суми витрат на виконання наукових досліджень і розробок за видами робіт (табл. 7) показує спадну тенденцію до 2014 р., після чого значення зросло, причому зростання порівняно з попереднім роком становило 27,3%, а порівняно з базовим роком – 7,6%.

При цьому відбувалося поступове скорочення фінансування як фундаментальних, так і прикладних розробок (на 8% упродовж досліджуваного періоду часу). Частка коштів, якими фінансувалися експериментальні розробки, натомість зростала (у 2015 р. на 50% порівняно з 2012 р.).

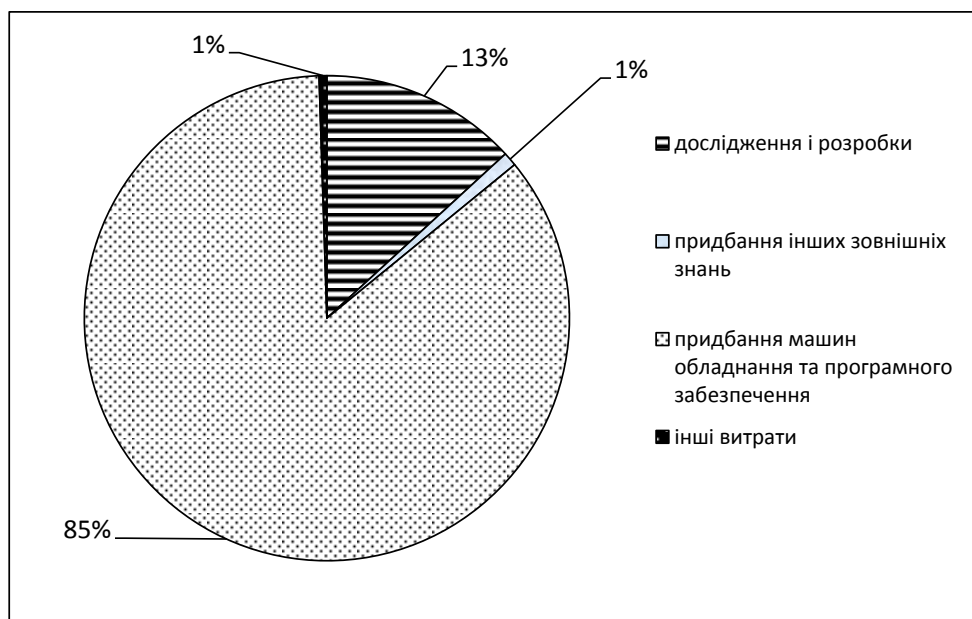


Рис. 2. Структура витрат на інноваційну діяльність у 2015 р.

Таблиця 5

Структура витрат на інноваційну діяльність

Роки	Загальна сума витрат, тис. грн.	у тому числі за напрямками							
		дослідження і розробки		придбання інших зовнішніх знань		придбання машин, обладнання та програмного забезпечення		інші витрати	
		Значення, тис. грн.	Частка, %	Значення, тис. грн.	Частка, %	Значення, тис. грн.	Частка, %	Значення, тис. грн.	Частка, %
2012	1497384,8	26339,9	1,8	1610,2	0,1	1460535,3	97,5	8899,4	0,6
2013	91028,7	4358	4,8	22,9	0,0	85481,6	93,9	1166,2	1,3
2014	323891,6	960,6	0,3	2,2	0,0	321468,4	99,3	1460,4	0,5
2015	49670,7	6537,9	13,2	462,9	0,9	42414,1	85,4	255,8	0,5

Таблиця 6

Структура джерел фінансування інноваційної діяльності

Роки	Загальна сума витрат, тис. грн.	У тому числі за рахунок коштів							
		власних		вітчизняних інвесторів		іноземних інвесторів		інші джерела	
		Значення, тис. грн.	Частка, %	Значення, тис. грн.	Частка, %	Значення, тис. грн.	Частка, %	Значення, тис. грн.	Частка, %
2012	1497384,8	135902,7	9,1	—	—	600005,6	40,1	761476,5	50,9
2013	91028,7	88310,1	97,0	—	—	—	—	2718,6	3,0
2014	323891,6	320582,3	99,0	—	—	—	—	3309,3	1,0
2015	49670,7	39642,8	79,8	—	—	—	—	10027,9	20,2

Таблиця 7

Витрати на наукові дослідження і розробки за видами робіт

Назва показника	Значення показників, тис. грн.				Темпи росту, %			
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2013 р. / 2012 р.	2014 р. / 2013 р.	2015 р. / 2014 р.	2015 р. / 2012 р.
Усього, у фактичних цінах	187543,9	181346,4	172036,2	201741,9	96,7	94,9	117,3	107,6
У тому числі на виконання								
фундаментальних наукових досліджень	72652,1	70088,9	69847,6	66930,6	96,5	99,7	95,8	92,1
прикладних наукових досліджень	60614	56442,3	52249,4	55904,8	93,1	92,6	107,0	92,2
науково-технічних (експериментальних) розробок	54277,8	54815,2	49939,2	78906,5	101,0	91,1	158,0	145,4

Таблиця 8

Структура витрат на наукові дослідження і розробки за видами робіт

Роки	Усього, у фактичних цінах, тис. грн.	Фундаментальних наукових досліджень		Прикладних наукових досліджень		Науково-технічних (експериментальних) розробок	
		Значення, тис. грн.	Частка, %	Значення, тис. грн.	Частка, %	Значення, тис. грн.	Частка, %
2012	187543,9	72652,1	38,7	60614	32,3	54277,8	28,9
2013	181346,4	70088,9	38,6	56442,3	31,1	54815,2	30,2
2014	172036,2	69847,6	40,6	52249,4	30,4	49939,2	29,0
2015	201741,9	66930,6	33,2	55904,8	27,7	78906,5	39,1

У структурі витрат за видами робіт (табл. 8) частки фінансування для кожного виду були практично однаковими, хоча можна відзначити певне збільшення у 2015 р. частки для експериментальних досліджень. Структура витрат у 2015 р. наведена на рис. 3.

Аналіз даних щодо впровадження інновацій (табл. 9) показує, що питома вага підприємств, які впроваджували інновації, впродовж 2012–2014 рр. зменшувалася, але в 2015 р. мало місце збільшення значення цього показника. Показник кількості впроваджених нових технологічних процесів мав мінливу тенденцію зміни, але у цілому порівняно з 2012 р. у 2015 р. відбулося зменшення значення на 26%. Показник упровадження нових інноваційних видів продукції також мав негативну тенденцію зміни і в 2015 р. зменшився порівняно з 2012 р. майже на 50%. Також зменшувалася й питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової – втричі впродовж досліджуваного періоду часу.

Відзначимо також, що протягом досліджуваного періоду обсяг упровадження інноваційних видів продукції на промислових підприємствах Одеської області значно перевищував обсяг упровадження нових технологічних процесів. Частка маловідходних, ресурсозберігаючих і безвідходних технологічних процесів у впровадженні нових технологічних процесів перевищувала частку нових видів техніки в упровадженні інноваційних видів продукції. За цей період обсяг реалізованої інноваційної продукції, що є новою для ринку, збільшився в Одеській області на 9,7%. Обсяг реалізованої інноваційної продукції, яка є новою лише для підприємства, зменшилася на 67,8%. Частка Одеської області в загальноукраїнському обсязі реалізованої інноваційної продукції, що є новою для ринку, впродовж досліджуваного періоду збільшувалася і в 2015 р. порівняно з 2012 р. зросла на 8,3%. Натомість питома вага області в загальноукраїнському обсязі реалізованої інно-

ваційної продукції, яка є новою для підприємств, протягом 2012–2015 рр. зменшувалася і в результаті скоротилася на 1,1% (табл. 10).

Ефективність інноваційної діяльності значною мірою визначається інтелектуальним потенціалом, який формують наукові кадри. Одеська область має потужний інтелектуальний потенціал, який дає змогу здійснювати інноваційну діяльність як у науково-дослідних установах, так і на підприємствах. За даними, наведеними в табл. 11, загальна

кількість організацій, що виконують наукові та науково-технічні роботи, у 2015 р. становила 49 одиниць, тоді як у 2013 р. – 54 одиниці. Незважаючи на тенденцію до їх зменшення (така тенденція спостерігається по всіх регіонах), Одещина продовжує утримувати п'яте місце серед регіонів за кількістю організацій, що виконують наукові та науково-технічні роботи. Також мала місце негативна тенденція зміни показника кількості науковців, за досліджуванний період їхня кількість зменшилась на 18%. Натомість

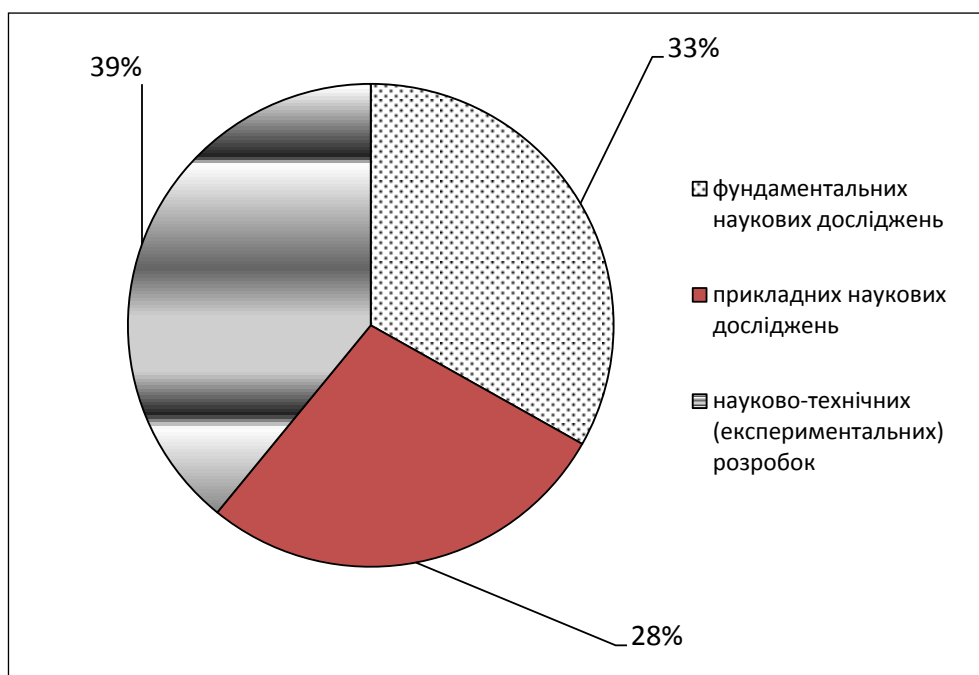


Рис. 3. Структура витрат за видами робіт у 2015 р.

Таблиця 9

Впровадження інновацій на промислових підприємствах

Назва показника	Значення показників			
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	14	11,3	9,8	17,2
Впроваджено нових технологічних процесів, процесів, од.	35	24	30	26
у т. ч. маловідходні, ресурсозберігаючі, од.	28	20,0	11,0	15,0
Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	108	87,0	82,0	58,0
із них нові види техніки, од.	8	9,0	7,0	10,0
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	3,6	3,6	2,4	1,2

Таблиця 10

Динаміка обсягу реалізованої інноваційної продукції

Назва показника	Значення показників			
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, що є новою для ринку, тис. грн.	489125,5	551550,2	525058,5	536452,3
Частка Одеської області, %	3,4	4,5	7,4	11,7
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, що є новою лише для підприємства, тис. грн.	389481	365221,4	173640,1	125264
Частка Одеської області, %	1,8	1,6	0,9	0,7

Таблиця 11

Наукові кадри і кількість організацій

Назва показника	Значення показників			
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Кількість організацій, які виконують наукові дослідження й розробки, од.	54	52	51	49
Чисельність науковців, осіб	2461	2342	2129	2030
Чисельність докторів наук в економіці області, осіб	871	900	928	...
Чисельність кандидатів наук в економіці області, осіб	4789	4861	4950	...

Таблиця 12

Кількість працівників, які займалися науковою діяльністю

Назва показника	Значення показників			
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Кількість працівників наукових організацій, осіб	3677,0	3486,0	3333,0	3066,0
з них:				
дослідників	2092	1975	1791	1713
техніків	369	367	338	317
допоміжного персоналу	563	550	492	483
докторів наук	151	157	152	151
кандидатів наук	510	503	483	450

мість спостерігається зростання кількості науковців із науковими ступенями, що є позитивним явищем, особливо з урахуванням загальнонаціональної тенденції до зменшення цих показників.

Дані про кількість працівників наукових організацій за категоріями персоналу наведено в табл. 12. Як впливає з представлених даних, за всіма категоріями працівників має місце скорочення кількості науковців. Зокрема, загальна кількість працівників наукових організацій упродовж досліджуваного періоду зменшилася на 16%. Відзначимо, що така тенденція є характерною для всіх регіонів України.

Це пояснюється невисоким рівнем оплати праці науковців, утратою престижності цієї професії, переходом працівників наукових і навчальних інституцій у бізнесові структури, виїзд їх для працевлаштування за кордон. Слід відзначити, що така тенденція має місце і для всіх категорій наукових працівників.

Таким чином, проведений аналіз показав погіршення стану інноваційної діяльності в Одеській області впродовж 2012–2015 рр., оскільки переважна кількість показників мала негативну тенденцію до зміни. Причинами цього, на нашу думку, є недостатнє фінансування інноваційної діяльності підприємств області, скорочення кількості наукових кадрів, незначна кількість конкурентоздатних інноваційних проектів, великі витрати на нововведення, високий економічний ризик, тривалий термін окупності нововведень, нестача інформації про нові технології та ринки збуту, відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами та науковими установами, відсутність кваліфікованого персоналу, відсутність попиту на високотех-

нологічну продукцію на внутрішньому ринку через домінування галузей, орієнтованих на виробництво низькотехнологічної продукції, несприйнятливості підприємств до нововведень, недостатній рівень захисту прав інтелектуальної власності тощо. Крім того, не створено помітних податкових і тарифних стимулів для промислових підприємств по інвестиціях у НДР і системи компенсації витрат на впровадження інновацій.

У Стратегії економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 р. [19] серед регіональних пріоритетів забезпечення конкурентоспроможної місцевої економіки визначено операційну ціль, пов'язану з упровадженням інноваційно-інвестиційної моделі розвитку індустрії. Вона передбачає:

- створення умов для впровадження на підприємствах індустрії інноваційних проектів;
- стимулювання власного виробництва продукції в регіоні для зменшення частки імпортованих товарів;
- створення сприятливого інвестиційного клімату в регіоні для активного інвестування в інноваційні проекти коштів українських інвесторів
- стимулювання винахідницької діяльності;
- формування сприятливого інвестиційного клімату в регіоні для активного притоку іноземних інвесторів, зокрема шляхом створення індустріальних парків.

Для виявлення конкурентних переваг та обмежень перспективного розвитку Одеської області розглянемо застосування SWOT-аналізу. Характеристика сильних та слабких сторін регіону, зовнішніх можливостей та загроз для його розвитку представлена в табл. 13.

Результати SWOT-аналізу

Сильні сторони (внутрішні переваги)	Слабкі сторони (внутрішні недоліки)
– наявність конкурентоспроможних секторів економіки; – активне підприємницьке середовище; – перспективи формування спеціалізованих потужних кластерів; – потужний природний потенціал для відновлювальної енергетики (сонячної та вітрової); – науковий потенціал, наявність провідних, відомих наукових шкіл; – наявність науково-дослідницьких установ, що здійснюють наукові дослідження у різних галузях науки; – достатня кількість вищих навчальних закладів та науково-дослідних установ різного профілю для розвитку наукового потенціалу; – підготовка кваліфікованих фахівців за широким спектром наукових дисциплін; – наявність висококваліфікованих наукових кадрів	– зовнішня енергетична залежність та низький рівень власної енергозабезпеченості; – поступова втрата виробничого потенціалу підприємств області; – недостатній рівень наукоємних та інноваційних виробництв; – нерівномірність розміщення промислових об'єктів та інфраструктури; – висока зношеність основних фондів; – зменшення кількості організацій, що виконують наукові дослідження і розробки, та обсягів науково-дослідних робіт світового рівня; – недостатня забезпеченість матеріально-технічної бази наукових досліджень; – наявність проблем фінансування наукових досліджень; – відсутність у молоді мотивації до наукових досліджень
Можливості	Загрози
– активне співробітництво з державами Чорноморського регіону; – активна позиція місцевої влади щодо поліпшення інвестиційного клімату в регіоні; – потенційна інвестиційна привабливість регіону для закордонних інвесторів; – розвиток перспективних галузей та територій для залучення іноземного капіталу	– перманентний стан економічної кризи в Україні внаслідок політичної та економічної нестабільності в країні; – висока конкуренція з боку інших регіонів та держав; – слабка забезпеченість гарантій із боку держави для закордонних інвесторів; – недовіра іноземних бізнесових кіл до гарантування державою захисту інвестицій та економічних інтересів; – незадовільна структура зовнішніх інвестицій; – слабка участь банківського сектору в кредитуванні економіки та підприємницького сектору, високі ставки кредитування; – слабка інформованість потенційних партнерів про можливості регіону

Ми підтримуємо думку авторів [10; 12], що, крім означених у матриці SWOT-аналізу, до проблем розроблення та впровадження інновацій, які притаманні всім регіонам України, можна віднести:

1) погіршення внутрішнього попиту на інноваційну продукцію внаслідок зниження купівельної спроможності населення;

2) відтік людського капіталу внаслідок міграційних процесів;

3) розподіл фінансування за залишковим принципом;

3) ресурсну спрямованість економіки країни;

4) зниження науково-дослідної та винахідницької активності в регіонах, створення нових технологій унаслідок відсутності державної підтримки у сфері управління інтелектуальною власністю;

5) зниження обсягів прямих іноземних інвестицій, що істотно обмежує перспективи інноваційної діяльності, недостатню дієвість економічних стимулів щодо залучення інвестиційних ресурсів в інноваційні процеси;

7) недостатню сформованість інституційних умов для розвитку інноваційної інфраструктури.

Серед заходів з активізації інноваційного розвитку Одеської області в контексті Стратегії економічного та соціального розвитку до 2020 р. можна вказати такі:

– створення інноваційних кластерів, орієнтованих на найбільш розвинені та конкурентоспроможні галузі економіки, зокрема транспорт, туризм, сільське господарство, виробництво електроенергії;

– пошук інвестиційних джерел фінансування, спрямованих на комерціалізацію наукоємних розробок;

– освоєння виробництва інноваційної конкурентоздатної нової продукції, впровадження новітніх енергозберігаючих технологій;

– створення та розвиток центрів трансферу технологій, технопарків, високотехнологічних бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів;

– сприяння розвитку високотехнологічного виробництва;

– розвиток співпраці з іноземними інвесторами;

– фінансування науково-дослідних програм, підтримка інноваційних ініціатив молоді.

Реалізація комплексу представлених заходів сприятиме розвитку інноваційної активності суб'єктів підприємницької діяльності в Одеській області, поліпшенню бізнес-клімату, зростанню обсягів залучених інвестиційних ресурсів, у тому числі від іноземних інвесторів, що в кінцевому підсумку призведе до створення додаткових робочих

місць, збільшення обсягів виробництва інноваційної продукції та підвищення темпів економічного зростання області.

Висновки з проведеного дослідження.

У статті проведено аналіз стану інноваційної діяльності в Одеській області. Аналіз динаміки показників показав, що для переважної більшості має місце негативна тенденція їх зміни.

Для виявлення конкурентних переваг та обмежень перспективного розвитку Одеської області в роботі використаний SWOT-аналіз. Виявлено основні загрози, серед яких – недостатній обсяг фінансування інноваційних розробок, зменшення кількості науковців, недостатні партнерські зв'язки з іншими країнами, висока зношеність основних фондів. Серед позитивних сторін визначено потужний природний потенціал регіону, науковий потенціал, наявність провідних, відомих наукових шкіл, активна позиція місцевої влади щодо поліпшення інвестиційного клімату в регіоні. Для реалізації стратегії інноваційного розвитку регіону запропоновано низку організаційних заходів, які доцільно використовувати під час формування програм соціально-економічного розвитку області та регіональної програми з активізації інноваційного розвитку Одеської області до 2020 р.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрусів У.Я. Інноваційний розвиток як чинник забезпечення технологічного розвитку регіонів. Сталый розвиток економіки. 2013. № 3. С. 184–189.
2. Дегтярьова І.О. Інструменти інноваційного розвитку регіону: зарубіжний та вітчизняний досвід застосування. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10diovdz.pdf>.
3. Дунаєва В.В. Удосконалення системи управління інноваційним розвитком регіону. Менеджер. 2015. № 1(69). С. 101–109.
4. Луцків О.М. Інноваційний розвиток регіонів України: тенденції, проблеми та перспективи. Економічний форум. 2016. № 2. С. 121–127.
5. Паризький І.В. Проблеми дослідження інноваційно-технологічного розвитку економіки України: методологічний аспект. Причорноморські економічні студії. 2017. № 17. С. 48–52.
6. Повна С.В. Економічний механізм державного управління інноваційно-інвестиційним розвитком регіону. Публічне адміністрування: наукові дослідження та розвиток. 2016. № 1. С. 36–46.
7. Сментина Н.В. Стратегічне планування соціально-економічного розвитку на мезорівні: теорія, методологія, практика: монографія. Одеса: Атлант, 2015 р. 365 с.
8. Стенічева І.Б. Інноваційний потенціал як чинник розвитку регіональних соціально-економічних систем. Причорноморські економічні студії. 2017. № 13–1. С. 119–124.
9. Технологічний імператив стратегії соціально-економічного розвитку України: монографія / Л.І. Федулова, Ю.М. Бажал, В.Л. Осецький та ін.; за

ред. д-ра екон. наук, проф. Л.І. Федулової. К.: Ін-т екон. та прогнозів. НАНУ, 2011. 656 с.

10. Регіональні інноваційні системи України: стан формування та розвитку в умовах інтеграційних процесів: монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л.І. Федулової. К.: Ін-т екон. та прогнозів. НАНУ, 2013. 724 с.

11. Федулова Л.І. Тенденції розвитку національних інноваційних систем: уроки для України. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 4(166). С. 94–104.

12. Бондаренко С.А. Аналітична оцінка динаміки інноваційної діяльності промислових підприємств Одеської області для виявлення можливостей екологізації регіону. Бізнес Інформ. 2015. № 7. С. 77–85.

13. Драчук Ю.З., Трушкіна Н.В. Пропозиції щодо активізації інноваційного розвитку Одеського регіону. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. № 19. С. 24–29.

14. Миронюк Т.І. Інвестиційна діяльність підприємств Одеського регіону. Економіка харчової промисловості. 2013. № 2. С. 59–63.

15. Лайко О.І. Інвестиції в регіонах українського Причорномор'я: ефективність та перспективи. Економічні інновації. 2015. Вип. 60(1). С. 248–259.

16. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

17. Головне управління статистики в Одеській області. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>.

18. Статистичний щорічник України за 2016 рік / за ред. І.Є. Вернера; відп. за вип. О.А. Вишневська. К.: Державна служба статистики, 2017. 611 с.

19. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року. URL: https://oda.odessa.gov.ua/odeska_oblast_ta_oda/sotsialno-ekonomichnyi_ta_kulturnyi_rozvytok/strategiia_ekonomichnoho_ta_sotsialnoho_rozvytku_oblasti_do_2020_roku.html.

20. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. URL: <http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36380.pdf>.

21. Характеристика інноваційної діяльності підприємств. URL: http://www.uiniei.kiev.ua/viewpage.php?page_id=44.

REFERENCES:

1. Andrusiv U. Ya. (2013) Innovatsiyni rozvytok yak chynnyk zabezpechennia tekhnolohichnoho rozvytku rehioniv [Innovative development as a factor in providing technological development of the regions] Stalyi rozvytok ekonomiky. 2013. № 3, p.p. 184 – 189
2. Dehtiarova I. O. Instrumenty innovatsiynoho rozvytku rehionu: zarubizhnyi ta vitchyzniani dosvid zastosuvannia [Tools for innovation development of the region: foreign and domestic experience] [Elementary resource]. Access mode <http://www.academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10diovdz.pdf> /
3. Dunaieva V. V. (2015) Udoskonalennia systemy upravlinnia innovatsiynym rozvytkom rehionu [Improvement of the management system of innovative development of the region]. Menedzher. № 1 (69). Pp. 101-109.
4. Lutskev O. M. (2016) Innovatsiyni rozvytok rehioniv Ukrainy: tendentsii, problemy ta perspektyvy [Innovative development of ukrainian regions: trends,

problems and prospects]. *Ekonomichnyi forum*. № 2. pp. 121-127.

5. Paryzkyi I. V. (2017) Problemy doslidzhennia innovatsiino-tehnolohichnoho rozvytku ekonomiky Ukrainy: metodolohichni aspekt [Problems of research of innovation and technological development of the Ukrainian economy: methodological aspect]. *Prychornomorski ekonomichni studii*. № 17. pp. 48-52.

6. Povna S. V. (2016) Ekonomichnyi mekhanizm derzhavnogo upravlinnia innovatsiino-investytsiynym rozvytkom rehionu [Economic mechanism of state management of innovation and investment development of the region]. *Publichne administruvannia: naukovy doslidzhennia ta rozvytok*. № 1. pp. 36-46.

7. Smentyna N. V. (2015) Stratehichne planuvannia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku na mezorivni: teoriia, metodolohiia, praktyka [monohrafiia] [Strategic planning of socio-economic development on the meso-level: theory, methodology, practice]. Odesa: Atlant, 365 p.

8. Stenicheva I. B. (2017) Innovatsiyni potentsial yak chynnyk rozvytku rehionalnykh sotsialno-ekonomichnykh system [Innovative potential as a factor for development of regional socio-economic systems]. *Prychornomorski ekonomichni studii*. № 13-1. pp. 119-124.

9. Fedulova L. I., Bazhal Yu. M., Osetskyi V. L. and others (2011) Tekhnolohichni imperatyv stratehii sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Ukrainy : monohrafiia [Technological imperative of the strategy of social and economic development of Ukraine], za red. d-ra ekon. nauk, prof. L. I. Fedulovoi. Kyiv : Instytut ekonomiky ta prohnozuvannia NANU, 656 p.

10. Fedulova L. I. (2013) Rehionalni innovatsiini systemy Ukrainy: stan formuvannia ta rozvytku v umovakh intehtatsiinykh protsesiv: monohrafiia [Regional innovation system of Ukraine: state formation and development in the context of integration processes], za red. d-ra ekon. nauk, prof. L. I. Fedulovoi. – K. Instytut ekonomiky ta prohnozuvannia NANU, 724 p.

11. Fedulova L. I. (2015) Tendentsii rozvytku natsionalnykh innovatsiinykh system: uroky dlia Ukrainy [National innovation systems development trends: lessons for Ukraine] *Aktualni problemy ekonomiky*. № 4 (166). pp. 94-104.

12. Bondarenko S. A. (2015) Analitychna otsinka dynamiky innovatsiinoi diialnosti promyslovykh pidpriemstv Odeskoi oblasti dlia vyavlennia mozhlyvostei

ekolohizatsii rehionu [Analytical estimation of dynamics of innovation activities of industrial enterprises in the Odessa region to identify opportunities for ecologization of the region] *Biznes Inform*. № 7. pp. 77-85.

13. Drachuk Yu. Z., Trushkina N. V. (2016) Propozyt-sii shchodo aktyvizatsii innovatsiinoho rozvytku Odeskoho rehionu [Proposals to enhance the innovative development of Odessa region]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*. № 19. pp. 24-29.

14. Myroniuk T. I. (2013) Investytsiina diialnist pidpriemstv Odeskoho rehionu [Investment activity of enterprises of the Odessa region]. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*. № 2. pp. 59-63.

15. Layko O. I. (2015) Investytsii v rehionakh ukrain-skoho prychnomoria: efektyvnist ta perspektyvy [Investments in the Ukrainian Black Sea regions: effectiveness and perspectives]. *Ekonomichni innovatsii*. Vyp. 60(1). pp. 248-259.

16. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] [Elementary resource] Access mode <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

17. Holovne upravlinnia statystyky v Odeskii oblasti [The main department of statistics in the Odessa region] [Elementary resource] Access mode <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>.

18. (2017) Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2016 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2016] Za red. I. Ye. Vernera ; vidp. za vyp. O. A. Vyshnevsk. Kyiv : Derzhavna sluzhba statystyky, 611 p.

19. Stratehiia ekonomichnoho ta sotsialnoho rozvytku Odeskoi oblasti do 2020 roku [Strategy of economic and social development of the Odessa region up to 2020] [Elementary resource] Access mode https://oda.odessa.gov.ua/odeska_oblast_ta_oda/sotsialno-ekonomichnyi_ta_kulturnyi_rozvytok/stratehiia_ekonomichnoho_ta_sotsialnoho_rozvytku_oblasti_do_2020_roku.html.

20. Stratehiia innovatsiinoho rozvytku Ukrainy na 2010-2020 roky v umovakh hlobalizatsiinykh vyklykiv [Strategy of innovation development of Ukraine for 2010-2020 in the context of globalization challenges] [Elementary resource] Access mode <http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36380.pdf>.

21. Kharakterystyka innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv [Characteristics of enterprises' innovative activity] [Elementary resource] Access mode http://www.uinter.kiev.ua/viewpage.php?page_id=44.

Hryhoruk P.M.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Department of Automated
Systems and Modelling in Economics,
Khmelnytskyi National University

Grygoruk S.S.

Candidate of Pedagogical Science,
Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Software Engineering
Khmelnytskyi National University

ANALYSIS OF TRENDS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ODESA REGION

In current conditions of business, innovations are the basis of rapid and stable socio-economic development of regions. Their implementation contributes to the achievement of a high technological and competitive level of the country and individual regions, types of economic activity and enterprises through the realization of new ideas that have a scientific novelty and practical significance for activating innovation processes.

Formation of innovative regional development policy requires specialized information support. Its role is grown with the transition to a market mechanism of business and the spread of innovation in all areas of management.

The purpose of the article is to study the state of innovative development of the Odesa region, to identify trends in the change of indicators of innovation activity, and to develop recommendations for measures to intensify this activity.

The analysis of values of the indicator of the gross regional product from 2012 to 2015 showed a tendency to increase this indicator during the investigated period of time. The share of the Odesa region in the formation of the gross regional product in general throughout Ukraine grew. A similar trend has taken place for the indicator of the gross regional product per 1 person. However, the analysis of the dynamics of indicators of innovation activity in the Odesa region showed a deterioration of its state during 2012–2015, as the overwhelming number of indicators had a negative tendency to change. The reasons for this are the lack of financing of innovation activities of the region's enterprises, reduction of the number of scientific staff, a small number of competitive innovative projects, high economic risk, and other destructive factors.

In order to identify the competitive advantages and limitations of the long-term development of the Odesa region, SWOT-analysis was used. The main threats were identified, including insufficient funding for innovative activity, reduced number of scholars, lack of partnerships with other countries, high depreciation of fixed assets. Among the positive aspects are identified the strong natural potential of the region, the scientific potential, the presence of leading well-known scientific institutions, and the active role of local authorities in improving the investment climate in the region.

In order to implement the strategy of innovative development of the region, a number of organizational measures are suggested that should be used to form programs of socio-economic development of the region and a program to enhance the innovative development of the Odesa region up to 2020.

РОЗДІЛ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІМОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗВИТКУ
УЗАГАЛЬНЕНОЇ ДИНАМІЧНОЇ МІЖГАЛУЗЕВОЇ ЕКОНОМІКИ
З РІЗНИМИ ВИДАМИ ДІЯЛЬНОСТІOPTIMAL GROWTH MODELLING OF THE GENERALIZED DYNAMIC
INTERINDUSTRY ECONOMICS WITH VARIOUS KINDS OF ACTIVITY

УДК 330.101:519.866

Бойчук М.В.

к.ф.-м.н.,

доцент кафедри економіко-
математичного моделювання
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича**Маханець Л.Л.**

к.е.н.,

доцент кафедри економіко-
математичного моделювання
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Запропоновано модель оптимального розвитку узагальненої динамічної міжгалузевої економіки з різними видами діяльності (виробничими технологіями). У математичному плані модель є задачею оптимального керування, де керуваннями виступають споживання, валові інвестиції, праця, рівень діяльності та кінцевий попит. Проведено її дослідження. Оптимальні керування за валовими інвестиціями, за споживанням та за робочою силою можна визначити одним із числових методів розв'язування задач нелінійного програмування. Визначено оптимальний процес.

Ключові слова: модель, узагальнена міжгалузева економіка, різні види діяльності, оптимальні траєкторії, оптимальні керування.

Предложена модель оптимального развития обобщенной динамической межотраслевой экономики с различными видами деятельности (производственными технологиями). В математическом плане модель является задачей оптимального управления, где управлениями выступают потребление, валовые инвестиции, труд, уровень деятельности и конечный спрос. Проведено ее исследование. Оптимальные управления

по валовым инвестициям, по потреблению и по рабочей силой можно определить одним из численных методов решения задач нелинейного программирования. Определены оптимальный процесс.

Ключевые слова: модель, обобщенная межотраслевая экономика, различные виды деятельности, оптимальные траектории, оптимальные управления.

The model of optimal growth of a generalized dynamic interindustry economics with various kinds of activity (production technologies) is proposed in the paper. In mathematical terms, the model is the task of optimal control. Control in model consists of consumption, gross investment, labour, level of activity and final demand. The model was explored. Optimal control of gross investment, consumption and labour force can be identified as one of the numerical methods for solving nonlinear programming tasks. The optimal process is determined.

Key words: model, generalized interindustrial economy, different types of activities, optimal trajectories, optimal control.

Постановка проблеми. У моделі міжгалузевих зв'язків (моделі Леонтьєва) припускається, що в кожній галузі маємо тільки одну виробничу технологію (процес або вид діяльності) [1, с. 157–197]. Ослабивши це обмеження і припустивши, що кожна галузь володіє декількома, але скінченим числом технологій, одержимо модель, яка називається узагальненою моделлю Леонтьєва [1, с. 239–245], тобто узагальненою моделлю міжгалузевих зв'язків із різними видами діяльності (виробничими технологіями).

Тому актуальним як у теоретичному, так і в практичному плані є дослідження оптимальних динамічних систем з узагальненими міжгалузевими зв'язками за різних видів діяльності. Крім того, галузь або декілька галузей не інвестують інші галузі на рівні великих концернів або держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні дослідження оптимальних динамічних систем проводиться у двох напрямках.

До першого напряму належать роботи [2; 3] та ін., у яких для дослідження оптимальних дина-

мічних систем використовуються необхідні умови оптимальності – принцип Понтрягіна.

До другого напряму належать роботи [4; 5] та ін., у яких для дослідження використовуються достатні умови оптимальності.

У цій статті для дослідження оптимальної динамічної системи з узагальненим міжгалузевим зв'язком за різних видів діяльності використовуються достатні умови оптимальності.

Постановка завдання. Мета статті – запропонувати модель оптимального розвитку узагальненої динамічної міжгалузевої економіки з різними видами діяльності й провести її дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Економіко-математична модель

Сформулюємо припущення для побудови економіко-математичної моделі.

Припущення 1. Будемо вважати, що в економіці випускається m видів продукції. Позначимо через $A = (a_{ij}^{(l)})$ узагальнену матрицю прямих затрат (узагальнена матриця Леонтьєва – технологічна матриця), $l = \overline{1, v(j)}$ ($v(j)$ – кількість виробничих технологій у відповідній галузі), $i, j = \overline{1, m}$ та d – вектор коефіцієнтів затрат живої праці

$$A = \begin{pmatrix} \text{галузь 1} & \text{галузь 2} & \dots & \text{галузь } m \\ a_{11}^{(1)} \dots a_{11}^{(v(1))} & a_{12}^{(1)} \dots a_{12}^{(v(2))} & \dots & a_{1m}^{(1)} \dots a_{1m}^{(v(m))} \\ a_{21}^{(1)} \dots a_{21}^{(v(1))} & a_{22}^{(1)} \dots a_{22}^{(v(2))} & \dots & a_{2m}^{(1)} \dots a_{2m}^{(v(m))} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{m1}^{(1)} \dots a_{m1}^{(v(1))} & a_{m2}^{(1)} \dots a_{m2}^{(v(2))} & \dots & a_{mm}^{(1)} \dots a_{mm}^{(v(m))} \end{pmatrix},$$

$$d = (d_1^{(1)}, \dots, d_1^{(v(1))}, d_2^{(1)}, \dots, d_2^{(v(2))}, \dots, d_m^{(1)}, \dots, d_m^{(v(m))})',$$

($'$) – операція транспонування матриці.

Матриця коефіцієнтів випуску одержується з одиничної матриці шляхом її розширення:

$$E = \begin{pmatrix} 1 \dots 1 & 0 \dots 0 & \dots & 0 \dots 0 \\ 0 \dots 0 & 1 \dots 1 & \dots & 0 \dots 0 \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ 0 \dots 0 & 0 \dots 0 & \dots & 1 \dots 1 \end{pmatrix}.$$

Позначимо вектор обсягу проміжної продукції (рівень діяльності) через X , а вектор кінцевого попиту (випуску) через Y :

$$X = \begin{pmatrix} X_1^{(1)} \\ \vdots \\ X_1^{(v(1))} \\ \vdots \\ X_m^{(v(m))} \end{pmatrix}, \quad Y = \begin{pmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ \vdots \\ Y_m \end{pmatrix}.$$

Кожна галузь вибирає з числа доступних їй технологій одну визначену технологію, тобто визначається із нерівностей:

$$(E - A)X(t) \geq Y(t),$$

$$X(t) \geq 0, t \in [t_0, T]$$

або в покомпонентній формі:

$$\sum_{j=1}^{v(i)} X_j^{(i)}(t) - \sum_{j=1}^m \sum_{l=1}^{v(j)} a_{ij}^{(l)} X_j^{(l)}(t) \geq Y_i(t), \quad (1)$$

$$X_j^{(i)}(t) \geq 0, j = 1, \dots, v(i), i = \overline{1, m}.$$

Припущення 2. Зауважимо, що, крім внутрішніх ресурсів, які є звичайними продуктами, існують і ще зовнішні ресурси та ті, максимальний обсяг яких обмежений, тобто так звані обмежені чинники виробництва. Реалістично вважати, що рівень діяльності обмежений не тільки працею, а й залежно від вибору часового терміну виробництва основними фондами, головними елементами яких є виробничі споруди і станки, а також земля та багато інших важливих ресурсів. Обмеження рівня діяльності можна виразити у вигляді системи нерівностей типу « $\leq$ ». Якщо позначити обсяг ресурсу i , який необхідний для випуску одиниці продукції кожного процесу в галузі j як

$$\gamma_{ij}^{(l)}, \text{ де } l = \overline{1, v(i)}, i = \overline{1, m}, j = \overline{1, m},$$

а наявні обсяги ресурсів j як

$$\gamma_i, \text{ де } i = \overline{1, m},$$

то реально досягнутий обсяг випуску повинен відповідати такій умові (нерівності):

$$\Gamma X(t) \leq \gamma, t \in [t_0, T],$$

де

$$\Gamma = \begin{pmatrix} \text{галузь 1} & \text{галузь 2} & \dots & \text{галузь } m \\ \gamma_{1,1}^{(1)} \dots \gamma_{1,1}^{(v(1))} & \gamma_{1,2}^{(1)} \dots \gamma_{1,2}^{(v(2))} & \dots & \gamma_{1,m}^{(1)} \dots \gamma_{1,m}^{(v(m))} \\ \gamma_{2,1}^{(1)} \dots \gamma_{2,1}^{(v(1))} & \gamma_{2,2}^{(1)} \dots \gamma_{2,2}^{(v(2))} & \dots & \gamma_{2,m}^{(1)} \dots \gamma_{2,m}^{(v(m))} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \gamma_{m,1}^{(1)} \dots \gamma_{m,1}^{(v(1))} & \gamma_{m,2}^{(1)} \dots \gamma_{m,2}^{(v(2))} & \dots & \gamma_{m,m}^{(1)} \dots \gamma_{m,m}^{(v(m))} \end{pmatrix},$$

$$\gamma = \begin{pmatrix} \gamma^1 \\ \gamma^2 \\ \vdots \\ \gamma^m \end{pmatrix}$$

або в компонентній формі:

$$\sum_{j=1}^m \sum_{l=1}^{v(j)} \gamma_{ij}^{(l)} X_j^{(l)}(t) \leq \gamma_i, i = \overline{1, m}, t \in [t_0, T]. \quad (2)$$

Припущення 3. Рівень діяльності $X_j^{(i)}$ є макровиробничою функцією $F_i^{(j)}(K_i^{(j)}, L_i^{(j)})$ капіталу $K_i^{(j)}$ та робочої сили $L_i^{(j)}$, $j = \overline{1, v(i)}$, $i = \overline{1, m}$ із властивостями: двічі неперервно-диференційованими на декартовому добутку $\{K_i^{(j)} \geq 0\} \times \{L_i^{(j)} \geq 0\}$, монотонно зростаючими за кожним з аргументів [6, с. 6–14], тобто:

$$X_i^{(j)}(t) = F_i^{(j)}(K_i^{(j)}, L_i^{(j)}(t)), \quad (3)$$

$$j = \overline{1, v(i)}, i = \overline{1, m}, t \in [t_0, T].$$

Припущення 4. На робочі сили накладаються обмеження:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{v(i)} L_j^{(i)}(t) \leq Q, L_j^{(i)} \geq 0, t \in [t_0, T]. \quad (4)$$

Припущення 5. Динаміка руху капіталу відбувається за таким законом:

$$K_i^{(j)}(t) = -\mu_i^{(j)} K_i^{(j)} + I_i(t), \quad (5)$$

$$t \in [t_0, T], j = \overline{1, v(i)}, i = \overline{1, m},$$

де $K_i^{(j)}(t) \equiv dK_i^{(j)}/dt$ – приріст капіталу (прибуток);

$\mu_i^{(j)} \in (0, 1)$ – норма амортизації капіталу;

I_i – валові інвестиції.

Припущення 6. Здається початковий стан капіталу:

$$K_i^{(j)}(t_0) = K_{i0}^{(j)}, j = \overline{1, v(i)}, i = \overline{1, m}. \quad (6)$$

Припущення 7. На кінцевий стан капіталу накладається обмеження:

$$K_i^{(j)}(T) \geq K_{iT}^{(j)}, j = \overline{1, v(i)}, i = \overline{1, m}. \quad (7)$$

Припущення 8. Кінцевий попит Y_i дорівнює сумі невикористаного споживання S_i та валових

інвестицій I_i , на споживання накладається обмеження, тобто:

$$Y_i(t) = C_i(t) + I_i(t), \quad (8)$$

$$C_i(t) \geq C_i^{(\min)} \equiv \text{const}, \quad i = \overline{1, m}, \quad t \in [t_0, T]. \quad (9)$$

Припущення 9. За критерій мети візьмемо мінімізацію середнього (інтегрального) обсягу живої праці на часовому відрізку $[t_0, T]$:

$$\int_{t_0}^T \sum_{i=1}^m d_i^{(j)} X_i^{(j)}(t) dt \rightarrow \min. \quad (10)$$

У математичному плані модель (1)–(10) є задачею оптимального керування, де керуваннями виступають споживання C_i , валові інвестиції I_i , жива праця $L_i^{(j)}$, рівень діяльності $X_i^{(j)}$ та кінцевий попит Y_i , $j = \overline{1, v(i)}$, $i = \overline{1, m}$, а фразовою траєкторією – капітал $K_i^{(j)}$, $j = \overline{1, v(i)}$, $i = \overline{1, m}$.

Дослідження математичної моделі

Дослідження моделі (1)–(10) проведемо з достатніх умов оптимальності [6, с. 15–16], за якими треба оптимізувати дві функції багатьох змінних:

$$R(t, K, I, C, L) \equiv \partial V / \partial t + \sum_{i=1}^m \left\{ - \sum_{j=1}^{v(i)} \left[-\mu_i^{(j)} K_i^{(j)} + I_i \right] \right\} + \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{v(i)} d_i^{(j)} F_i^{(j)}(K_i^{(j)}, L_i^{(j)}) \rightarrow \max, \quad (10)$$

$$\Phi(T, K(T)) = \min_{K(T) \geq K_T} V(T, K(T)), \quad (11)$$

де $V(t, K)$ – шукана неперервно-диференційована функція один раз по $t \in [t_0, T]$ та двічі по $K_i^{(j)} (\geq 0)$.

Невідому функцію V будемо шукати у вигляді:

$$V(t, K) = - \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{v(i)} K_i^{(j)}(t), \quad t \in [t_0, T]. \quad (12)$$

Підставимо (12) в (10) і (11), отримаємо:

$$\sum_{i=1}^m \left[\sum_{j=1}^{v(i)} d_i^{(j)} F_i^{(j)}(K_i^{(j)}, L_i^{(j)}) - \mu_i^{(j)} K_i^{(j)}(t) + I_i(t) \right] \rightarrow \max_{K, I, C, L}. \quad (13)$$

А із задачі оптимізації (11) маємо:

$$K_i^{(j)}(T) = K_{iT}^{(j)}, \quad j = \overline{1, v(i)}, \quad i = \overline{1, m}.$$

До задачі оптимізації допишемо обмеження (1), (2) за (3) та (6), (7), (8) і (9):

$$\sum_{j=1}^{v(i)} F_i^{(j)}(K_i^{(j)}(t), L_i^{(j)}(t)) - \sum_{j=1}^{v(i)} a_{ij}^{(0)} F_j^{(0)}(K_j^{(0)}(t), L_j^{(0)}(t)) \geq C_i(t) + I_i(t), \quad i = \overline{1, m},$$

$$\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^{v(j)} \gamma_{ji}^{(0)} F_j^{(0)}(K_j^{(0)}(t), L_j^{(0)}(t)) \leq \gamma_i, \quad i = \overline{1, m}, \quad (14)$$

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{v(i)} L_i^{(j)}(t) \leq Q, \quad I_i(t) \geq 0, \quad C_i(t) \geq C_i^{(\min)}, \quad L_i^{(j)}(t) \geq 0,$$

$$K_i^{(j)}(t_0) = K_{i0}^{(j)}, \quad K_i^{(j)}(T) \geq K_{iT}^{(j)}, \quad j = \overline{1, v(i)}, \quad i = \overline{1, m}.$$

Отримали задачу опуклого програмування (13)–(14), яка за теоремою Куна-Таккера без обмежень $K_i^{(j)}(T) \geq K_{iT}^{(j)}$, $j = \overline{1, v(i)}$, $i = \overline{1, m}$ має розв'язок [7, с. 195–199]. За врахування обмежень $K_i^{(j)}(T) \geq K_{iT}^{(j)}$, $j = \overline{1, v(i)}$, $i = \overline{1, m}$ задача опуклого програмування (13)–(14) може не мати розв'язку. Це означає, що кінцеві стани капіталів недосяжні. У цьому разі необхідно послабити умови на вхідну інформацію задачі (1)–(10).

Нехай задача опуклого програмування (13)–(14) має розв'язок – оптимальні керування за валовими інвестиціями I_{on} , за споживанням C_{on} та за робочою силою L_{on} , які можна визначити одним із числових методів розв'язування задач нелінійного програмування [8].

Оптимальні керування за рівнем діяльності та за кінцевим попитом обчислюються за формулами:

$$X_{ion}^{(j)}(t) = F_i^{(j)}(K_{ion}^{(j)}(t), L_{ion}^{(j)}(t)),$$

$$Y_{ion}(t) = C_{ion}(t) + I_{ion}(t), \quad j = \overline{1, v(i)}, \quad i = \overline{1, m}.$$

Відповідні оптимальні траєкторії за капіталами $K_{ion}^{(v(i))}(t)$ обчислюється методом Рунге-Кутти [9, с. 167–181] з початкової задачі (1)–(2) за $I_i = I_{ion}$.

Таким чином, визначили оптимальний процес $\{K_{on}(t), I_{on}(t), C_{on}(t), L_{on}(t), X_{on}(t), Y_{on}(t), t \in [t_0, T]\}$.

Зауваження 1. Вищеописана методика справедлива для критерія мети за досконалої конкуренції:

$$\int_{t_0}^T \sum_{i=1}^m [p_i Y_i(t) - I_i(t)] dt \rightarrow \max,$$

де p_i – ціна i -ої продукції кінцевого попиту Y_i .

Зауваження 2. Вищеописана методика має місце для міжгалузевої економіки в умовах міжгалузевого інвестування галузей, тобто за переставлення кінцевого попиту Y_i виглядом:

$$Y_i(t) = \begin{cases} \sum_{j=1}^m \gamma_{ij} I_j(t) + C_i(t), & i = \overline{1, r}, \\ C_i(t), & i = \overline{r+1, m}, \end{cases}$$

де r – кількість фондоутворюючих галузей – галузей, які інвестують інші галузі;

$m - r$ – кількість нефондоутворюючих галузей;

γ_{ij} , $j = \overline{1, m}$, $i = \overline{1, r}$ – коефіцієнти міжгалузевого інвестування галузей, $\sum_{i=1}^r \gamma_{ij} = 1$ для всіх $j = \overline{1, m}$, $\gamma_{ij} = 0$ для всіх $i = \overline{r+1, m}$.

Висновки з проведеного дослідження. Запропоновано та проведено дослідження моделі оптимального розвитку узагальненої міжгалузевої економіки з різними видами діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Математическая экономика на персональном компьютере / М. Кубонива, М. Табака, С. Табака, Ю. Хасэбэ; под ред. М. Кубонива. М.: Финансы и статистика, 1991. 304 с.
2. Габасов Р., Кириллова Ф. Принцип максимума в теории оптимального управления. М.: Наука и техника, 1974. 272 с.
3. Григорків В.С., Ярошенко О.І. Моделювання оптимальної кредитної стратегії ріелтора. Економіка кібернетика. 2007. № 1–2(43–44). С. 4–9.
4. Основы теории оптимального управления / В.Ф. Кротов, Б.А. Лагоса, С.М. Лобанов и др.; под ред. В.Ф. Кротова. М.: Высшая школа, 1990. 430 с.
5. Бойчук М.В., Шмуригіна Н.М. Моделювання та оптимізація еколого-економічних систем міжгалузевих балансів з інвестиційними запізненнями. Чернівці: Місто, 2013. 212 с.
6. Бойчук М.В., Семчук А.Р. Моделювання та оптимізація повного циклу однопродуктової макроекономіки зростання з урахуванням екологічного фактору. Чернівці: Місто, 2012. 208 с.
7. Математичне програмування / І.М. Богаєнко, В.С. Григорків, М.В. Бойчук, М.О. Рюмшин. К.: Логос, 1996. 266 с.
8. Акулич И.Л. Математическое программирование в примерах и задачах. М.: Высшая школа, 1986. 319 с.
9. Ясинський В.К. Основы обчислювальних методів. Чернівці: Золоті литаври, 2005. 396 с.
2. Gabasov R., Kirillova F. (1974) Printsip maksimuma v teorii optimal'nogo upravleniya [The maximum principle in the theory of optimal control]. Moscow: Science and Technology. (in Russian)
3. Hryhorkiv V.S., Yaroshenko O.I. (2007) Modelyuvannya optymal'noyi kredytnoyi stratehiyi rieltora [Modeling of the realtor optimal credit strategy]. Economy cybernetics. No 1-2 (43-44). pp. 4-9.
4. Krotov V.F., Lagosha B.A., Lobanov S.M. et al. (1990) Osnovy teorii optimal'nogo upravleniya [Basis of the theory of optimal control]. Moscow: Higher School. (in Russian)
5. Boychuk M.V., Shmuryhina N.M. (2013) Modelyuvannya ta optymizatsiya ekoloho-ekonomichnykh system mizhhaluzevykh balansiv z investytsiynymy zapiznennnyamy [Modeling and optimization of ecological-economic systems of inter-industry balances with investment delays]. Chernivtsi: City. (in Ukrainian)
6. Boychuk M.V., Semchuk A.R. (2012) Modelyuvannya ta optymizatsiya povnoho tsyklu odnoproductovoyi makroekonomiky zrostannya z urakhuvannyam ekolohichnoho faktora [Modeling and optimization of the complete cycle of one-product macroeconomics of growth, taking into account the environmental factor]. Chernivtsi: City. (in Ukrainian)
7. Bohayenko I.M., Hryhorkiv V.S., Boychuk M.V., Ryumshyn M.O. (1996) Matematychne prohramuvannya [Mathematical programming]. Kyiv: Logos. (in Ukrainian)
8. Akulich I.L. (1986) Matematicheskoye programirovaniye v primerakh i zadachakh [Mathematical programming in examples and problems]. Moscow: Higher School. (in Russian)
9. Yasinsky V.K. (2005) Osnovy obchyslyuval'nykh metodiv [The basis of computational methods]. Chernivtsi: Gold Lithavers. (in Ukrainian)

REFERENCES:

1. Kuboniva M., Tabaka M., Tabaka S., Khasebe YU. (1991) Matematicheskaya ekonomika na personal'nom komp'yutere [Mathematical Economics on a Personal Computer].
2. Gabasov R., Kirillova F. (1974) Printsip maksimuma v teorii optimal'nogo upravleniya [The maximum principle in the theory of optimal control]. Moscow: Science and Technology. (in Russian)
3. Hryhorkiv V.S., Yaroshenko O.I. (2007) Modelyuvannya optymal'noyi kredytnoyi stratehiyi rieltora [Modeling of the realtor optimal credit strategy]. Economy cybernetics. No 1-2 (43-44). pp. 4-9.
4. Krotov V.F., Lagosha B.A., Lobanov S.M. et al. (1990) Osnovy teorii optimal'nogo upravleniya [Basis of the theory of optimal control]. Moscow: Higher School. (in Russian)
5. Boychuk M.V., Shmuryhina N.M. (2013) Modelyuvannya ta optymizatsiya ekoloho-ekonomichnykh system mizhhaluzevykh balansiv z investytsiynymy zapiznennnyamy [Modeling and optimization of ecological-economic systems of inter-industry balances with investment delays]. Chernivtsi: City. (in Ukrainian)
6. Boychuk M.V., Semchuk A.R. (2012) Modelyuvannya ta optymizatsiya povnoho tsyklu odnoproductovoyi makroekonomiky zrostannya z urakhuvannyam ekolohichnoho faktora [Modeling and optimization of the complete cycle of one-product macroeconomics of growth, taking into account the environmental factor]. Chernivtsi: City. (in Ukrainian)
7. Bohayenko I.M., Hryhorkiv V.S., Boychuk M.V., Ryumshyn M.O. (1996) Matematychne prohramuvannya [Mathematical programming]. Kyiv: Logos. (in Ukrainian)
8. Akulich I.L. (1986) Matematicheskoye programirovaniye v primerakh i zadachakh [Mathematical programming in examples and problems]. Moscow: Higher School. (in Russian)
9. Yasinsky V.K. (2005) Osnovy obchyslyuval'nykh metodiv [The basis of computational methods]. Chernivtsi: Gold Lithavers. (in Ukrainian)

Boychuk M.V.

Candidate of Physical and Mathematical Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economic and Mathematical Modelling
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

Makhanets L.L.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economic and Mathematical Modelling
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

OPTIMAL GROWTH MODELLING OF THE GENERALIZED DYNAMIC INTERINDUSTRY ECONOMICS WITH VARIOUS KINDS OF ACTIVITY

The input-output model (Leontief model) has some assumption. It is assumed that there is only one production technology (process or type of activity) in each industry. If these restrictions drop and make an assumption that each branch has several (but a finite number of technologies), we get a model that is called a generalized model of Leontief, i.e., a generalized model of inter-branch relationships with different types of activities (production technologies).

Therefore, relevant, both theoretically and in practical terms, is the study of optimal dynamic systems with generalized interindustry connections for different types of activities. In addition, the industry or several industries do not invest in other ones at the level of large corporations or the state.

The study of optimal dynamic systems is carried out in two directions. The first direction includes works, in which the necessary optimal conditions are used to study the optimal dynamic systems – the Pontryagin's principle.

The second direction includes works, in which sufficient conditions of optimality are used for research.

The sufficient optimal conditions are used to study the optimal dynamic system with a generalized intersectoral connection for various types of activity in this paper.

The model of optimal growth of a generalized dynamic interindustry economics with various kinds of activity (production technologies) is proposed in the paper. In mathematical terms, the model is the task of optimal control. Control in model consists of consumption, gross investment, labour, level of activity, and final demand. The model was explored. Optimal control of gross investment, consumption and labour force can be identified as one of the numerical methods for solving nonlinear programming tasks. The optimal process is determined.

The proposed method can be used for interindustry economics in conditions of inter-branch investment.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ

INFORMATION PROVISION AS A MECHANISM OF LABOUR MARKET REGULATION

У статті представлено сутнісно-змістовну характеристику інформаційного забезпечення, сформовано його розуміння як поняття, проаналізовано його стан на вітчизняному ринку праці. Запропоновано основні напрями вдосконалення інформаційного забезпечення як механізму зменшення асиметрії інформації на вітчизняному ринку праці.

Ключові слова: асиметрія ринку праці, державна служба зайнятості, інформаційне забезпечення, механізм інформаційного забезпечення, приватні посередники ринку праці, ринок праці.

В статье представлены сущностно-содержательные характеристики информационного обеспечения, сформировано его толкование как понятия. Проанализировано текущее состояние информационного обеспечения на отечественном рынке труда. Предложены основные направления

совершенствования информационного обеспечения как механизма уменьшения асимметрии информации на отечественном рынке труда.

Ключевые слова: асимметрия рынка труда, государственная служба занятости, информационное обеспечение, механизм информационного обеспечения, частные посредники рынка труда, рынок труда.

This article presents an informative characteristic of information provision, formed its understanding as a concept, analysed its condition in the domestic labour market. The main directions of improvement of information provision as a mechanism of reduction of asymmetry of information on the domestic labour market are offered.

Key words: asymmetry of labour market, public employment service, information provision, mechanism of information provision, private labour market mediator, labour market.

УДК 331.52.021

Гришко О.П.

аспірант кафедри менеджменту
Інститут підготовки кадрів державної
служби зайнятості України

Постановка проблеми. В умовах активного впровадження Україною економічних реформ проблеми формування якісного інформаційного середовища на всіх рівнях державного управління є особливо актуальними. У соціальній сфері ефективний та якісний інформаційний складник є необхідною умовою ефективної регуляторної політики на ринку праці. В останні роки дисбаланс між попитом і пропозицією на ньому досяг загрозливого рівня, а неякісне інформаційне середовище посилює асиметрію інформації. Внаслідок цього ринок праці не отримує кваліфіковану робочу силу, а роботодавці не задовольняють свої потреби в персоналі.

Поліпшення якості інформаційно-комунікативного середовища ринку праці дає змогу сформувати досконаліший механізм його інформаційного забезпечення, що значно підвищить ефективність регулювання ринку праці та позитивно вплине на рівень зайнятості населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні підходи до сутності інформації, її функцій, виявлення природи інформаційних ресурсів, формування інформаційного середовища викладено у працях зарубіжних науковців Н. Вінера, К. Шеннона, К. Ерроу, Г. Саймона та ін. Серед українських учених, які плідно вивчають проблеми інформації та інформаційного забезпечення, слід виділити В. Глушкова, Г. Калітича, Т. Кравченка, А. Ракітова та ін. Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності органів державної влади досліджували А. Дегтяр, Н. Діденко, Р. Коваль, В. Мороз, Н. Нижник та ін.

Вивчення проблем, пов'язаних із функціонуванням і регулюванням ринку праці, у тому числі

в контексті ролі і змісту його інформаційної функції, досліджували вітчизняні вчені С. Бандур, Д. Богиня, Б. Данилишин, Т. Заяць, Ю. Краснов, Е. Лібанова, І. Марченко, Ю. Маршавін, Т. Петрова, В. Петух, М. Руженський та ін. Значний внесок у розкриття сутності та наслідків асиметрії на ринках зробили американські економісти – лауреати Нобелівської премії з економіки В. Вікрі, Дж. Стігліц, Дж. Акерлоф, М. Спенс.

У нинішніх умовах для України надзвичайно актуальними є дослідження інформаційного забезпечення як механізму регулювання ринку праці, а також проведення ґрунтовного аналізу проблем, що призвели до посилення асиметричності інформації на ньому.

Постановка завдання. Метою дослідження є сутнісно-змістовні характеристики поняття інформаційного забезпечення на ринку праці, аналіз його стану з огляду на присутність асиметрії інформації на ньому та визначення основних шляхів удосконалення інформаційного забезпечення як механізму регулювання ринку праці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок праці є відкритою системою, а його інформаційне середовище постійно перебуває у процесі змін. Для того щоб він виконував своє функціональне призначення, його потрібно забезпечувати якісною, оперативною, актуальною, повною, достовірною та своєчасною інформацією. Інформація, яка здатна забезпечити потреби соціальної системи, – це соціально значима інформація, що утворюється, циркулює, використовується, поширюється і зникає на різних її рівнях та етапах управлінського процесу.

Формування інформаційного середовища в нашій країні, інформаційне забезпечення управління на всіх рівнях інституціоналізовано в низці законів України: «Про інформацію», «Про захист в інформаційно-телекомунікаційних системах», «Про національну програму інформатизації», «Про телекомунікації», «Про Концепцію Національної програми інформатизації», «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис».

Важливим кроком на шляху доповнення інформаційного законодавства стало прийняття Доктрини інформаційної безпеки України. Серед нормативно-правових актів слід виокремити Постанову Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний уряд»; Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження Концепції формування системи національних електронних інформаційних ресурсів».

у науковій літературі поняття «інформаційне забезпечення» в найбільш загальному вигляді розглядається як сукупність певним чином організованої, збереженої та контрольованої інформації, зафіксованої на носіях системи, а також як процес забезпечення інформацією. Однак найбільш загальним є розуміння інформаційного забезпечення як процесу, що ґрунтується на системі інформаційних складників: ресурсів, технологій, технічних засобів та інформаційних систем. Більш детальні підходи до трактування науковцями цього поняття представлено в табл. 1.

Інші науковці (М. Денисенко, М. Болюх, Є. Бондаренко та Н. Петрина) під час трактування інформаційного забезпечення звертають увагу саме на забезпечення зацікавлених користувачів у репрезентативному вигляді необхідною інформацією для задоволення їхніх інформаційних потреб.

Однак, як нам уявляється, некоректним є отождолення понять «інформаційний менеджмент» та «інформаційне забезпечення менеджменту» – у жодному з навчальних посібників ці поняття не розмежено [16, с. 41–44].

Аналіз та узагальнення наведених визначень цього поняття свідчить, що більшість науковців схиляється до думки, що інформаційне забезпечення – це комплексний процес, що включає одержання, оцінювання, зберігання, захист, перетворення даних для прийняття управлінських рішень.

В етимологічному сенсі «забезпечення» розглядається як дія зі значенням «забезпечити, забезпечувати». Термін «забезпечувати» має декілька значень: «1. Постачати щось у достатній кількості, задовольняти кого-, що-небудь у якихось потребах. 2. Створення надійних умов для здійснення чого-небудь, гарантувати щось. 3. Захищати, охороняти кого-, що-небудь від небезпеки» [17, с. 17–18] Поняття «інформаційний» стосується

інформації, тобто такий, «що містить інформацію; який опрацьовує та видає інформацію (інформаційна машина)» [18, с. 42].

З огляду на викладене, поняття «забезпечення» трактується нами як створення надійних умов, а «інформаційний» – як машинний процес, який опрацьовує та видає інформацію.

Оскільки машина – це механізм, за допомогою якого забезпечується безперебійна робота, діяльність, приходимо до висновку, що інформаційний засіб – це технічний пристрій, який необхідний для здійснення певного виду діяльності та забезпечення безперебійної роботи. Поняття «забезпечення» у розумінні створення надійних умов здійснюється також у процесах обробки, перетворення й оприлюднення інформації та забезпечується документами, інструкціями, процесами, машинами, програмними продуктами і технологіями.

У зв'язку із цим доречною є думка І. Клименко, що інформаційне забезпечення – це сукупність методів і засобів щодо розміщення і подання державних інформаційних ресурсів, що містять системи класифікації і кодування, уніфіковані системи документації, раціоналізації документообігу і форм документів, методів створення інформаційних баз даних і баз знань [19, с. 296].

На наше переконання, процес інформування повинен мати ознаки завершальної дії, а отже, має довести корисність інформації та соціальну значимість для особи чи суспільства. У такому розумінні інформаційне забезпечення стає механізмом (інструментом), який має вплив на суспільство, сприяє регулюванню системи чи сфери діяльності.

Отже, у нашому розумінні інформаційне забезпечення – це створення за допомогою технічних та інформаційних засобів надійних умов для організації управлінських процесів щодо циркулювання інформації, яка завдяки процесам збору й обробки набуває вигляду інформаційних ресурсів, комплексне використання яких впливає на функціонування інститутів ринкової економіки.

Інформаційне забезпечення потребує дотримання принципів цілісності, ймовірності, контролю, захисту від несанкціонованого доступу, єдності і гнучкості, стандартизації та уніфікації, адаптивності, мінімізації введення й виведення інформації [20].

Поняття «інформаційне забезпечення» науковці також ототожнюють із процесами консолідації інформації. На нашу думку, консолідація інформації більшою мірою стосується технологічного складника інформаційного забезпечення, тобто ознак процесів його формування (періодичність, оновлюваність і т. д.).

Основна мета інформаційного забезпечення – задоволення інформаційних потреб користувачів,

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «інформаційне забезпечення»

Автори	Сутність трактування
О. Бандурка [1, с. 161]	Органічна єдність роботи щодо визначення змісту, обсягів, якості інформації, необхідної для здійснення управління, а також заходів щодо раціональної організації процесів збирання, систематизації, накопичення та обробки цієї інформації шляхом застосування різноманітних методів, методик і технічних засобів.
Р. Калюжний [2]	Поєднання усієї інформації, що використовується, специфічних засобів і методів її опрацювання, а також діяльність фахівців щодо ефективного використання даних, відомостей, знань в організації управління конкретною системою.
С. Петренко [3, с. 20]	Сукупність реалізованих рішень щодо обсягів інформації, її якісного та кількісного складу, розміщення і форм організації; своєчасне надання необхідної і достатньої інформації для прийняття управлінських рішень, що забезпечують ефективну діяльність як підприємства у цілому, так і його структурних підрозділів.
А. Черноіваненко [4]	Комплекс взаємопов'язаних методів, заходів і засобів, які реалізують основу для прийняття управлінських рішень; сукупність уявлень, понять, даних, які отримані від внутрішніх і зовнішніх джерел надходження (комплексом взаємопов'язаних методів і заходів), що систематизовані, збережені та поширені в межах компетенції зацікавленим особам у зручному для них вигляді.
Л. Балабанова [5, с. 9]	Сукупність дій із надання необхідної для управлінської діяльності інформації в зазначене місце на основі певних процедур із заданою періодичністю.
Р. Калюжний, В. Шамрай [6, с. 117]	Визначають інформаційне забезпечення як: 1) забезпеченість системи управління відповідною множиною інформації; 2) діяльність, пов'язану з організацією збору, реєстрації, передачі, зберігання, опрацювання і представлення інформації; 3) діяльність щодо формування цілеспрямованої суспільної й індивідуальної свідомості суб'єктів суспільних відносин щодо управління у конкретній сфері суспільних відносин.
Г. Титоренко [7, с. 54]	Сукупність проектних рішень за обсягами, розміщенням, формами організації інформації, що циркулює в інформаційних системах; включає в себе спеціально організовані для автоматичного обслуговування користувачів сукупність показників, класифікаторів та кодових позначень елементів інформації, уніфіковані системи документації, документопотоки, масиви інформації на машинних носіях у базах, банкі і сховища даних, знань, а також персонал, що забезпечує надійність зберігання, своєчасність і якість технології оновлення інформації, доступ до неї за затвердженими паролями.
О. Ковбаско [8, с. 11]	Сукупність інформаційних ресурсів і послуг, які надаються для вирішення управлінських і науково-технічних завдань згідно з етапами їх виконання.
В. Кузь, С. Ілащук, Л. Маценко, І. Чала, Н. Кудлаєва, В. Попова, М. Косминко, В. Кравчук [9, с. 132]	Виражається в ідентифікації та наданні різноманітних кількісних та якісних показників інформації про внутрішнє та зовнішнє середовище функціонування підприємства відповідно до потреб суб'єкта управління.
А. Родкина [10, с. 22]	Об'єднані інформаційним потоком персонал, обладнання і процедури, що використовуються менеджментом для планування, регулювання, контролю та аналізу функціонування й розвитку підприємства.
В. Пантелєєв [11, с. 158]	Цілеспрямована робота зі збору інформації, її реєстрації, передавання, обробки, узагальнення, зберігання та пошуку суб'єктами контролю з метою використання для управління.
О. Важинський [12]	Комплекс організаційних, правових, технічних, технологічних заходів, засобів і методів, що забезпечують у процесі управління та функціонування системи інформаційні зв'язки її елементів шляхом оптимальної організації інформаційних масивів баз даних.
Г. Шорохова [13]	Комплекс організаційних, правових, технічних і технологічних заходів, засобів та методів, які забезпечують у процесі управління і функціонування системи інформаційні зв'язки її елементів (суб'єктів і об'єктів) шляхом оптимальної організації інформаційних масивів баз даних і знань.
В. Воройський [14, с. 44]	Сукупність процесів із підготовки та представлення спеціально підготовленої інформації для вирішення управлінських, наукових, технічних, виробничих, комерційних та інших завдань відповідно до етапів їх вирішення.
В. Смирнова, А. Апостолов [15, с. 294]	Сукупність форм, методів та інструментів управління інформаційними ресурсами, необхідних і придатних для реалізації аналітичних та управлінських процедур, що забезпечують стабільне функціонування підприємства, його стійкий перспективний розвиток.

що зростають із неймовірною швидкістю, оскільки віртуальне середовище та online-комунікації сприяють цьому.

Інформація на ринку праці постійно є об'єктом вивчення її основними споживачами – громадянами і роботодавцями, а також державними й приватними установами, посередниками на ринку праці. Тому постійно виникають нові вимоги до якості та змісту інформації, що циркулює у цій сфері. При цьому постійно зростають вимоги споживачів до кількісних і якісних параметрів інформації.

Ще наприкінці 80-х років минулого століття видатними американськими науковцями Джорджем А. Акерлофом, Майклом Спенсом і Джозефом Е. Стігліцем доведено, що інформація на будь-якому ринку зазвичай є неповною та асиметричною, породжує невизначеності й ризики, а брак цієї інформації призводить до неефективного функціонування ринку і неспроможності його саморегулювання.

У постіндустріальній Україні ще донедавна вважалося, що національний ринок праці забезпечений повною мірою якісною й об'єктивною інформацією, його суб'єкти володіють абсолютним знанням про всі параметри ринку, а інформація розповсюджується миттєво, про що згадує науковець М.М. Рудий [21, с. 149].

Для вітчизняного ринку праці асиметрія інформації вже тривалий час є його характерною рисою, а її наслідки проявляються у дисбалансі попиту і пропозиції, обмеженні конкуренції на ринку праці, втратах суспільної праці, неефективному використанні матеріальних ресурсів, консервації рівня розвитку продуктивних сил, низькій мобільності робочої сили, відтоку робочої сили за кордон та ін.

Дисбаланс на ринку праці України пов'язаний з інформацією про оплату праці, з елементарним невиконанням трудових угод та законодавства як робітниками, так і роботодавцями. Повну інформацію в умовах перемовин про встановлення рівня заробітної плати і рівня соціальних трансферів не має жоден з економічних суб'єктів [22].

Нині офіційне і законодавчо відповідне оприлюднення стану й тенденцій на національному ринку праці значною мірою забезпечене інформацією державної служби зайнятості про фіксований (реєстрований) ринок праці. Але ця інформація не віддзеркалює реального ринку праці. База даних державної служби зайнятості сформована з використанням інформаційно-аналітичної системи на основі звітності роботодавців і інформації з персональних карток безробітних та із застосуванням універсальних довідників і державних класифікаторів відповідно до законодавства.

Однак на вітчизняному ринку праці поряд із державною службою зайнятості діють приватні посередники. Безробітні мають можливість звертатися

за сприянням у працевлаштуванні до будь-якого посередника. І якщо раніше шукачі роботи активніше зверталися до служби зайнятості за сприянням у працевлаштуванні, то нині така активність зменшилася (за даними Держстату, зареєстрований рівень безробіття в останні роки зменшувався: у 2015 р. – 2,7%, у 2016 р. – 2,4%, у 2017 р. – 2,1%), що може свідчити в тому числі про їх переміщення не тільки до приватних посередників ринку праці, а й до віртуального середовища – Інтернет-сайтів із пошуку роботи і персоналу та соціальних мереж.

Так, на Інтернет-порталі Bigmir.net зареєстровано 156 ресурсів, які надають інформаційні послуги щодо пошуку роботи і персоналу (за даними Держслужби зайнятості, у 2017 р. здійснювали трудове посередництво 742 суб'єкти). На цьому порталі сайт work.ua вже тривалий час утримує позицію лідера серед інших аналогічних Інтернет-сайтів. Тільки у січні 2018 р. його щодня відвідували 160–250 тис. осіб., що в десятки разів більше за відвідування громадянами відділень служби зайнятості.

Роботодавці для реєстрації вакансій також здебільшого звертаються до Інтернет-ресурсів. Наприклад, на тому ж сайті work.ua на початок 2018 р. роботодавцями зареєстровано 80 тис. вакансій, на сайті hh.ua заявлено до укомплектування 18 тис. вакансій. Порівняємо, що на 1 січня 2018 р. потреба роботодавців у працівниках на заміщення вільних робочих місць (вакантних посад) становила 50,4 тис. осіб. Зокрема, у великих містах кількість зареєстрованих роботодавцями на Інтернет-сайті work.ua вакансій у тричотири рази перевищує кількість поданих ними до служби зайнятості відповідно: Київ – 26,1 і 6,6 тис. од., Дніпро – 4,5 і 1,3 тис. од., Запоріжжя – 2,4 і 0,8 тис. од. [23].

Такі дані свідчать, що підприємства різних форм власності і підприємці, які мають інформувати службу зайнятості про поточну потребу в кадрах (форма З-ПН), на практиці здебільшого реєструють вакансії на приватних Інтернет-сайтах. Приватні сайти мають власну структуру вакансій і резюме, різні рубрики для їх реєстрації, назви посад різняться даними щодо сфери прикладання праці, виконуваних обов'язків і робіт, режимів і характеру праці тощо. Все це посилює інформаційний шум на ринку праці та породжує асиметрію інформації про попит і пропозицію робочої сили.

Асиметрія посилюється тим, що штучно збільшуються кількісні параметри попиту на фахівців і робітників, оскільки одну й ту ж вакансію роботодавець може зареєструвати на декількох сайтах одночасно. До того ж Інтернет-посередники (сайти) не здійснюють контроль над оперативним зняттям цієї вакансії у разі її укомплектування. Аналогічна ситуація складається і з резюме шукачів роботи.

Отже, інформаційне забезпечення ринку праці нині не має системного характеру, а інформаційне середовище, що формується джерелами ринку праці, є розрізненим й асиметричним. Інформація про робочі місця на приватних сайтах є не завжди достовірною, і за їх правилами відповідальність за коректність інформації несе суб'єкт, що її зареєстрував. Це також впливає на розміри тіньової зайнятості і нелегальних трудових відносин.

Такий стан справ є результатом того, що вже тривалий час чинним законодавством не передбачено подання приватними посередниками ринку праці інформації до державної установи про отримані вакансії від роботодавців, тому не формується єдине інформаційне середовище про ринок праці. Чинним законодавством передбачено щорічне подання форми 1-ПА (про кількість громадян, працевлаштованих шляхом надання послуг із посередництва) як звіту роботи трудового посередника за минулий рік. За таких умов суспільство не забезпечується актуальною інформацією про потребу в кадрах і пропозицію робочої сили, відсутня координація державного і приватного секторів у трудовому посередництві.

Нині інформаційна функція ринку праці забезпечується не повною мірою, механізм інформаційного забезпечення не функціонує як інтегратор усіх суб'єктів ринку праці. Приватні суб'єкти формують на свій розсуд власне інформаційне середовище, яке намагаються максимально розповсюдити, у т. ч. для отримання власної вигоди та бізнесових інтересів.

Державна служба зайнятості має всі інструменти і можливості щодо формування єдиного інформаційного середовища ринку праці. Необхідним кроком є вдосконалення механізму інформаційного забезпечення – комплексу методів, засобів, заходів, способів збору, обробки та узагальнення даних, формування коректних інформаційних потоків, спрямованих на формування єдиної інформаційної системи про вітчизняний ринок праці.

У цьому контексті привертає увагу те, що обмін такою інформацією притаманний більшості європейських країн. Так, у Франції приватні агентства надають інформацію державному посереднику щодо наявних у них вакансій; у Польщі проводиться взаємний обмін даними щодо шукачів роботи; у Великобританії запроваджено обмін інформацією як щодо вакансій, так і щодо шукачів роботи.

Інституціоналізація та організація обміну інформацією в межах єдиного середовища вітчизняного ринку праці (вакансій та резюме шукачів роботи) створюють умови для державного сектору в досягненні цілей активної політики зайнятості, а приватному сектору дадуть змогу охопити більший сегмент зацікавлених суб'єктів ринку праці, не зменшуючи прибутки.

Висновки з проведеного дослідження. На вітчизняному ринку праці інформація має яскраво виражений асиметричний характер. Неякісне інформаційне середовище характеризується розрізненими даними, що, своєю чергою, породжує безліч пошукових запитів та призводить до втрат часу і ресурсів шукачів роботи і роботодавців.

Для вдосконалення функціонування і розвитку вітчизняного ринку праці згідно із сучасними тенденціями у сфері зайнятості необхідні зміни в інституціональному середовищі його інформаційного забезпечення за такими напрямками: законодавче і опосередковане регулювання діяльності приватних посередників ринку праці, зокрема Інтернет-сайтів із пошуку роботи і персоналу; запровадження тісного співробітництва між усіма учасниками ринку праці для формування якісного інформаційно-комунікативного середовища; вдосконалення інформаційного забезпечення і взаємодії з усіма суб'єктами ринку праці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бандурка О.М. Управління в органах внутрішніх справ України: підручник. Харків: Університет внутрішніх справ, 1998. 480 с.
2. Інформаційному суспільству України – інформаційне законодавство (щодо питань реформування у сфері суспільних інформаційних відносин) / Р. Калюжний, В. Павловський, М. Гуцалюк. Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні. 2001. № 2. С. 7–11.
3. Петренко С.М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем: дис. ... канд. екон. наук. Донецьк, 2007. 290 с.
4. Черноіваненко А.В. Інформаційне забезпечення підготовки прийняття та реалізації управлінських рішень: теоретичний підхід до визначення поняття. Х.: Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, 2009. URL: <http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/conf/2009-1/doc/35.pdf>.
5. Балабанова Л.В., Алачева Т.И. Информационное обеспечение обоснования управленческих решений в условиях маркетинговой ориентации предприятия: монография. Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. 143 с.
6. Колеснікова М.В. Поняття, сутність та значення інформаційного забезпечення правоохоронних органів. Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ. Право і безпека. 2011. № 5. С. 116–119.
7. Титоренко Г.А. Информационные системы и технологии управления: учебное пособие для вузов; под ред проф. Г.А. Титоренко; 3-е изд., перераб. и доп. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. 591 с.
8. Ковбаско О.М. Інформаційні системи в менеджменті: навчальний посібник у схемах, рисунках та таблицях. Київ: ІПК ДСЗУ, 2004. 55 с.
9. Обліково-аналітичне забезпечення стратегії розвитку підприємств в сучасних умовах: колективна

монографія / В.І. Кузь та ін. Чернівці: Технодрук, 2016. 240 с.

10. Родкина А.Т. Информационная логистика. Москва: Экзамен, 2001. 288 с.

11. Пантелеев В.П. Аудит. Київ: Професіонал, 2008. 400 с.

12. Важинський О.С. Особливості системи інформаційного забезпечення державної фінансової служби України. Вісник ХНУВС. 2017. № 2(77). С. 103–117.

13. Шорохова Г.М. Поняття та завдання інформаційного забезпечення діяльності органів внутрішніх справ. Наше право. 2014. № 9. С. 44–47.

14. Воройский Ф.С. Информатика: новый систематизированный словарь-справочник (введение в современные информационные телекоммуникационные технологии в терминах и фактах); 3-е изд., перераб. и доп. Москва: ФИЗМАТ-ЛИТ, 2003. 760 с.

15. Смирнова В.В., Апостолов А.О. Информационное обеспечение развития предпринимательских структур. Економіка. Менеджмент. Підприємництво. 2003. № 11. С. 294–297.

16. Інформаційне забезпечення менеджменту / В.О. Новак, Л.Г. Макаренко, М.Г. Луцький. Київ: Кондор, 2006. 462 с.

17. Словник української мови: в 11 т. / ред. кол. І. К. Білодід (гол.) та ін. Київ: Наукова думка, 1970–1980. Т. 3. 744 с.

18. Словник української мови: в 11 т. / ред. кол. І.К. Білодід (гол.) та ін. Київ: Наукова думка, 1970–1980. Т. 4. 840 с.

19. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад.: Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін.; за ред. Ю.В. Ковбасюка, В.П. Трошинського, Ю.П. Сурміна. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.

20. Надьон Г.О. Информационный подход к оценке инноваций. Матеріали Міжнар. наук.-прак. конф. «М.І. Туган-Барановський – видатний вчений-економіст. Спадщина та новації». Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. Т. 1. С. 149–153.

21. Рудий М.М. Мікроекономіка: навч. посіб. Київ: Каравела, 2008. 312 с.

22. Бабиш Л.М. Асиметрична інформація як фактор стабілізації розподільчих відносин. Вісник Хмельницького національного університету. 2013. № 2. Т. 3. С. 32–35.

23. Ситуація на ринку праці та результати діяльності державної служби зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analitics/68>.

REFERENCES:

1. Bandurka O. M. (1998) Upravlinnia v orhanakh vnutrishnikh sprav Ukrainy [Management of the Internal Affairs of Ukraine]. Kharkiv: Universytet vnutrishnikh sprav. (in Ukrainian)

2. R. Kaliuzhnyi, V. Pavlovskiy, M. Hutsaliuk Informatsiinomu suspilstvu Ukrainy informatsiine zakonodavstvo (shchodo pytan reformuvan u sferi suspilnykh informatsiinykh vidnosyn) [For information society of Ukraine informative legislation (on issues of reform in the sphere of public information relations)]. Pravove, normatyvne ta metrolohichne zabezpechennia systemy zakhystu informatsii v Ukraini. – 2001. – no. 2. – pp. 7–11. (in Ukrainian)

3. Petrenko S. M. (2007) Informatsiine zabezpechennia vnutrishnoho kontroliu hospodarskykh system [Information providing of internal control of the economic systems], Donetsk : DonNUET. (in Ukrainian)

4. Chernovanenko, A. V. (2009) Informatsiine zabezpechennia pidhotovky pryiniattia ta realizatsii upravlinnykh rishen: teoretychnyi pidkhid do vyznachennia poniattia [Information providing of preparation of acceptance and adoption of administrative decisions: the theoretical approach to the definition of the concept], Zbirnyk tez IV students'koi naukovo-praktychnoi konferentsii [Conference Proceedings of the IV Student's Scientific-practical Conference], Kharkivskiy rehional'nyy instytut derzhavnoho upravlinnia, Kharkiv [electronic journal]. Available at: <http://kbuapa.kharkov.ua/ebook/conf/2009-1/index.html> (accessed 26 July 2018) (in Ukrainian)

5. Balabanova L. V. (2003) Informacionnoe obespechenie obosnovaniya upravlencheskih reshenij v usloviyah marketingovoy orientatsii predpriyatiya [Informative providing of ground justification of management decisions in a marketing orientation of the company: monograph], Donetsk: DonGUET im. M. TuganBaranovskogo. (in Ukrainian)

6. Kolesnikova M. V. (2011) Poniattia, sutnist ta znachennia informatsiinoho zabezpechennia pravookhoronnykh orhaniv [Concept, essence and significance of information provision of law enforcement agencies]. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu vnutrishnikh sprav: Pravo i bezpeka, no5, pp. 116–119. (in Ukrainian)

7. Titorenko G.A. (2011) Informatsionnye sistemy i tekhnologii upravleniya upravleniya: uchebnoe posobie dlya vuzov [Information systems and Management technologies: textbook for university]. Moscow: IuNI-TI-DANA. (in Russian)

8. Kovbasko O. M. (2004) Informatsiini systemy v menedzhmenti. Navchalnyi posibnyk v skhemakh, rysunkakh ta tablytsiakh [Information system of management. Textbook with diagrams, pictures and tables]. Kyiv: IPK DSZU. (in Ukrainian)

9. V. I. Kuz, S. A. Ilashchuk, L. F. Matsenko, I. I. Chala, N. V. Kudlaieva, V. D. Popova, M. V. Kosmynko, V. S. Kravchuk (2016) Oblikovo-analitychne zabezpechennia stratehii rozvytku pidpriemstva v suchasnykh umovakh, [Accounting and analytical providing of strategy of development of enterprises in modern terms]. Chernivtsi, Tekhnodruk. (in Ukrainian)

10. Rodkina A. T. (2001) Ynformatsionnaia lohistyka [Informative logistic]. Moskva: Ekzamen. (in Russian)

11. Panteliev V. P. (2008) Audyty [Audit] Kiev: Vydavnychiy dim "Profesional". (in Ukrainian)

12. Vazhynskiy O. S. (2017) Osoblyvosti systemy informatsiinoho zabezpechennia derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy [Features of the system of the informative providing fiscal service of Ukraine] Visnyk KhNUVS, no 2 (77), – pp.103-117. (in Ukrainian)

13. Shorokhova H. M. (2014) Poniattia ta zavdannia informatsiinoho zabezpechennia diialnosti orhaniv vnutrishnikh sprav [Concept and task of the informative providing of activity of organs of internal affairs] Kyiv: Spets. vyd-vo "YuNESKO Sotsio" Nashe pravo, no 9, pp. 44-47. (in Ukrainian)

14. Voroyiskiy F. S. (2003) Informatika: novyy sistematizirovannyi slovar-spravochnik (vvedenie v sovremen-

nye informatsionnye telekommunikatsionnye tekhnologii v terminakh i faktakh [Information science: new systematic dictionary –book (introduction to modern information telecommunication technologies in terms and facts)]. Moskva:FIZMAT-LIT. (in Russian)

15. Smirnova V. V. (2003). Informatsionnoe obespechenie razvitiya predprinimatelskikh struktur [Information providing of development of business organizations]. *Ekonomika. Menedzhment. Pidpriemnytstvo. Zb. nauk. prats SNU im. V. Dalia*, no. 11, 294-297. (in Ukrainian)

16. Novak V. O., L. H. Makarenko, M. H. Lutskyi (2006) Informatsiine zabezpechennia menedzhmentu [Information providing in management] Kyiv: Kondor. (in Ukrainian)

17. I. K. Bilodid (holova) ta in. (1970 – 1980) *Slovyk ukrainskoi movy: v 11 t* [Dictionary of Ukrainian 11th volume]. Kyiv: Naukova dumka, vol. 3. (in Ukrainian)

18. I. K. Bilodid (holova) ta in. (1970 – 1980) *Slovyk ukrainskoi movy: v 11 t* [Dictionary of Ukrainian 11th volume]. Kyiv: Naukova dumka, vol. 4. (in Ukrainian)

19. Yu. P. Surmin, V. D. Bakumenko, A. M. Mykhnenko ta in. (2010) *Entsyklopedychnyi slovyk z der-*

zhavnoho upravlinnia. [Encyclopedic Dictionary of Public Administration]. Kyiv: NADU. (in Ukrainian)

20. Nadon H.O. (2005) Informatsionnyy podkhod k otsenke innovatsiy [informational approach to evaluating of innovation] *Proceedings of the Ukraine, M.I. Tuhan-Baranovskyi – vydatnyi vchenyi-ekonomist. Spadshchyna ta novatsii.* – Donetsk: DonDUET, 2005. – vol. 1. – pp. 149-153. (in Ukrainian)

21. Rudyi M. M. (2008) *Mikroekonomika : navchalnyi posibnyk dlia vuziv* [Microeconomics : textbook for university]. Kyiv: Karavela. (in Ukrainian)

22. Babych L. M. (2013) Asymetrychna informatsiia yak faktor stabilizatsii rozpodilchych vidnosyn [Asymmetric information as factor of stabilizing of distributive relations] *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no2., vol.3 – pp. 32–35 (in Ukrainian)

23. Derzhavna sluzhba zainiatiosti [Government service of employment], veb-sait (2017) *Sytuatsiia na rynku pratsi ta rezultaty diialnosti derzhavnoi sluzhby zainiatiosti* [Situation at the market of labour and results of activity of government service of employment] Available at: <https://www.dcz.gov.ua/analitics/68> (accessed 26 July 2018).

Hryshko O.P.

Postgraduate Student at Department of Management
Ukrainian State Employment Service Training Institute

INFORMATION PROVISION AS A MECHANISM OF LABOUR MARKET REGULATION

The article is devoted to the issue of information provision for the labour market of Ukraine.

The author of the article reviews the scientific approaches to the definition of the concept of “information provision” and presents his own understanding of a number of concepts and categories related to the topic of the study, given their social significance and role for the labour market.

The author thoroughly investigated the information support of the current state of functioning of the labour market of Ukraine. An analysis of its changes from the position of availability for a long time of asymmetry of information on it was carried out. It was investigated that asymmetry is aggravated by the fact that in the presence of a significant amount of resources for finding work and personnel and the lack of interaction between public and private labour market intermediaries, an uncontrolled plurality of labour supply and demand is formed, which may not reflect real demand and supply in the labour market, since private structures form their own informational environment, which they try to maximally disseminate, including for the purpose of obtaining own benefits and business interests.

The consequences of asymmetry of information in the labour market are manifested in the imbalance of supply and demand, limiting competition, loss of social labour, inefficient use of material resources, conservation of the level of development of productive forces, low labour mobility, and outflow of labour abroad.

Given the current situation in the labour market, the author examines problems of the information environment of the labour market from the viewpoint of the insufficient interaction of its sources, in particular, between the public and private sectors of the labour market, and Internet resources for job search and recruiting.

The author emphasizes that at present the information function of the labour market is not fully provided; the mechanism of information support does not function as an integrator of all subjects of the labour market. The author argues that every source of information is important for the full functioning of the labour market, the necessity of applying a universal mechanism for the operative processing and systematization of data from various sources of information on the labour market into a single information resource is proved.

Emphasizing the importance of information for the formation of a qualitative information space in the domestic labour market, there are formulated proposals to create a unified information system in the domestic labour market and establish close cooperation between the public and private sectors.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОБЛІКУ В УКРАЇНІ:
СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ І РОЗВИТКУINFORMATION TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING IN UKRAINE:
CURRENT STATE OF USE AND DEVELOPMENT

У статті здійснено огляд сучасних бухгалтерських програмних продуктів, які використовуються в Україні. Проаналізовано можливості пільгового або безкоштовного їх використання. Обґрунтовано необхідність тісної співпраці ІТ-компаній із вищими навчальними закладами щодо надання програмних продуктів для їх використання у навчальному процесі. Це дасть змогу підвищити рівень формування професійних компетентностей у майбутніх фахівців з обліку й оподаткування у сфері інформаційних технологій та сприятиме підвищенню їхньої конкурентоспроможності на ринку праці.

Ключові слова: інформаційні технології, програмні продукти, облік, компетентності, конкурентоспроможність, співпраця, партнерство.

В статье сделан обзор современных бухгалтерских программных продуктов, используемых в Украине. Проанализированы возможности льготного или бесплатного их использования. Обоснована необходимость тесного сотрудничества ИТ-компаний с высшими учебными заведениями с целью предоставления ими программных про-

дуктов для использования в учебном процессе. Это повысит уровень формирования профессиональных компетенций у будущих специалистов по учету и налогообложению в сфере информационных технологий и способствует повышению их конкурентоспособности на рынке труда.

Ключевые слова: информационные технологии, программные продукты, учет, компетентности, конкурентоспособность, сотрудничество, партнерство.

The article provides an overview of modern accounting software products used in Ukraine. There were analysed the possibilities of preferential or free use of them. The necessity of close cooperation of IT companies with higher educational institutions regarding the provision of software products for their use in the educational process is substantiated. It will increase a level of professional competence of future accounting and taxation specialists in IT field and will increase generally their competitiveness in the labour market.

Key words: information technologies, software products, accounting, competency, competitiveness, cooperation, partnership.

УДК 657.1.011.56

Лучик С.Д.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри обліку
і оподаткування
Чернівецький торговельно-економічний
інститут
Київського національного торговельно-
економічного університету

Постановка проблеми. Професія бухгалтера в сучасних реаліях в Україні цінується високо. Фахівець з обліку й оподаткування повинен бути як у кожній державній установі, так і на приватному підприємстві, де є наймані працівники, власний інвентар, доходи і витрати.

Впровадження ІТ-технологій вносить принципові зміни у зміст роботи бухгалтера. Значна частка рутинних робіт виконується персональними комп'ютерами та іншою комп'ютерною технікою. У результаті у бухгалтерів з'являється більше часу на творчу роботу (узагальнення та аналіз отриманих результатів, вивчення змін у законодавстві, пошук невикористаних резервів, розроблення пропозицій з їх реалізації, надання даної інформації керівництву тощо). При цьому сучасні процеси розвитку інформаційних технологій гостро виявляють невідповідність рівня знань і компетентності облікових працівників рівню технологій. Робота з інформаційними системами бухгалтерського обліку повинна обов'язково передбачати такі професійні компетентності, як уміння управляти інформаційними потоками організації для контролю й оцінки ефективності її діяльності, а також уміння готувати і використовувати вихідну інформацію для проектів автоматизації інформаційної системи в бізнес-структурах. Низький рівень компетентностей бухгалтера у сфері інформаційних технологій може обмежити використання широких можливостей аналітичної обробки в автоматич-

ному режимі та стати гальмом на шляху професійного зростання фахівців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження теоретичних основ діяльності інформаційних систем в обліку та особливості їх упровадження на підприємствах висвітлено у працях таких учених, як О.В. Адамик, М.М. Бенько, С.В. Івахненко, І.І. Матієнко-Зубенко, В.О. Осмятченко, Л.О. Терещенко та ін.

Практика впровадження і використання бухгалтерських інформаційних систем показує, що найбільша їх ефективність забезпечується за інтеграції різних прикладних систем і технологій обробки облікової інформації. О.К. Єлісєєва та В.С. Бєлозерцев пропонують комплексувати різномірні програмні продукти в єдиній обліковій суперсистемі, під якою пропонують розуміти систему у вигляді сукупності різномірних систем, що виступають по відношенню до зовнішнього середовища та інших систем як єдине ціле для досягнення спільних цілей та існують на основі розподіленої та організованої інформаційної взаємодії між її елементами [1, с. 81]

Існує принципова відмінність між вітчизняною і запровадженою у західних країнах практикою автоматизації завдань бухгалтерського обліку. В Україні автоматизація охоплює обов'язкові функції бухгалтера, пов'язані, насамперед, із підготовкою та здачею фінансової, податкової та статистичної звітності до державних органів. Західний

підхід спрямований на автоматизацію бізнес-процесів та прийняття управлінських рішень. Підготовка фінансової звітності у цих інформаційних системах є допоміжним функціоналом.

М.І. Сидорова сформулювала основні вимоги до сучасної інформаційної системи бухгалтерського обліку, яка повинна являти собою відкриту систему, що вільно інтегрується із системами партнерів по бізнесу; використовувати можливості концентрації облікової інформації у «хмарних» сховищах; мати логічну структуру побудови за типом «штучний інтелект» або «експертні системи». Тільки така інформаційна система може стати справді потужним інструментом пізнання економічної дійсності [2, с. 91].

Значна частина сучасних бухгалтерських програмних продуктів є комплексними рішеннями, які забезпечують автоматизацію бухгалтерського, податкового й управлінського обліку, формування звітності. Вони постійно оновлюються, і споживачі цих продуктів потребують додаткового навчання та супроводу з боку ІТ-компаній, тому потрібно проаналізувати бухгалтерські програми, які сьогодні є на ринку, і дослідити, як їх розробники співпрацюють із вищими навчальними закладами.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз можливостей українських програмних продуктів, які забезпечують автоматизацію обліку на підприємствах і установах країни, дослідження рівня їх доступності використання у навчальному процесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток інформаційних технологій сприяє розробленню великої кількості програм, які можна використовувати в бухгалтерській діяльності. У процесі своєї діяльності бухгалтер може використовувати різні види програм: спеціалізовані бухгалтерські програми; системи електронного документообігу; програми та сервіси для дистанційного банківського обслуговування; неспеціалізовані програмні пакети, що мають аналітичні можливості (наприклад, табличні процесори); програмні продукти для автоматизації аудиторської діяльності; інтегровані системи управління підприємством (ERP-системи); інформаційні системи класу BI; інформаційно-правові системи. Складність та багатоаспектність сучасного бізнесу вимагає використання всіх перерахованих класів інструментальних засобів.

Активна співпраця фірми «1С» із вищими навчальними закладами України дала змогу останнім на пільгових умовах придбати ліцензійні програмні продукти «1С: Підприємство 7», а потім і «1С: Підприємство 8» із різними типовими конфігураціями і з методичним забезпеченням. Безперечною перевагою програми «1С: Підприємство» є її конкурентоспроможна функціональність і наявність у системі модулів бухгалтерського і податкового обліку. Забезпечення автоматизації

управління підприємством, у тому числі ведення обліку і формування звітності, на підприємствах різних галузей здійснювалося за рахунок готових комплексних рішень (конфігурацій), таких як «Бухгалтерія 8 для України», «Зарплата та управління персоналом для України», «Управління торгівлею для України», «Управління торговим підприємством для України», «Управління виробничим підприємством для України». Наявність мережевої версії програми давала змогу створити значну кількість автоматизованих робочих місць для студентів. Також бізнесу і вищим навчальним закладам постійно пропонувалися швидкі оновлення конфігурацій з урахуванням змін українського законодавства.

В Україні, за різними даними, програмою «1С: Підприємство» користувалися від 300 до 500 тис. підприємств – близько 80% усього бізнесу країни. У самій Росії частка «1С» дорівнювала 32,7% станом на 2016 р., і на своїй батьківщині цей продукт навіть не лідирує, поступаючись софту від німецької компанії SAP [3]. Після введення санкцій у 2017 р. з боку української влади проти виробника та дистриб'юторів бухгалтерської програми «1С: Підприємство» з російським корінням ТОВ «1С» (м. Москва), а також постачальника – дочірнього підприємства «Єврософтпрот» – українські приватні комерційні підприємства продовжують активно використовувати цю програму. Це все тому, що санкції мали персональний характер, тобто були спрямовані проти конкретних підприємств, а не самого бухгалтерського програмного забезпечення [4].

Отже, ситуація така: у державних установах України перестали закуповувати і використовувати програмні продукти фірми «1С», а приватний бізнес, переважно малий, продовжує використовувати програмний комплекс «1С: Підприємство». Слід зауважити: якщо раніше типові конфігурації до системи «1С: Підприємство» в Україні були чисто українським продуктом (за місцем виробництва, тиражування і лівової частки доданої вартості), то тепер це продукт іноземного виробництва. Виробляються й адаптуються конфігурації для України в країнах ЄС, де і знаходяться правовласники. Партнерська мережа «1С» також була реорганізована, і нині, по суті, колишніх органів дистрибуції не існує [4].

У великому українському бізнесі сьогодні програмний продукт «1С: Підприємство» практично не використовується. Перевага надається закордонним розробкам від SAP, Oracle, Microsoft, IBM. Це відомі світові лідери з ERP-систем, які пропонують свої програмні рішення для різних галузей. Системи мають модульну структуру, що забезпечує можливість використовувати кожний функціональний блок автономно, а разом вони забезпечують потужний інструмент для управління

бізнесом. При цьому ці системи, зокрема SAP, не забезпечені податковими модулями. Ці програмні комплекси в разі перевищують вартість продуктів «1С», що робить їх малодоступними для невеликих підприємств і практично недоступними для навчальних закладів. Хоча кожна з вищезазначених компаній несе значні витрати, пов'язані з навчанням персоналу у процесі впровадження систем на підприємствах.

Розробники EPR-систем, які працюють переважно з українським великим бізнесом, намагаються відвоювати частину середнього і дрібного сегмента. Вони запускають так звані SaaS-рішення (Software as a service). Це готові хмарні рішення, які не потрібно впроваджувати протягом місяця, а можна легко запустити в браузері. Для одного співробітника компанії робота з таким рішенням обійдеться приблизно в \$20–40 щомісяця [5].

Серед українських програмних продуктів найбільш відомі розробки компаній IT-Enterprise, BSI, «Універсал», «ІС-ПРО» і Megapolis та ін. Серед програмних продуктів для малого і середнього бізнесу це: «Дебет Плюс», «Акцент», «АБ-офіс», М.Е. Doc, «Предприниматель 4», «ЕЛФІ», «Інфополіс», Тria і iFin. Українські програмні продукти коштують значно дешевше, ніж західні аналоги.

Головним конкурентом системам «1С: Підприємство» і SAP є програмний продукт «ІТ – Підприємство» фірми IT-Enterprise. Дана система є модульною. «MASTER: Бухгалтерія» є одним із модулів, створених для автоматизації обліку і звітності на підприємствах малого та середнього бізнесу. Весь функціонал, необхідний для ведення бухгалтерського, податкового, управлінського обліку, а також обліку персоналу й розрахунку заробітної плати, знаходиться в єдиній базі та в одному інтерфейсі. У програмі максимально автоматизовано всі процеси формування звітності, передбачено можливість ведення обліку для необмеженого числа юридичних осіб, а також уведено безліч інших результативних інструментів. Усі звіти, які формуються у програмі «MASTER: Бухгалтерія», вивантажуються у XML-форматі та імпортуються в програми, що підтримують цей формат. Це не лише програма М.Е. Doc, а й «Соната», «Арт-звіт Плюс», Taxser тощо. Підписання і відправлення звітів здійснюється із цих програм. Безпосередньо відправити звіт із програми «MASTER: Бухгалтерія» можливості поки що немає. Вартість системи є доступною для малого й середнього бізнесу та залежить від того, яку версію програми використовуватиме підприємство і скільки осіб має працювати в системі одночасно [6]. Фахівці MASTER регулярно проводять online-навчання для користувачів у форматі щотижневих вебінарів, під час яких вони демонструють функціональні можливості та послідовність роботи в програмних продуктах. Навчальні матеріали і відеоуроки перебувають у відкритому доступі. Навчання користувачів, партнерів і викладачів навчальних закладів відбувається паралельно в «Академії MASTER-РІШЕНЬ».

Достатньо відомим і використовуваним в Україні програмним продуктом є «Акцент». Програмний комплекс «Акцент Бухгалтерія» – це універсальна автоматизована програма для ведення бухгалтерського, управлінського та фінансового обліку на підприємствах малого і середнього бізнесу. Програма має гнучкий візуальний інтерфейс, який забезпечує користувачу-бухгалтеру зручну і комфортну роботу, можливість налаштовувати правила ведення обліку та звітності на конкретному підприємстві. Забезпечення у програмі можливості ведення багаторівневого аналітичного обліку дає змогу аналізувати дані в різних зрізах і групуваннях.

«Акцент» можна вважати єдиною програмою на ринку, яка повністю відкрита на всіх рівнях (OLE/COM, СУБД), має засоби для розширення функціональних можливостей за стандартної структури бази даних і стандартної мови програмування MS VB Script. Системи обліку на базі «Акценту» всередині завжди мають просту архітектуру. Це дає змогу легко поєднувати різноманітні прикладні рішення без втрати функціональності або можливості оновлювати їх окремо. Оновлення проходять в автоматичному режимі [7].

Розробники системи «Акцент» ТОВ «Імпакт-Україна» пропонують різні прикладні рішення, а саме: «Виробництво», «Торгівля і склад», «Сільське господарство», «Клієнт-Банк» та ін. Також є можливість безкоштовного використання повноцінної версії програми протягом одного місяця. Дуже позитивним є відкритість фірми до співпраці з вищими навчальними закладами у вигляді надання на пільгових умовах стандартних прикладних рішень, а також безкоштовних консультацій щодо їх використання у навчальному процесі.

Програмний комплекс «Дебет Плюс» розрахований на індивідуальних підприємців та малі підприємства і в базовій версії пропонується безкоштовно. Такий безкоштовний варіант дає змогу вести складський облік разом із бухгалтерією. Програма орієнтована на українське законодавство і своєчасно оновлюється. На платній основі можна встановити інші конфігурації, якщо базової версії недостатньо. Розробники «Дебет Плюс» пропонують кілька галузевих рішень: «Виробництво», «Сільське господарство», «Готельний комплекс», «Ресторан», «Водоканал» та ін. Написаний «Дебет Плюс» на Java Script із використанням платформи Eclipse.

Програма «Діловод» являє собою український онлайн-сервіс, розроблений ТОВ «DEP SYSTEMS». Програма забезпечує автоматизацію обліку виробництва, закупівель, продажів, грошо-

вих коштів й об'єднує у собі можливості обліку, складання звітності, роботи із замовленнями і клієнтами. Програмний продукт розрахований на індивідуальних підприємців, які можуть бути платниками єдиного податку або використовуватимуть загальну систему оподаткування. Слід відзначити, що розробники програми надають можливість безоплатного використання одному користувачу стартового пакету протягом необмеженого періоду. Зрозуміло, що при цьому обмежуються до 25% можливості пакету. Також усі зареєстровані користувачі отримують можливість безкоштовного використання будь-якого пакету послуг на 30 днів.

Програмний комплекс «ЕЛФІ» є українською системою бухгалтерського обліку, контролю і звітності. Він забезпечує створення вихідних і реєстрацію вхідних первинних бухгалтерських документів, автоматично генерує точні бухгалтерські проводки відповідно до документа і вибраної бухгалтером господарської операції. У системі формується бухгалтерська, фінансова та податкова звітність, а також сотні аналітичних довідок та розшифровок. Існують різні варіанти системи: «ЕЛФІ Підприємство» – інтегрована система бухгалтерського обліку, орієнтована на великий бізнес; «ЕЛФІ Казначей» – для ведення бухгалтерського і фінансового обліку в бюджетних організаціях (установах); «ЕЛФІ 8.0, 8.1, 10.0» – система зі штучним інтелектом професійного бухгалтера для малих і середніх підприємств сфери послуг, промислових підприємств і будівельних організацій. Остання підтримує багаторівневий аналітичний облік доходів і витрат підприємства, забезпечує податковий облік і звітність і навчає користувачів.

Програма «Infopolis» є системою типу ERP, яка забезпечує комплексну автоматизацію обліку і планування на підприємствах різного роду діяльності. Infopolis дає змогу вести облік матеріальних ресурсів, фінансів, кадрів, виробничих ресурсів, документів. Infopolis ERP дає змогу вести бухгалтерський облік господарських операцій підприємства, причому як регламентований – за затвердженими державою методикам із формуванням обов'язкової звітності, так і управлінський – за внутрішніми стандартами підприємства і звітністю за МСФЗ або корпоративними вимогами. Система Infopolis ERP розрахована на використання у корпоративних структурах.

В Україні пропонується ціла низка програм для формування електронної звітності та передачі її до державних контролюючих органів, реєстрації податкових накладних в електронному вигляді, обміну документами з підприємствами-партнерами. Це, насамперед, спеціалізоване клієнтське програмне забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності», яке надає можливість заповнювати готові форми електронної звітності

й передавати їх у податкову інспекцію, до Пенсійного фонду України, Державної служби статистики України та Державної служби зайнятості України. Також активно використовуються бізнесом такі програми, як М.Е. Дос, iFin, «Соната» та ін.

«Соната» є сучасною програмою формування електронної звітності, що підтримує стандарти Фіскальної служби, Пенсійного фонду та Держстату. Вона забезпечує: імпорт профілів та документів з інших програм електронної звітності («ІВК Звітність», «ОПЗ», М.Е. Дос, «Арт-Звіт»); підтримку електронних ключів різних центрів сертифікації; реєстрацію податкових накладних та розрахунків коригування у Єдиному державному реєстрі, їх обмін між контрагентами, що працюють у «Сонаті»; зручний перегляд квитанцій та повторне відправлення звітів. [8]. Розробники програми пропонують її безкоштовне використання протягом одного місяця, а також активно співпрацюють із вищими навчальними закладами щодо використання програмного продукту в навчальному процесі.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, сучасні інформаційні технології в професійній діяльності бухгалтера відіграють двояку роль. З одного боку, вони звільняють його від рутинних операцій, громіздких обчислень і надають можливість творчого підходу до облікової процесу. З іншого боку, низький рівень компетентності бухгалтера у сфері інформаційних технологій може стати гальмом на шляху його професійного зростання, не дасть змоги використовувати широкі можливості програмних комплексів. Тому вкрай необхідно, щоб вищі навчальні заклади забезпечували формування таких професійних компетентностей у сфері інформаційних технологій у майбутніх бухгалтерів. Отримання практичних знань зі спеціальності для студентів важливе для їх подальшого працевлаштування. Для цього потрібна тісна співпраця на умовах взаємовигідного партнерства між закладами вищої освіти та ІТ-компаніями, які є розробниками програмного забезпечення для бухгалтерських служб. Це – надання програмних комплексів для використання їх у навчальному процесі, організація й проведення майстер-класів, наукових і методичних семінарів для студентів та викладачів, проведення факультативних курсів тощо. Студенти повинні отримати уяву про сучасний стан розвитку бухгалтерських інформаційних систем, які працюють у режимі реального часу. І, нарешті, потрібно пам'ятати, що добре підготовлений в університеті бухгалтер може на практиці без особливих додаткових зусиль виконувати на належному професійному рівні роботу будь-якого іншого фахівця-економіста. Роботодавці при цьому будуть менше витрачати коштів на перепідготовку та підвищення кваліфікації своїх працівників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єлисеєва О.К., Белозерцев В.С. Тенденції розвитку інформаційних систем та технологій в обліку в умовах глобалізації. Технологический аудит и резервы производства. 2015. № 3/5(23). С. 79–85.
2. Сидорова М.И. Информационные технологии как неотъемлемый элемент современной модели бухгалтерского учета. Учет. Анализ. Аудит. 2015. № 3. С. 82–92. URL: <file:///C:/Users/HP/Downloads/informatsionnye-tehnologii-kak-neotemlemyy-element-sovremennoy-modeli-buhgalterskogo-ucheta.pdf>.
3. Чем заменить санкционку: альтернативы 1С. URL: <http://businessviews.com.ua/ru/business/id/chem-zamenit-sankcionku-alternativy-1s-1558/>.
4. 1С и санкции: госкомпания ждут немецкий заменитель, а другие покупают программу через ЕС. URL: <https://ubr.ua/finances/taxes/1s-i-sanktsii-hoskompanii-zhdut-nemetskij-zamenitel-a-druhie-pokupajut-prohrammu-cherez-es-3862846>.
5. Альтернатива 1С: Чем украинский бизнес может заменить российскую систему бухучета. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/alternativa-1s-chem-ukrainskij-biznes-mozhet-zamenit-rossijskuju-331006/>.
6. MASTER:Бухгалтерія – новий рівень бухгалтерського сервісу. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/masterbuhgalteriya-novij-riven-buhgalterskogo-serv/>.
7. Система учета «Акцент». URL: <http://accent.ua/index.php/pages/ob-aktsente/alternativa-1s>.
8. «Соната» – програма електронної звітності. URL: <https://sonatazvit.com.ua/uk/>.

REFERENCES:

1. Yeliseyeva O. K. (2015) Tendenciji rozvytku informacijnykh system ta tekhnologhij v obliku v umovakh globalizaciji [Trends in the development of infor-

mation systems and technologies in the context of globalization]. Technological audit and production reserves, no. 3/5(23), pp. 79-85.

2. Sidorova M. I. (2015) Informatsionnye tekhnologii kak neot'emlemyy element sovremennoy modeli bukhgalterskogo ucheta [Information technologies as an integral element of the modern accounting model]. Accounting. Analysis. Audit, no. 3, pp. 82-92.

3. Business Views (2017). What to replace the sanction: alternatives 1C. Available at: <http://businessviews.com.ua/ru/business/id/chem-zamenit-sankcionku-alternativy-1s-1558/>. (Accessed 19 June 2018) (in Rus.).

4. Simonenko K. (2018) 1C and sanctions: the state company is waiting for the German substitute, while others are buying the program through the EU. Available at: <https://ubr.ua/finances/taxes/1s-i-sanktsii-hoskompanii-zhdut-nemetskij-zamenitel-a-druhie-pokupajut-prohrammu-cherez-es-3862846>. (Accessed 29 June 2018) (in Rus.).

5. Delo.Ua (2017) Alternative 1C: What Ukrainian business can replace the Russian accounting system. Available at: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/alternativa-1s-chem-ukrainskij-biznes-mozhet-zamenit-rossijskuju-331006/>. (Accessed 18 June 2018) (in Rus.).

6. Government Courier (2017) MASTER: Accounting – a new level of accounting service. Available at: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/masterbuhgalteriya-novij-riven-buhgalterskogo-serv/>. (Accessed 10 July 2018) (in Ukr.).

7. Accent (2018) Accounting system Accent. Available at: <http://accent.ua/index.php/pages/ob-aktsente/alternativa-1s>. (Accessed 10 July 2018) (in Rus.).

8. Sonata (2018) Sonata is an electronic reporting program. Available at: <https://sonatazvit.com.ua/uk/>. (Accessed 19 July 2018) (in Ukr.).

Luchyk S.D.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Department of Accounting and Taxation,
Chernivtsi Institute of Trade and Economics,
Kyiv National University of Trade and Economics

INFORMATION TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING IN UKRAINE: CURRENT STATE OF USE AND DEVELOPMENT

The modern information technologies in the professional activity of accountants play a twofold role. On the one hand, they relieve accountants of routine operations, complex calculations, and provide them an opportunity for a creative approach to handling accounting processes. It is a synthesis and analysis of the results, following recent changes in legislation, looking for unused reserves and developing proposals for their implementation, as well as provision of this information to the management, etc. On the other hand, the low level of accountants' competences in the IT field can be an obstacle to their professional growth and will not allow the use of extensive software features in their day-to-day work.

Nowadays big Ukrainian businesses prefer to use foreign software developed by such corporations as SAP, Oracle, Microsoft, IBM, whose pricing makes them little accessible to small businesses and inaccessible to educational institutions. Among the Ukrainian software products, the most well-known are ones developed by companies IT-Enterprise, BSI, Universal, IC-PRO, and Megapolis. Among the local products oriented at small and medium enterprises, most well-known software is developed by Debit Plus, Accent, AB Office, M.E. Doc, Entrepreneur 4, ELFi, Infopolis, Tria, and iFin. These software products are much cheaper than Western counterparts.

Much of modern accounting software products are integrated solutions that provide automation of financial accounting, tax and management accounting, as well as reporting processes. They are being constantly updated and consumers constantly require additional training and support from IT companies in relation to the use of them. Therefore, a close cooperation between higher education institutions and IT companies that develop software for accounting services is required based on mutually beneficial partnerships. It is a provision of software systems by IT companies for their use in the educational activities, organization and conducting of master classes, scientific and methodological seminars for students and teachers, conducting optional courses, etc. Students should learn the current trends in accounting information systems that work in a real-time mode. The well-trained accountant at the university can perform also the duties of any other specialist-economist at the appropriate professional level without much additional effort.

АНАЛИЗ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ANALYSIS OF SCIENTIFIC-RESEARCH ACTIVITY

УДК 339.13

Омеланко Н.Н.

к.э.н., доцент кафедры экономики,
управления предприятиями
та логистики
Харьковский национальный
экономический университет
имени Семена Кузнеця

В статье проведен экономико-математический анализ научно-исследовательской деятельности организаций с использованием программы STATISTICA. Обоснованы факторы, оказывающие наибольшее влияние на объем научно-исследовательских работ.

Ключевые слова: объем научно-исследовательских работ, численность докторов наук, регрессивная модель, оценка результатов решения.

У статті проведено економіко-математичний аналіз науково-дослідницької діяльності організацій із використанням програми STATISTICA. Обґрунтовано чинники, які

надають найбільший вплив на обсяг науково-дослідних робіт.

Ключові слова: обсяг науково-дослідних робіт, чисельність докторів наук, регресивна модель, оцінка результатів рішення.

The article is devoted to the economic and mathematical analysis of the research activities of organizations using the program STATISTICA. The factors that exert the greatest influence on the volume of scientific research work are substantiated.

Key words: volume of scientific research, number of doctors of sciences, regression model, evaluation of solution results.

Постановка проблемы. Главная задача ускорения социально-экономического развития Украины заключается в кардинальном повышении эффективности производства за счет внедрения достижений научно-технического прогресса. В последние годы наметилось снижение объемов научно-технических работ, поэтому необходимо оценить влияние с помощью экономико-математических методов и компьютерных программ разных факторов и обосновать рекомендации по увеличению объемов научно-исследовательских работ.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам повышения эффективности научной деятельности уделяется много внимания. Разрабатываются конкретные программы, указываются пути ее решения [1–6].

Постановка задания. Целью исследования является экономико-математическое обоснование результатов анализа зависимости объемов научно-исследовательских работ от выбранных факторов, выполненное с помощью программы STATISTICA

Изложение основного материала исследования. На объем научно-исследовательских работ влияет большое количество факторов и явлений. Это влияние разноплановое: одни факторы и явления сильно влияют, другие – слабее, третьи вообще не влияют. Для разработки эффективной экономической политики необходимо уметь оценивать зависимость факторов и явлений между собой и степень их влияния на экономические показатели. Математические методы позволяют выделить и формализовать существенные зависимости между экономическими показателями, оценить форму и параметры их зависимостей.

Окружающий нас мир насыщен информацией, и без адекватных технологий анализа данных человек оказывается беспомощным в информационной среде [4, с. 14]. На помощь приходят различные компьютерные программы, позволяющие

быстро и качественно сделать обработку экономической информации. Наибольшее распространение в последнее время получила обработка данных с помощью программ Excel и STATISTICA.

При выборе методов и моделей следует учитывать главную особенность экономических показателей, оценивающих научную деятельность, – наличие стохастической зависимости между ними, поэтому для построения и решения моделей используют теорию корреляции и регрессии, что позволяет оценить влияния каждого фактора, расширить представление о закономерностях изменения экономических показателей. В ходе регрессивного анализа решаются две основные задачи: первая – построение математической модели (уравнения регрессии), то есть нахождение зависимости между результатным признаком и независимыми факторами; вторая – оценка значимости полученного уравнения, то есть насколько выбранные факторы объясняют вариацию показателя Y.

В общем виде корреляционно-регрессивная модель выглядит так:

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_n),$$

где Y – исследуемый (зависимый) показатель;

X – фактор-аргумент;

n – количество факторов.

Перед построением модели необходимо проанализировать рассматриваемый показатель (Y) и факторы (X). Если исследуемый показатель (Y) не колеблется, то оценить влияние факторов невозможно. Затем надо экономически обосновать факторы, которые влияют на исследуемый показатель. Далее для получения надежных результатов решения необходимо иметь не менее 30 наблюдений.

Математическая модель должна соответствовать логике экономического анализа. Для построения модели чаще всего используют линейную, степенную и логарифмическую функции. Построение уравнения регрессии осуществляется, как

правило, методом наименьших квадратов, при котором минимизируется сумма квадратов отклонений фактических значений результативного признака от расчетных.

Далее, факторы-аргументы $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ должны быть независимыми, нормально распределенными случайными величинами с постоянными дисперсиями и не должны находиться в зависимости друг от друга. Правда, в реальной жизни строгое соответствие этим требованиям встречается очень редко. Часто между показателями есть мультиколлинеарность (зависимость), и часть факторов в результате расчетов отпадает.

В линейных моделях коэффициенты при неизвестных называются коэффициентами регрессии, а в степенных и логарифмических – коэффициентами эластичности. Первые показывают, насколько единиц изменяется функция с изменением соответствующего фактора на одну единицу при неизменных значениях остальных. Вторые отражают, на сколько процентов изменяется функция с изменением каждого аргумента на 1 % при неизменных значениях остальных.

При решении задач используются такие понятия, как статистика и анализ данных. В статистике первичной является модель. Исходные данные используются для оценки параметров модели и проверки различных гипотез.

В анализе данных исходят из того, что имеются предположения относительно структуры данных, их организации и связях между собой. Модель должна соответствовать данным, а не наоборот. Приверженцы анализа данных критикуют эконометрику, считая, что она имеет дело с абстрактными гипотезами, которые никогда не работают на практике. В действительности между этими направлениями нет сильного расхождения, так как анализ данных тоже делается на основе статистических понятий [4].

Статистическая значимость результатов – это мера уверенности в его правильности. В программе STATISTICA уровень значимости, или р-уровень, – это показатель, который находится в убывающей зависимости от надежности результата [4, с. 123]. Более высокий р-уровень соответствует более низкому уровню доверия к полученной зависимости между переменными. Именно р-уровень представляет собой вероятность ошибки, связанной с распространением наблюдаемого результата на все данные. Например, если $p = 0,05$, то имеется только пятипроцентная вероятность, что найденная в выборке зависимость между переменными является случайной. Другими словами, только в пяти случаях из 100 будет допущена ошибка.

Выбор определенного уровня значимости, выше которого результаты отвергаются как ложные, является достаточно произвольным. Это как бы неформальное соглашение, принятое на

основе практического опыта. Чем больше данных мы использовали при решении модели, тем выше надежность полученных утверждений.

Чем больше зависимость в выборке, тем больше вероятность, что она будет и в генеральной совокупности данных. Как видим, зависимость и значимость тесно связаны между собой. Но эта связь имеет место только при фиксированном объеме выборки, а при различных объемах выборки одна и та же зависимость может быть как значимой, так и не значимой вообще [4, с. 125].

Чем слабее зависимость между переменными, тем большего объема требуется выборка, чтобы значимо ее обнаружить. В очень больших выборках даже слабые зависимости между переменными будут значимыми, в то время как в малых выборках даже очень сильные зависимости не являются надежными.

Рассмотрим пример применения программы STATISTICA для оценки влияния факторов на объем научных и научно-технических работ (Y). Были выбраны такие факторы:

X_1 – количество организаций, которые выполняют научные исследования и разработки;

X_2 – численность научных работников;

X_3 – количество докторов наук в экономике Украины.

Принята была линейная зависимость между показателями вида:

$$Y = b_0 + b_1 \times X_1 + b_2 \times X_2 + b_3 \times X_3.$$

Исходные данные приведены в табл. 1 [1]. Решим эту модель с помощью программы STATISTICA.

Проведем анализ этих показателей и рассчитаем их характеристики:

$$\text{среднее значение } \bar{X} = \frac{\sum X}{n};$$

$$\text{среднеквадратическое отклонение } \sigma = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n - 1}},$$

это несмещенная оценка, и она равна в точности значению оцениваемого параметра [4, с. 108], в программе STATISTICA оно обозначено как Std.Dev; вариация (V).

Эти данные представлены на рис. 1.

Как следует из этого рисунка, наименьшее колебание имеет показатель X_1 , наибольшее – X_2 . Если расположить показатели по степени разброса, то получим такой ряд: X_1, X_3, Y, X_2 .

Проанализируем теперь тесноту взаимосвязи показателей с помощью коэффициента корреляции между рядами динамики. Получены такие коэффициенты корреляции:

$$R_{yx1} = -0,89863, R_{yx2} = -0,87606, R_{yx3} = 0,99069.$$

Получается, что объем работ с ростом числа организаций и численности научных работников падает, и только увеличение количества докторов наук дает рост объема работ. Экономически странная закономерность, которая свидетельствует, что

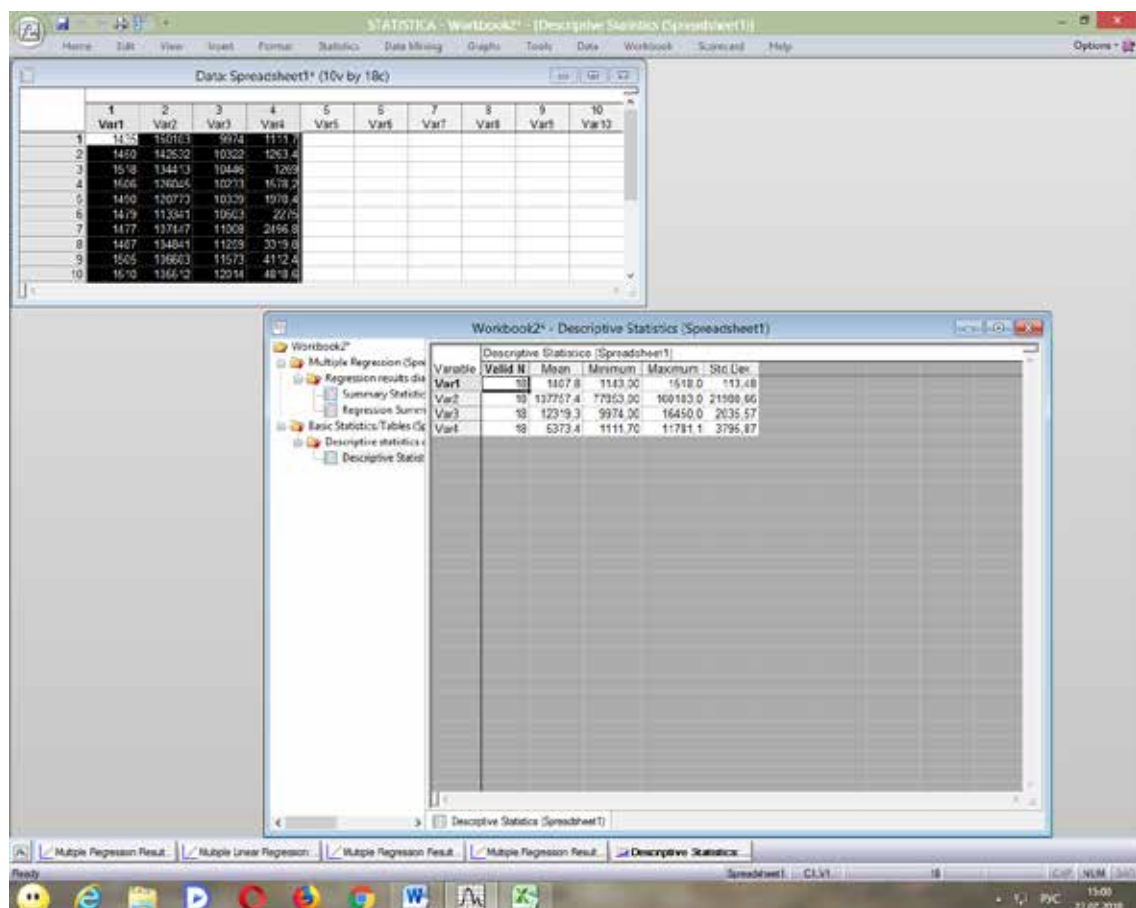


Рис. 1. Основные характеристики показателей, вычисленные с помощью программы STATISTICA (Var1 – X_1 , Var 2 – X_2 , Var3 – X_3 , Var4 – Y)

Таблица 1

Научные кадры и количество организаций

	Количество организаций, выполняющих научные исследования и разработки (X_1)	Количество ученых, человек (X_2)	Количество докторов наук в экономике Украины, человек (X_3)	Объем выполненных научных и научно-технических работ в фактических ценах (Y)
1996	1435	160103	9974	1111,7
1997	1450	142532	10322	1263,4
1998	1518	134413	10446	1269,0
1999	1506	126045	10233	1578,2
2000	1490	120773	10339	1978,4
2001	1479	113341	10603	2275,0
2002	1477	107447	11008	2496,8
2003	1487	104841	11259	3319,8
2004	1505	106603	11573	4112,4
2005	1510	105512	12014	4818,6
2006	1452	100245	12488	5354,6
2007	1404	96820	12845	6700,7
2008	1378	94138	13423	8538,9
2009	1340	92403	13866	8653,7
2010	1303	89564	14418	9867,1
2011	1255	84969	14895	10349,9
2012	1208	82032	15592	11252,7
2013	1143	77853	16450	11781,1

в планировании научно-исследовательских работ есть проблемы, которые надо срочно решать.

Как указывают ученые в своих работах, надо пересмотреть систему планирования объемов работ и оплаты труда научных работников [5].

Таким образом, везде имеем зависимость между показателями, но самая сильная – между уровнем объема и численностью докторов наук. Это понятно, так как они формируют тематику и объемы работ.

Решим теперь модель зависимости показателей с помощью программы STATISTICA. Результаты решения приведены на рис. 2.

Из этого рисунка следует, что программа выделила (красным цветом) только один существенный фактор, который влияет на объем научно-исследовательских работ, – число докторов наук (Var 3). В последнем столбике приведены значения р-вероятностей, и только у X_3 величина p – уровня $\leq 0,05$, а параметр $t \geq 2,0$. Остальные факторы имеют большую вероятность и ниже значения t . Значит, только фактор X_3 – число докторов наук – оказывает существенное влияние на объем научно-исследовательских работ. Остальные факторы (количество организаций и численность научных сотрудников) не влияют.

Получено следующее уравнение зависимости показателей:

$Y_p = -17385,5 + 1,8474135 \times X_3$, коэффициент корреляции $R_{y,x_3} = 0,99$, число наблюдений $n = 18$, остаточная вариация за счет не включенных в модель факторов составила 9,61%.

Выводы из проведенного исследования. Исследовалось влияние на величину объема научно-исследовательских работ таких факторов, как:

- количество организаций, которые выполняют научные исследования и разработки (X_1);
- численность научных работников (X_2);
- количество докторов наук в экономике Украины (X_3).

Оказалось, что только количество докторов оказывает существенное влияние на объем работ, так как они в основном формируют тематику и объем работ. При этом между остальными факторами и объемом работ также имеется тесная, но обратная связь.

Выявленные с помощью экономико-математических методов закономерности надо учитывать при формировании объемов научных работ, а главное – усилить материальную заинтересованность научных работников в результатах их труда за счет роста заработной платы.

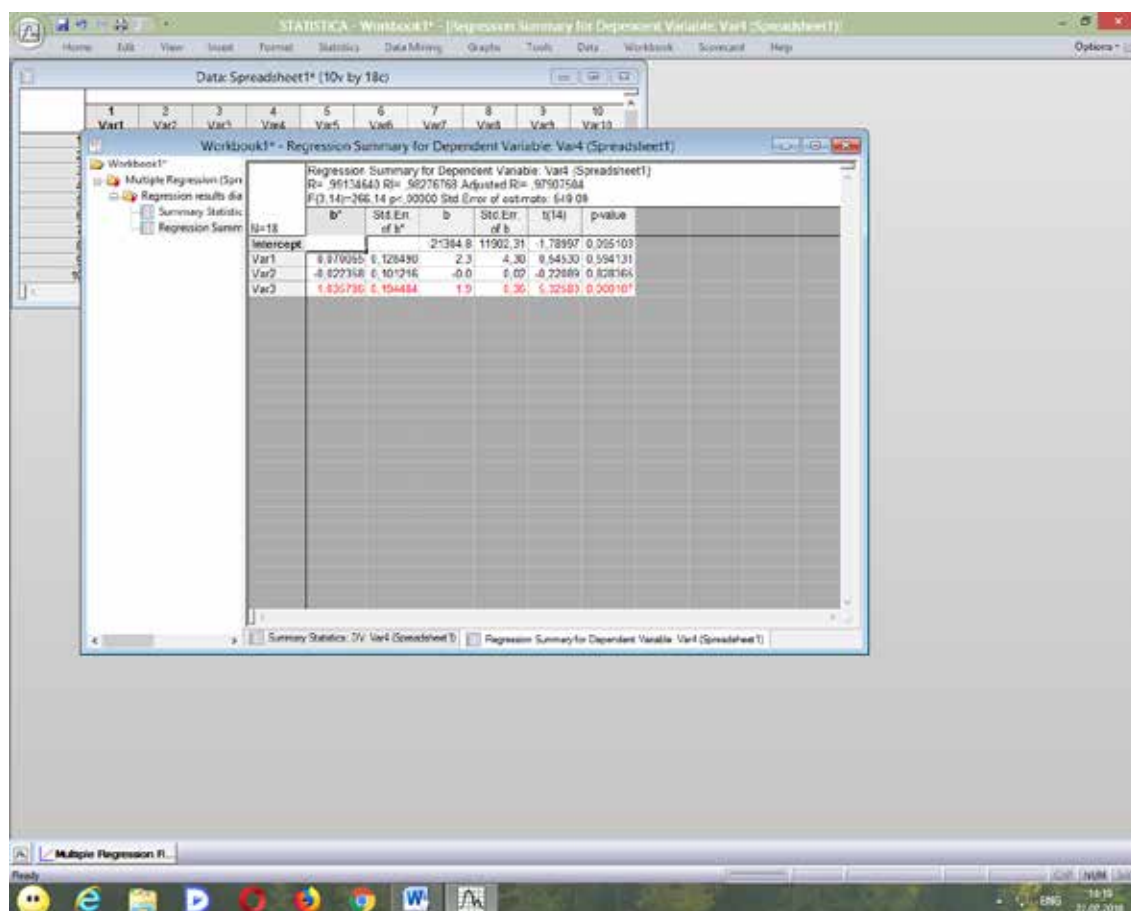


Рис. 2. Результаты решения задачи

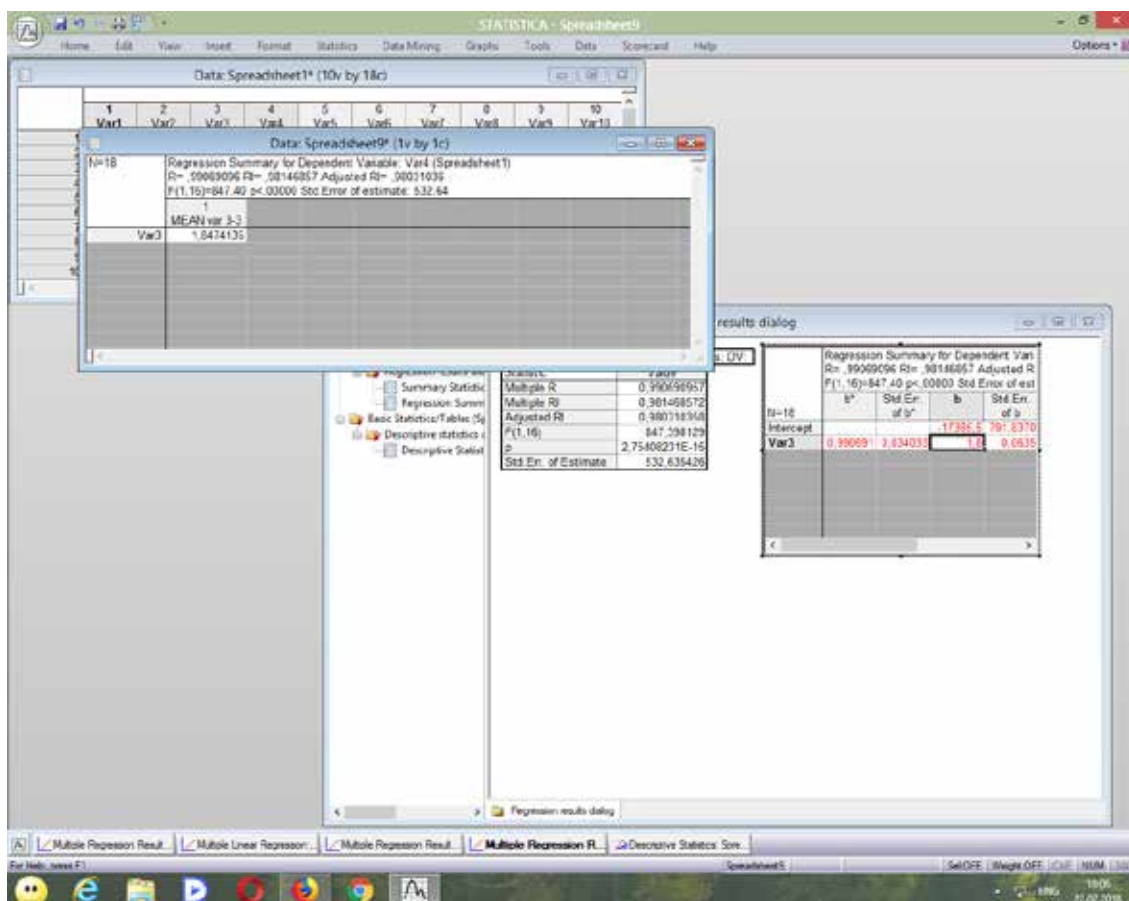


Рис. 3. Расширенный вариант решения с численным значением параметра b_3

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Наука, технології та інновації. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Дата звернення: 25.06.2018.
2. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні / Матеріали X міжнародного бізнес-форуму (Київ, 21 березня 2017 р.). URL: http://www.uintei.ksev.ua/viewpage.php?page_id=446. Дата звернення: 25.06.2018.
3. Характеристика інноваційної діяльності підприємств / Український інститут науково-технічної і економічної інформації. URL: http://www.uintei.ksev.ua/viewpage.php?page_id=446. Дата звернення: 18.06.2018.
4. Боровиков В. STATISTICA. Искусство анализа данных на компьютере: Для профессионалов; 2-е изд. (+CD). СПб.: Питер, 2003. 688 с.
5. Попович О. На яке майбутнє може сподіватися українська наука. Украинская правда. 17.03.2017. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2017/03/17/223188/>.
6. Про Національний фонд досліджень України: Постанова від 04.07.2018 № 528. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npasearch?&key=%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B4%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%8C&num=528>. Дата звернення: 26.07.2018.

REFERENCES:

1. Science, technology and innovation. [Electronic resource]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Belly date: 25.06.2018.
2. Problems and Prospects for the Development of Innovation in Ukraine / Materials of the X International Business Forum (Kyiv, March 21, 2017). [Electronic resource]. Available at: http://www.uintei.ksev.ua/viewpage.php?Page_id=446. Belly date: 25.06.2018.
3. Characteristics of innovative activity of enterprises / Ukrainian Institute of Scientific, Technical and Economic Information: [Electronic resource]. Available at: http://www.uintei.ksev.ua/viewpage.php?Page_id=446. Belly date: 18.06.2018.
4. Borovikov V. (2003) STATISTICA. The art of data analysis on a computer: For professionals. St. Petersburg (in Russian).
5. Popovich O. On yaka majbutne mozhe spodivatisya Ukrainka science / Ukrainian truth, 17.03.2017. [Electronic resource]. Available: <https://life.pravda.com.ua/columns/2017/03/17/223188/> Belly date: 23.06.2018.
6. About the National Research Fund of Ukraine. Resolution dated July 4, 2018, No. 528. [Electronic resource]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npasearch?&key=%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B4%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%8C&num=528>. Belly date: 07/26/2018

Omelayenko N.N.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics,
Enterprise Management and Logistics
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ANALYSIS OF SCIENTIFIC-RESEARCH ACTIVITY

The article analyses the dynamics of the volume of scientific and technical works (Y) for 1996–2013. It turned out that this indicator tends to decrease.

The article examines the influence of such factors as the number of organizations (X_1), the number of scientific employees (X_2) and the number of doctors of sciences (X_3) with the help of regression analysis and STATISTICA program.

The article considers a model of the form $Y = b_0 + b_1 \times X_1 + b_2 \times X_2 + b_3 \times X_3$. The decision of the model with the help of a computer program showed that only the number of doctors of sciences affects the dynamics of the volume of scientific and technical work. The growth of the number of scientific workers and the number of organizations performing these works leads to a decrease in this amount.

The main reason for this situation is the lack of proper material interest of workers in the results of their work. Therefore, it is necessary to revise the system for assessing the performance of organizations and the system of remuneration of scientific workers.

ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНОГО ПІДХОДУ В МАТРИЧНОМУ АНАЛІЗІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

USE OF MATHEMATICAL APPROACH TO MATRIX ANALYSIS OF BUSINESS PROCESSES

УДК 338.2:519.2

Прохоренко О.В.

к.е.н.,

доцент кафедри менеджменту
та оподаткуванняНаціональний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»**Бабкова Н.В.**к.т.н., старший викладач кафедри
інтелектуальних комп'ютерних систем
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

У статті запропоновано математичний підхід до побудови числових параметрів матриці оцінювання бізнес-процесів підприємства. Обґрунтовано параметри матриці та межі інтервалів областей, а також принципи розрахунку координат бізнес-процесу в площині матриці, що стає визначальним для вибору напрямку розвитку бізнес-процесу.

Ключові слова: бізнес-процес, матричний аналіз, конкурентоспроможність, вагомість, нормування, шкала бажаності.

В статье предложен математический подход к построению числовых параметров матрицы оценки бизнес-процессов предприятия. Обоснованы параметры матрицы и границы интервалов областей, а также принципы вычисления координат бизнес-процесса в плоскости матрицы, что стано-

вится определяющим для выбора направления развития бизнес-процесса.

Ключевые слова: бизнес-процесс, матричный анализ, конкурентоспособность, весомость, нормирование, шкала желательности.

The article proposes a mathematical approach to constructing numerical parameters of a matrix for evaluation of business processes of an enterprise. The parameters of the matrix and the matrix area boundaries, as well as the principles of calculating the coordinates of the business process in the matrix plane are substantiated. This becomes crucial for choosing the direction of business process development.

Key words: business process, matrix analysis, competitiveness, significance, valuation, scale of desirability.

Постановка проблеми. Сучасний підхід до управління підприємством як бізнес-системою передбачає оцінювання елементів такої системи, тому коректне кількісне та якісне вимірювання певних показників, що характеризують бізнес-процеси як складники системи, є актуальним завданням.

Підвищення ефективності діяльності підприємства та його конкурентоспроможності досягається у тому числі за допомогою вдосконалення його бізнес-системи, тобто реорганізації, розширення або, навпаки, скорочення того чи іншого бізнес-процесу, зокрема шляхом концентрації або аутсорсингу. Одним із методів прийняття управлінських рішень щодо бізнес-системи підприємства є метод матричного аналізу, який дає змогу приймати більш обґрунтовані управлінські рішення з урахуванням багатьох чинників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробленню теоретичних і методологічних засад оцінювання бізнес-процесів присвячено роботи Р. Аалдерса, С. Календжяна, С. Клементса, А. Курбанова, С. Юр'єва та ін. Заслужують на увагу такі графічні моделі та підходи до матричного аналізу підприємств, як: модель BCG [1]; модель McKinsey [2]; модель Price Waterhouse Coopers [3]; комплексна матриця бізнес-функцій В.В. Очньова і Р.В. Нуждіна [4]; матриця доцільності аутсорсингу А.Х. Курбанова [5].

Низка моделей являє собою модифікацію моделі McKinsey [2] і передбачає побудову матриці за двома параметрами: прибутковістю активів, залучених у бізнес-процес (ось X), і залученням у технологічний ланцюжок зі створення цінності для споживача (ось Y). Матрична модель PriceWaterhouseCoopers застосовує для матричного аналізу бізнес-процесів чинники конкурентної

та стратегічної важливості активу [3]. Матриця бізнес-функцій організації [4] на основі підходу BCG базується на чотирьох параметрах: стратегічній важливості, ризику, вартості, якості. У наведених моделях числове визначення параметрів матриці виконується експертним шляхом, що суттєво знижує об'єктивність оцінок.

Як інструмент матричного аналізу А.Х. Курбановим [5] запропоновано два показники: рівень ефективності системи та індекс доцільності аутсорсингу/інсорсингу. За цим підходом пропонується нормування поточного показника в інтервалі $[0; 1]$, що дає можливість порівнювати різні якісні характеристики функції і сформувати інтегральний показник для оцінки доцільності передачі її на аутсорсинг. Перевагою цього методу є можливість кількісного вимірювання, проте не визначено межі інтервалів областей матриці.

Постановка завдання. Недостатність методичних засад побудови моделей матричного аналізу зумовила мету дослідження – формування математичного підходу до побудови числових параметрів матриці оцінювання бізнес-процесів підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Узагальнюючи думки наведених авторів та на основі власних досліджень вважаємо, що система показників оцінки бізнес-процесів для матричного аналізу має ґрунтуватися на таких засадах.

Осями матриці є:

– вісь X – сукупність оцінок, що визначають зовнішню конкурентоспроможність бізнес-процесу. Ці показники характеризують якість управління бізнес-процесами і зазвичай являють собою вартісні, часові або технічні характеристики бізнес-процесу або його результату;

– вісь Y – вагомість бізнес-процесу, яка характеризується стратегічною важливістю та рівнем організаційно-технологічної залученості бізнес-процесу в систему підприємства [6].

Для оцінки стану бізнес-процесу пропонується визначення його координат у площині матриці, і постає завдання кількісного вимірювання показників чинників і визначення меж інтервалів областей, тобто точок, де змінюється схильність до застосування того чи іншого напрямку.

Обґрунтування біполярності показників. Однією з проблем оцінки чинників даних груп є відмінність методів вимірювання, а також різниця одиниць виміру. Для приведення показників усіх чинників до однієї норми доцільно використати нормування будь-якого значення показника відносно величини аналогічно методу Мак-Кінсі. На нашу думку, нормування в інтервалі $[0; 1]$ характеризує ступінь вираженості певної якості від деякого мінімального значення X_{min} (що відображає відсутність якості) до деякого максимального значення X_{max} (крайня ступінь прояву, наявності, вираженості). Однак значення показника у цьому форматі не буде інформативним, тобто процес буде охарактеризовано кількісно, але не охарактеризовано якісно. На відміну від методів вищеписаних авторів метою матричного аналізу бізнес-процесів є визначення не тільки ступеня наявності певної характеристики, а й її направленості, тобто схильності процесу до укрупнення або скорочення. Тож наведені нами показники є біполярними, й доцільно використовувати їх нормування у системі відносних значень в інтервалі $[-1; 1]$.

Так, показники групи « X », що характеризують безпосередньо процес, оцінюються зазвичай порівняно із середньоринковими показниками. Відповідно, показники досліджуваного процесу можуть бути кращі чи гірші за ринкові. Показники групи « Y » є структурними і можуть також бути оцінені у відносних величинах, де базою для порівняння приймається середнє для організації значення. Оцінка параметра процесу може бути нижче або вище за базове значення, що дасть змогу охарактеризувати залученість процесу відповідно як низьку чи високу.

Враховуючи різницю одиниць виміру означених показників, вважаємо доцільним використання нормування оцінок. Для приведення всіх оцінюваних чинників до однієї норми найчастіше застосовують лінійну функцію – поліном першого порядку – вигляду

$$y(x) = ax + b, \quad (1)$$

яка за нормування в інтервал $[0; 1]$, тобто за умов $y(x_{min}) = 0$; $y(x_{max}) = 1$; $dy/dx > 0$, приймає вигляд:

$$y(x) = \frac{x - x_{min}}{x_{max} - x_{min}}. \quad (2)$$

Для нормування в інтервалі $[-1; +1]$, лінійне перетворення (1) може бути використане за умов $y(x_{min}) = -1$; $y(x_{max}) = 1$; $dy/dx > 0$. Тоді функція набуває вигляду:

$$y(x) = \frac{2x - (x_{max} + x_{min})}{x_{max} - x_{min}}. \quad (3)$$

Формули (2) і (3) описують лінійне перетворення виду (1), тому всі статистичні висновки щодо величин x і y повністю збігаються.

Нормування за таким методом є простим і наочним, але може призвести до не зовсім коректної оцінки результату, оскільки за великого розкиду значень x_i , тобто неоднорідності вибірки, унормоване середнє значення X_{cp} не буде дорівнювати нулю, тобто не відіб'є вузлове значення. Тобто виникає невідповідність нормованого середнього значення діапазону нормування середньому значенню показника, і постає питання щодо коректності вибору першого чи останнього з них як основи для прийняття рішень.

На нашу думку, орієнтація на середнє значення або орієнтація на розкид значень може бути виправдана в різних випадках залежно від характеру досліджуваного показника. Нормування за лінійною функцією (3) застосовуватиметься у разі орієнтації на розкид значень. У разі орієнтації на середнє (або будь-яке певне) значення більш коректним буде застосування для нормування кусочно-лінійної функції вигляду:

$$y(x) = \begin{cases} a_1x + b_1, & x \leq x_0; \\ a_2x + b_2, & x > x_0. \end{cases} \quad (4)$$

де x_0 – середнє (порогове) значення; або параболічної функції – поліному другого порядку:

$$y(x) = ax^2 + bx + c; \quad y(x_0) = 0. \quad (5)$$

Перетворення нормуванням кусочно-лінійної функції матиме вигляд:

$$y(x) = \begin{cases} \frac{x_0 - x}{x_{min} - x_0}; & x \in [x_{min}; x_0]; \\ \frac{x - x_0}{x_{max} - x_0}; & x \in [x_0; x_{max}]. \end{cases} \quad (6)$$

Тобто у першому випадку функція $y(x)$ приймає значення з діапазону $[-1; 0]$, у другому – в діапазоні $[0; 1]$. Графічно функція має такий вигляд (рис. 1).

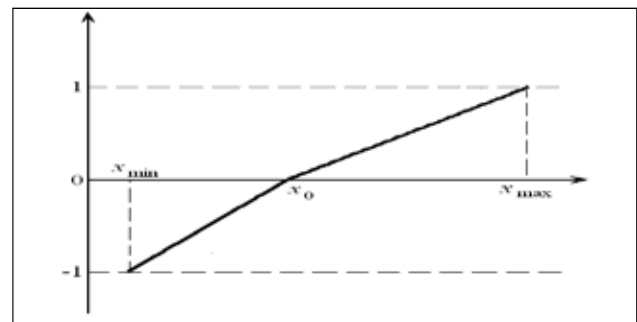


Рис. 1. Перетворення нормуванням кусочно-лінійної функції

Джерело: складено автором на основі [7]

Перетворення нормуванням параболічної функції здійснюється за допомогою інтерполяції поліномом Лагранжа, і має вигляд:

$$y(x) = ax^2 + bx + c, \quad y(x_0) = 0, \quad y \in [-1; 1], \quad (7)$$

$$\begin{aligned} a &= \frac{1}{(x_{\max} - x_{\min})(x_{\max} - x_0)} - \frac{1}{(x_{\min} - x_0)(x_{\min} - x_{\max})}; \\ b &= \frac{x_{\max} + x_0}{(x_{\min} - x_0)(x_{\min} - x_{\max})} - \frac{x_{\min} + x_0}{(x_{\max} - x_{\min})(x_{\max} - x_0)}; \\ c &= \frac{x_{\min}x_0}{(x_{\max} - x_{\min})(x_{\max} - x_0)} - \frac{x_{\max}x_0}{(x_{\min} - x_0)(x_{\min} - x_{\max})}. \end{aligned} \quad (8)$$

Графічно функція представлена так (рис. 2).

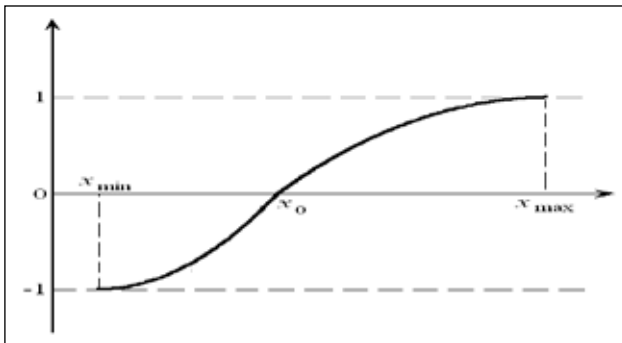


Рис. 2. Перетворення нормуванням параболічної функції

Джерело: складено автором на основі [7]

Оцінка показників чинників групи X . До множини показників групи X як X_i можуть належати: часові витрати процесу; вартісні витрати процесу (собівартість); певні якісні характеристики процесу (відсоток браку чи відходів тощо); певні технічні характеристики, особливості яких зумовлюються технологічною характеристикою процесу. Для унормування показників в інтервалі $[-1; 1]$ і визначення координати X -процесу в матриці можливе використання як лінійної, так і кусочно-лінійної або параболічної функції. У першому випадку вибираються $X_{\min}$ і $X_{\max}$ – відповідно найгірші і найкращі (не найменші і найбільші арифметично) показники, що мають місце на ринку. У другому випадку необхідним є також розрахунок середнього значення або вибір певного вузлового значення досліджуваного показника.

Як вузлове значення показника можна запропонувати цільове значення відповідно до вибраної стратегії. Застосування цільового значення виправдане таким:

- вибір стратегії проводиться на основі тенденцій ринку, й одержане в такий спосіб цільове значення відображає ринкові тенденції;
- вибрана стратегія може випереджати ринок або вносити в нього зміни, і тоді цільове значення одержує пріоритет над середньоринковим.

Певні труднощі в оцінці бізнес-процесів становить обчислення результуючого показника.

Автори теорій портфельного аналізу зазвичай використовують середньозважене значення, залишаючи визначення ваг на вибір аналітика. Автори роботи у цілому розділяють цю думку, оскільки для ринків різних галузей (продуктів) і територій вага того або іншого чинника може суттєво відрізнятися. Якщо сукупність отриманих значень показників однорідна, витрачання зусиль на пошук ваг можна вважати зайвими, й обчислення результуючого значення X можливо за формулою середньої арифметичної.

Якщо ж сукупність не є однорідною, тобто має місце великий розкид значень (розмах варіації), вважаємо доцільним визначення ваг шляхом розрахунку власного вектору матриці попарних порівнянь, який використовує Т. Сааті у методі аналізу ієрархій (MAI) [8]. Розрахунки за цим методом проводяться досить легко, а ступінь суб'єктивізму знижується завдяки зменшенню обсягу оцінки, що дається експертом.

Оцінка показників чинників групи Y пропонується за такими складниками:

- частка бізнес-процесу в доданій вартості Y^{ad} , що вимірюється як відношення доданої вартості бізнес-процесу до доданої вартості підприємства (за вирахуванням прибутку);
- вага внеску бізнес-процесу в ключові чинники успіху Y^{CSF} , відношення кількості чинників успіху, яким відповідає даний бізнес-процес, до суми CSF, яким відповідають усі вибрані процеси;
- організаційна залученість бізнес-процесу Y^{ch} , що являє собою вартість проведення змін у разі відмови від провадження процесу або його реорганізації, віднесено до вартості підприємства, розрахованої майновим (витратним) методом [9].

Оскільки всі показники групи Y є відносними і знаходяться в інтервалі $[0; 1]$, для унормування показників в інтервалі $[-1; 1]$ пропонується використання кусочно-лінійної функції (4), з використанням як базового для порівняння середнє для організації значення.

Визначення порогових точок матриці. У цьому разі під пороговою точкою матриці будемо розуміти точку на площині з координатами $[X, Y]$, де змінюється статус процесу, що призводить до відповідної зміни рекомендованого типу інтеграційного зв'язку стосовно процесу, а саме до концентрації у внутрішній бізнес-системі підприємства або у вилученні з неї з використанням зовнішньої сторони.

У двоінтервальній матриці такою граничною точкою мала б бути та сама порогова точка X_0 , унормоване значення якої дорівнює нулю. У три- та багатоінтервальній матриці таке питання не є чітко визначеним, тому обґрунтування таких точок є важливим завданням.

На нашу думку, призначення порогових точок на принципах рівновіддаленості є виправданим,

ураховуючи ретельний і обґрунтований вибір значення, що відповідає унормованому нульовому значенню. Розглянемо інші способи визначення меж областей.

Одним із найбільш зручних способів є узагальнена функція бажаності Є.К. Харрінгтона. В основі побудови цієї узагальненої функції лежить ідея перетворення натуральних значень показників у безрозмірну шкалу бажаності або переваги. Шкала бажаності належить до психофізичних шкал, її призначення – встановлення відповідності між фізичними та психологічними параметрами. Алгоритм перерахунку конкретних параметрів в абстрактні числові значення має такий вигляд. Значення параметру y_i , приведені до безрозмірної шкали бажаності, позначається через d_i ($i = 1, 2, \dots, n$):

$$d = \exp [-\exp (-k)], \quad (9)$$

$$k = b_0 + b_1 y.$$

Наведена формула виділяє функцію з двома ділянками насичення ($d \rightarrow 0$) й ($d \rightarrow 1$) та лінійним ділянкою (від $d = 0,2$ до $d = 0,63$). Коефіцієнти b_0 і b_1 добираються виходячи з двох заданих значень бажаності в інтервалі $[0,2; 0,8]$. У такому вигляді (9) функція застосовується для односторонніх обмежень, тобто:

$$y_{\min} \leq y \leq y_{\max}. \quad (10)$$

Шкала бажаності має інтервал від нуля до одиниці. Значення $d_i = 0$ відповідає абсолютно неприйнятному рівню даної властивості, а значення $d_i = 1$ – найбільш сприятливому значенню параметру. Вибір відміток на шкалі бажаності 0.63 і

0.37 пояснюється зручністю обчислень: $0.63 = 1 - (1/e)$; $0.37 = 1/e$. Шкала бажаності поділяється на п'ять діапазонів (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл значень шкали бажаності

Бажаність	Значення шкали
Дуже добре	1.00 – 0.80
Добре	0.80 – 0.63
Задовільно	0.63 – 0.37
Погано	0.37 – 0.20
Дуже погано	0.20 – 0.00

Джерело: складено автором на основі [7]

Сучасними економічними дослідниками [10–12] метод функції бажаності застосовується дуже широко для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, якості інвестиційних проектів тощо. Застосування функції бажаності для пропонованого нами підходу полягає у знаходженні такого значення y_i в інтервалі $[-1; 1]$, якому відповідатимуть значення d формули (9) у межах 0.37–0.63. Розбивку (шкалювання) на п'ять діапазонів (областей) вважаємо зайвою, оскільки матриця передбачає три діапазони (області) значень.

Уведення обмежень ($-1 \leq y \leq 1$) відповідно до запропонованої моделі і використання функції (9) призводить до розподілу d_i , який наведено в табл. 2. Очевидно, що діапазон бажаності d_i $[0.37; 0.63]$ відповідає діапазону значень шкали матриці y_i $[-0.33; 0.33]$, що підтверджує первісну гіпотезу щодо призначення порогових точок на принципах рівновіддаленості.

Таблиця 2

Розподіл значень шкали бажаності відповідно до обмежень $-1 \leq y \leq 1$

Значення шкали матриці, y_i	Бажаність, d_i	Приналежність до області матриці
-1	0.120392	Значення параметрів матриці є низькими
-0.9	0.151522	
-0.8	0.185996	
-0.7	0.223286	
-0.6	0.262783	
-0.5	0.303842	
-0.4	0.34582	
-0.3	0.388103	Значення параметрів матриці є середніми
-0.2	0.430131	
-0.1	0.471416	
0	0.511545	
0.1	0.550185	
0.2	0.587081	
0.3	0.62205	Значення параметрів матриці є високими
0.4	0.654972	
0.5	0.685784	
0.6	0.714468	
0.7	0.741046	
0.8	0.765569	
0.9	0.788112	
1	0.808764	

Для більш наглядного представлення введемо такі позначення:

1) область $\{-1\}$ будемо називати множину значень $X \in [-1; -0.33]$;

2) область $\{0\}$ будемо називати множину значень $X \in [-0.33; 0.33]$;

3) область $\{1\}$ будемо називати множину значень $X \in [0.33; 1]$.

Застосування такого підходу дає змогу одержати матрицю такого вигляду (рис. 3).

Результати досліджень були практично застосовані для оцінки бізнес-системи компанії ТОВ «Аріс», що спеціалізується на виготовленні полімерної тари та надає комплекс послуг із виробництва упаковки і пакетів, виготовлення рулонної упаковки з багатшарових матеріалів із друком чи без. Визначені

за наведеним підходом оцінки набувають такого вигляду (табл. 3), розташування бізнес-процесів на матриці наведено наочно на рис. 4.

Як видно з рис. 4, найбільш критичними для підприємства є процеси «Продажі» та «Підтримка», оскільки потребують значних власних зусиль компанії. Процеси «Виробництво друку», «Сервісне обслуговування» та «Складування» можуть бути передані на аутсорсинг на відповідних умовах.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонований математичний підхід для матричного аналізу бізнес-процесів підприємства дає змогу отримати числові значення оцінок бізнес-процесів за різними параметрами та уніфікувати отримані оцінки, що значно підвищує наочність та обґрунтованість отриманих результатів.



Рис. 3. Матричний аналіз бізнес-процесів підприємства

Таблиця 3

Оцінки бізнес-процесів ТОВ «АРІС»

Бізнес-процес	Позначка	Конкурентноспроможність бізнес-процесу	Вагомість бізнес-процесу в системі
Підтримка	А	0.34	0.72
Перспективний розвиток	ПР	0.68	0.52
Забезпечення й матеріально-технічне постачання	МТП	-0.53	0.24
Розширення зовнішніх зв'язків	ЗЗ	-0.42	0.26
Реклама й розміщення замовлень	РР	0.51	-0.27
Продажі	П	0.03	0.58
Виробництво пакетів	ПАК	0.38	0.42
Виробництво ламінатів	ЛАМ	0.12	0.22
Виробництво друку	ДР	-0.47	0.22
Сервісне обслуговування	СО	-0.34	-0.25
Складування продукції	СП	0.05	-0.25

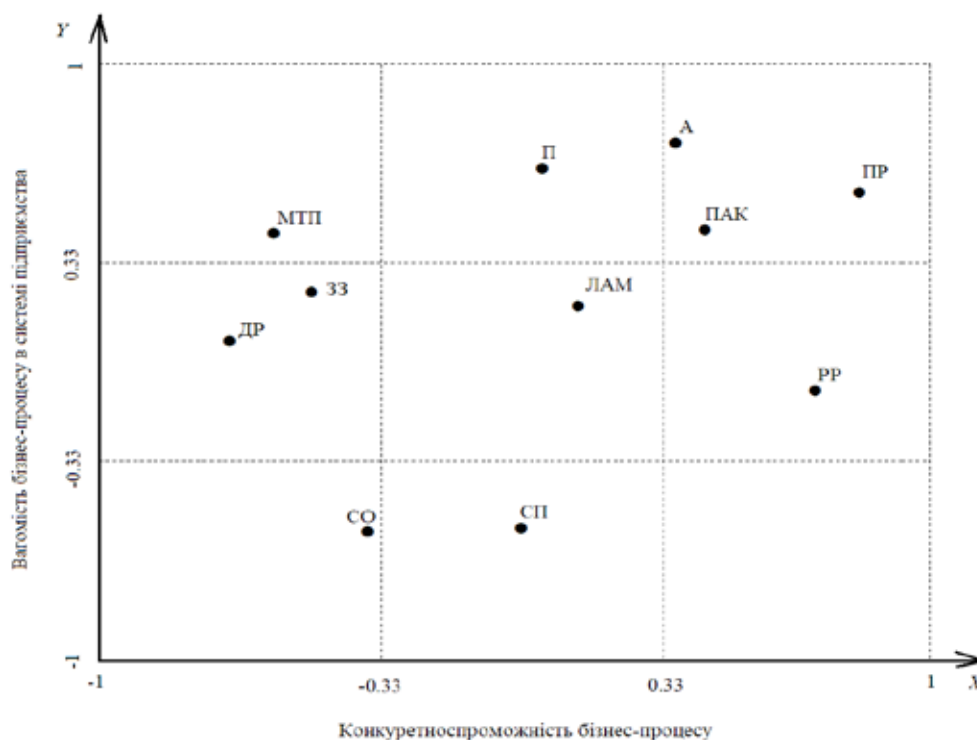


Рис. 4. Розташування бізнес-процесів у площині матриці

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегии, которые работают: Подход BCG: сб. ст. / сост. Карл Штерн и Джордж Сток-мл.; пер.с англ.; под общ. ред. И.В. Лазуковой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005. 496 с.
2. GE/McKinsey Matrix. URL: <http://www.quickmba.com/strategy/matrix/ge-mckinsey/>.
3. Pricewaterhouse Coopers Outsourcing Model. URL: <http://powerpointing-templates.com/tag/pricewaterhousecoopers-outsourcing-model/>.
4. Очнев В.В., Нуждин Р.В. Развитие сбалансированных технологий менеджмента на основе инструментов аутсорсинга; Центр исследований региональной экономики (ЦИРЭ). URL: <http://www.lerc.ru>.
5. Курбанов А.Х. Методика оценки целесообразности использования аутсорсинга. Современные проблемы науки и образования. 2012. № 1. URL: www.science-education.ru/101-5437.
6. Структурні показники оцінки стратегічного внеску бізнес-процесів у систему підприємства / П.В. Брінь, О.В. Прохоренко, В.І. Ковшик. Науковий вісник Полісся. 2018. № 2 (14). Ч. 2. С. 48–55.
7. Справочник по математике для экономистов / В.Е. Барбаумов, В.И. Ермаков, Н.Н. Кривенцова и др.; под ред. В.И. Ермакова. М.: Высш. шк., 1987. 336 с.
8. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий; пер. с англ. Р.Г. Вачнадзе. М.: Радио и связь, 1999. 278 с.
9. Прохоренко О.В., Брінь П.В. Формування системи оцінки структурних показників бізнес-процесів на підприємстві. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2018. Вип. 29/2018. С. 202–207.
10. Булгакова И.Н., Морозов А.Н. Использование функции желательности для формализации

комплексного показателя конкурентоспособности промышленного предприятия. Вестник ВГУ. Серия «Экономика и управление». 2009. № 2. С. 54–56.

11. Адлер Ю.П., Стасова Г.В. Сравнение результатов построения обобщенного параметра оптимизации процесса с помощью функций Харрингтона и Тагути. 17-й Ежегодный международный семинар «Непрерывное совершенствование деятельности организаций». URL: <http://www.mc.misis.ru/seminar/2012/reports/stACovaadler2012.pdf>.

12. Тищенко Л.О. Моделі комплексної оцінки фінансового стану підприємства: дис. ... к.е.н.: 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці; Харківський національний економічний університет. Харків, 2007. URL: WWW.LIBRAR.ORG.UA.

REFERENCES:

1. Strategii, kotoryye rabotayut: Podkhod BCG [Strategies that work: The approach of BCG]: sb.st.: per.s angl./sost. Karl Shtern i Dzhordzh Stok-ml.; [pod obshch.red. I.V. Lazukovoy]. – M.:Mann, Ivanov i Ferber, 2005, 496p. [in Russian]
2. GE/McKinsey Matrix Retrieved from: <http://www.quickmba.com/strategy/matrix/ge-mckinsey/>[in English]
3. "Pricewaterhouse Coopers Outsourcing Model" Retrieved from: <http://powerpointing-templates.com/tag/pricewaterhousecoopers-outsourcing-model/>[in English]
4. Ochnev V.V., Nuzhdin R.V. Razvitiye sbalansirovannykh tekhnologiy menedzhmenta na osnove instrumentov autsorsinga [Development of balanced management technologies on the basis of outsourcing tools] Retrieved from: <http://www.lerc.ru>. [in Russian]
5. Kurbanov A.KH. Metodika otsenki tselesoobraznosti ispol'zovaniya autsorsinga [Methodology for assessing the

appropriateness of using outsourcing] // *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*. – 2012. – № 1; Retrieved from: www.science-education.ru/101-5437 [in Russian]

6 Brin, P. V., Prokhorenko O.V. Kovshyk V.I. Strukturni pokaznyky otsinky stratehichnoho vnesku biznes-protsesiv v systemu pidpryyemstva [Structural Indicators for Assessing the Strategic Contribution of Business Processes to the Enterprise System] // *Naukovyy visnyk Polissya*. – 2018. – № 2 (14). part. 2. p. 48-55. [in Ukrainian]

7 Spravochnik po matematike dlya ekonomistov [Handbook of Mathematics for Economists] / V.Ye. Barbaumov, V.I. Yermakov, N.N. Kriventsova i dr.; Pod red. V.I. Yermakova. – M.: Vyssh. shk., 1987. 336p. [in Russian]

8 Saati T. Prinyatiye resheniy. Metod analiza iyerarkhiy [Decision-making. Method for analyzing hierarchies]; per. s angl. R. G. Vachnadze / T. Saati. – M.: "Radio i svyaz", 1999. 278 p. [in Russian]

9. Prokhorenko O.V., Brin P.V. Formuvannya systemy otsinky strukturnykh pokaznykiv biznes-protsesiv na pidpryyemstvi [Formation of a system for evaluating structural indicators of business processes in an enterprise] // *Naukovyy visnyk Kherson's'koho derzhavnoho*

universytetu. Seriya "Ekonomichni nauky". – 2018. – Vypusk 29/2018. – P. 202-207. [in Ukrainian]

10 Bulgakova I.N., Morozov A.N. Ispolzovaniye funktsii zhelatel'nosti dlya formalizatsii kompleksnogo pokazatelya konkurentosposobnosti promyshlennogo predpriyatiya [Use of the function of desirability for the formalization of the complex index of the competitiveness of an industrial enterprise] // *Vestnik VGU. Seriya: ekonomika i upravleniye*. 2009. № 2. p. 54-56 [in Russian]

11 Adler YU.P., Stasova G.V. Sravneniye rezul'tatov postroyeniya obobshchennogo parametra optimizatsii protsessa s pomoshch'yu funktsiy Kharringtona i Taguti [Comparison of the results of constructing a generalized process optimization parameter with the help of the functions of Harrington and Taguchi] Retrieved from: <http://www.mc.misis.ru/seminar/2012/reports/stACovaadler2012.pdf> [in Russian]

12 Tyzhnenko L. O. Modeli kompleksnoyi otsinky finansovoho stanu pidpryyemstva [Models of the complex assessment of the financial condition of the enterprise]. – PhD thesis. – Kharkiv's'kyi natsional'nyy ekonomichnyy universytet, Kharkiv, 2007. Retrieved from: WWW.LIBRAR.ORG.UA – Biblioteka Ukrayiny [in Ukrainian]

Prokhorenko O.V.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management and Taxation
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

Babkova N.V.

Candidate of Technical Sciences,
Senior Instructor at Department of Intellectual Computer Systems
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

USE OF MATHEMATICAL APPROACH TO MATRIX ANALYSIS OF BUSINESS PROCESSES

The modern approach to managing an enterprise as a business system involves evaluating system elements. One of the methods for making managerial decisions concerning the enterprise business system is the matrix analysis method. A number of existing models represent a modification of the McKinsey model and involve the construction of a matrix in two parameters. The first parameter (axis X) is the profitability of the assets involved in the business process. The second parameter (axis Y) is the involvement of the business process in the technological chain to create value for the consumer.

However, in the above models, the numerical determination of the matrix parameters is performed by the expert way, and it reduces significantly the objectivity of the estimates.

The purpose of the research is to form a mathematical approach to constructing numerical parameters of the matrix for enterprise business processes evaluation.

To assess the state of the business process, it is proposed to determine its coordinates in the matrix plane. The axes of the matrix are:

- axis X is a set of assessments that determine the external competitiveness of a particular business process compared with similar ones of other enterprises;
- axis Y is the significance of the business process characterized by the strategic importance and level of organizational and technological involvement of the business process in the enterprise system.

The given indices are bipolar, and it is expedient to use their normalization in the system of relative values in the interval [-1; 1]. The linear function will be applied in the case of focusing on the spread of values. In the case of orientation to the mean (or any particular value), the application of piecewise linear function for normalization will be more correct.

As a nodal value of the indicator, it is proposed to use the target value of one according to the chosen strategy. It is also substantiated the definition of matrix areas basing on Harrington's desirability scale.

The results of the research were practically applied to the evaluation of the business system of the company "Aris Ltd.", which specializes in the manufacture of polymeric packaging.

The proposed mathematical approach for matrix analysis of enterprise business processes allows obtaining numerical values of assessments of business processes according to different parameters and unifying the obtained assesses.

ІТЕРАЦІЙНА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

ITERATIVE MODEL FOR THE FORMATION OF AN INTERNATIONAL MARKETING STRATEGY

У статті розглянуто особливості процесу формування стратегії міжнародного маркетингу, запропоновано алгоритм формування стратегії міжнародного маркетингу в контексті виходу компанії на світовий ринок інформаційних технологій. Як модель запропонована ітеративна трирівнева модель формування маркетингової корпоративної стратегії, сутність якої полягає в ітеративному характері прийняття управлінських рішень на кожному з трьох рівнів управління компанією. Ця модель передбачає наявність системи міжрівневого зворотного зв'язку в рамках всієї моделі, а як рівневий критерій використовується ступінь готовності ІТ-компанії до виходу на світовий ринок інформаційних технологій.

Ключові слова: стратегії міжнародного маркетингу, світовий ринок інформаційних технологій, модель формування стратегії міжнародного маркетингу.

В статье рассмотрены особенности процесса формирования стратегии международного маркетинга, предложен алгоритм формирования стратегии международного маркетинга в контексте выхода компании на мировой рынок информационных технологий. В качестве модели предложена итеративная трехуровневая модель формирования маркетинговой корпоративной стратегии, суть которой заключается в

итеративном характере принятия управленческих решений на каждом из трех уровней управления компанией. Эта модель предполагает наличие системы межуровневой обратной связи в рамках всей модели, а в качестве уровня критерия используется степень готовности ИТ-компании к выходу на мировой рынок информационных технологий.

Ключевые слова: стратегии международного маркетинга, мировой рынок информационных технологий, модель формирования стратегии маркетинга.

The article deals with the peculiarities of the process of forming the strategy of international marketing and proposes an algorithm for the formation of an international marketing strategy in the context of the companies entering the world market of information technologies. As a model is proposed an iterative three-level model for forming a marketing corporate strategy, the essence of which is the iterative nature of making managerial decisions at each of the three levels of company management. This model implies the existence of a system of inter-level feedback throughout the model, and as a level criterion, the degree of readiness of the IT-company to enter the global information technology market is used.

Key words: international marketing strategies, global information technology market, model of formation of international marketing strategy.

УДК 339.13.017:339.138

Сокол К.М.

к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Постановка проблеми. Сучасний світовий ринок інформаційних технологій має швидкозмінну структуру та просторову конфігурацію, характеризується швидким старінням і диверсифікацією ІТ-продукції та ІТ-послуг, які на ньому пропонуються, диверсифікацією складу ІТ-компаній, які беруть участь у торгівлі, появою нових форм торгівлі та організації бізнесу у сфері інформаційних технологій, виникненням специфічних проблем регулювання ринку, зокрема щодо забезпечення інформаційної безпеки, сумісності та стандартизації ІТ-продукції та ІТ-послуг.

Тому існує необхідність дослідження різних аспектів функціонування сучасного світового ринку інформаційних технологій, які мають бути прийняті до уваги ІТ-компаніями під час прийняття рішення про вихід на цей ринок і формування відповідних стратегій маркетингу з метою підвищення їх конкурентоспроможності та створення передумов для зміцнення експортного потенціалу та диверсифікації національного експорту на базі продукції та послуг, які створені на основі інформаційних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням стратегічного маркетингового планування, трактування поняття маркетингової

стратегії і процесу її формування та реалізації, а також питань формування маркетингових стратегій виходу українських компаній різних галузей на зовнішні ринки присвячено роботи багатьох вітчизняних вчених.

Т.М. Циганкова вважає, що найбільш адекватною особливостям міжнародної діяльності є концептуальна модель міжнародної маркетингової стратегії Жанета-Хеннесі, за якої вона розглядається як результат послідовного прийняття стратегічних маркетингових рішень, а зміцнення ринкових позицій компанії на зарубіжних ринках є можливим лише за наявності міжнародної маркетингової стратегії, що визначається як система базових принципів, які є результатом стратегічних рішень та пріоритетних цілей, що обумовлюють характер маркетингових дій на зарубіжних ринках [1].

М.В. Корж наявність стратегії міжнародного маркетингу вважає потужною конкурентною перевагою в глобальній економіці та визначає її як систему управління, яка відстежує зміни, що безперервно відбуваються у зовнішньому середовищі, а також враховує їх, керуючись організаційними, географічними та іншими чинниками [2].

Т.В. Співаковська міжнародну маркетингову стратегію визначає як довгостроковий комплекс

сний план, що обумовлює шлях компанії до досягнення своїх цілей в умовах міжнародного ринкового середовища [3].

Аналіз вищезазначених робіт дає змогу зробити висновок про те, що багато питань формування стратегій міжнародного маркетингу ще вивчено недостатньо, а саме існує неоднозначність трактування маркетингових стратегій загалом і маркетингових стратегій виходу на зовнішні ринки зокрема, відсутній єдиний системний методичний підхід до їх формування, неповною мірою висвітлюються питання, що пов'язані з формуванням маркетингових стратегій виходу компаній на світовий ринок інформаційних технологій, що з урахуванням важливості розвитку ІТ-галузі для економіки України і виходу вітчизняних ІТ-компаній на світовий ринок інформаційних технологій підкреслює актуальність теми статті.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз особливостей формування стратегії міжнародного маркетингу в контексті виходу ІТ-компаній на світовий ринок інформаційних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. З урахуванням того, що однією з характерних рис економіки України є тенденція до поглиблення інтеграції у світове господарство та інтенсифікації розвитку нових форм міжнародного обміну, а також того, що вихід на зовнішній ринок і функціонування на ньому є невід'ємними частинами діяльності більшості успішних компаній світу, вивчення проблеми формування стратегій міжнародного маркетингу в контексті виходу національних компаній на зовнішні ринки є актуальним.

Щодо формування стратегій міжнародного маркетингу під час виходу на світовий ринок інформаційних технологій, то треба зазначити, що цей ринок характеризується високим рівнем конкуренції як між окремими компаніями, так і між цілими країнами, високою динамікою розвитку та високим ступенем наукоємності, інноваційності, особливостями поведінки споживачів, а також специфікою продукції та послуг, які пропонуються на цьому ринку. У зв'язку з цим компанії, які функціонують на світовому ринку інформаційних технологій, змушені постійно вдосконалювати свою продукцію, розширювати асортимент і якість послуг, оптимізувати процеси виробництва й управління, а також використовувати усі доступні ресурси та інструменти, які дають їм змогу протистояти конкуренції, що постійно зростає.

Провідна роль у цьому процесі належить стратегії діяльності компанії, яка не тільки визначає пріоритетні стратегічні цілі компанії щодо виходу на світовий ринок інформаційних технологій, але й встановлює правила прийняття рішень в разі зміни зовнішньоекономічних умов, які забезпечують необхідний рівень досягнення цих цілей, а головним інструментом при цьому є міжнародний

маркетинг, стратегії якого дають змогу компаніям успішно функціонувати на цьому глобальному висококонкурентному ринку.

Формування компаніями, які планують вийти на світовий ринок інформаційних технологій, сучасних стратегій міжнародного маркетингу забезпечує можливість отримати певні конкурентні переваги, а запорукою успішності реалізації їх планів щодо виходу на цей ринок є наявність таких стратегій міжнародного маркетингу, які розроблені з метою виходу саме на світовий ринок інформаційних технологій, що є актуальним для України на сучасному етапі її економічного розвитку, який пов'язаний з пошуком оптимальних шляхів інтеграції у світову глобальну економіку.

Крім того, незважаючи на високий рівень конкуренції, світовий ринок інформаційних технологій характеризується ще й тим, що він відкриває широкі потенційні можливості для компаній-новачків, а досвід останніх десятиліть показує, що на цьому ринку значних успіхів можуть досягати не тільки транснаціональні компанії крупних розвинених країн, але й компанії невеличких країн і країн, що розвиваються. За сприяючої державної політики і високого професійно-технічного потенціалу національних ІТ-фахівців компанії цих країн, здійснивши успішний вихід на світовий ринок інформаційних технологій, стали відігравати суттєву роль в структурі національних економік.

З огляду на те, що до сильних сторін України можна віднести високий професійно-технічний рівень вітчизняних ІТ-фахівців українські компанії за сприяючих умов з боку держави мають значні перспективи щодо виходу й успішного функціонування на світовому ринку інформаційних технологій, що може стати суттєвим поштовхом для розвитку вітчизняного ринку інформаційних технологій та економіки України загалом.

Під формуванням стратегії міжнародного маркетингу під час виходу компанії на зовнішній ринок розуміємо процес розроблення корпоративної стратегії міжнародного маркетингу на початкових етапах інтернаціоналізації компанії із застосуванням певних методів і моделей, а також вжиттям відповідних організаційних заходів щодо її практичної реалізації [4].

При цьому вважаємо, що процес формування стратегії міжнародного маркетингу під час виходу компанії на зовнішній ринок передбачає такі етапи, на яких приймаються відповідні рішення [5, с. 625–627; 6, с. 76–79]:

- аналіз поточної діяльності компанії на внутрішньому ринку порівняно з діяльністю компаній-конкурентів;
- аналіз стану та тенденцій зовнішнього ринку (потенціал, доступність, сприйнятливність, стабільність і можливості для росту);
- аналіз конкуренції на зовнішньому ринку;

- аналіз маркетингових можливостей і ризиків компанії;
- вибір перспективних для компанії зовнішніх ринків;
- розробка стратегій маркетингу щодо цільових зовнішніх ринків;
- вибір способу присутності на цільових зовнішніх ринках, основними формами якої можуть бути оплачувані торгові представники, делегування повноважень без інвестування, передача ноу-хау, спільне підприємство, дочірня виробнича або збутова філія з елементами інвестицій;
- оцінка результатів діяльності і коригування стратегії маркетингу.

Для обґрунтування концептуально-методичного підходу до формування стратегій міжнародного маркетингу під час виходу компанії на зовнішні ринки застосуємо метод декомпозиції, тобто загальновідомий універсальний науковий метод вирішення складних задач на основі їх розділення на більш прості задачі.

Тобто складну задачу формування стратегії міжнародного маркетингу під час виходу компанії на цільовий зовнішній ринок умовно розділимо на дві більш прості взаємопов'язані задачі, які вирішуються послідовно.

Перша задача полягає у формуванні стратегії міжнародного маркетингу під час виходу компанії на зовнішній ринок як такий, а друга – адаптації отриманої стратегії міжнародного маркетингу до конкретного цільового зовнішнього ринку шляхом врахування його специфіки.

Таким чином, під час формування стратегії міжнародного маркетингу під час виходу компанії на зовнішні ринки приймемо за основу концептуально-методичний підхід, за якого формування стратегії міжнародного маркетингу здійснюється на основі базової стратегії міжнародного маркетингу під час виходу компанії на зовнішній ринок як такий, яка враховує загальні особливості процесу виходу на зовнішній ринок, з подальшою адаптацією її основних елементів до конкретного цільового зовнішнього ринку шляхом врахування його сучасних особливостей та тенденцій розвитку.

При цьому основними методичними етапами формування стратегії міжнародного маркетингу під час виходу компанії на зовнішній ринок, згідно з пропонованим концептуально-методичним підходом, є:

- виявлення сучасних особливостей та тенденцій розвитку конкретного зовнішнього ринку, особливостей поведінки споживачів на ньому, специфіки компанії, а також продукції або послуг, які вона пропонуватиме на цьому ринку;
- формування базової стратегії міжнародного маркетингу під час виходу компанії на зовнішній ринок як такий з урахуванням загальних особливостей процесу виходу на зовнішній ринок;

- адаптація основних елементів базової стратегії міжнародного маркетингу до світового ринку інформаційних технологій шляхом врахування виявлених сучасних особливостей та тенденцій його розвитку.

Виходячи з концептуально-методичного підходу до формування стратегії міжнародного маркетингу в контексті виходу компанії на світовий ринок інформаційних технологій, розглянемо формування базової стратегії міжнародного маркетингу в контексті виходу компанії на зовнішній ринок як такий з урахуванням загальних особливостей процесу виходу на зовнішній ринок на основі пропонованої ітераційної моделі формування стратегії міжнародного маркетингу.

Ця модель формування стратегії міжнародного маркетингу в контексті виходу ІТ-компанії на світовий ринок інформаційних технологій відтворює алгоритм формування відповідної стратегії міжнародного маркетингу, а за своїм змістом є ітераційною трирівневою моделлю формування стратегії міжнародного маркетингу (рис. 1), сутність якої полягає в ітераційному характері прийняття управлінських рішень на кожному з трьох рівнів управління ІТ-компанією (корпоративному рівні, бізнес-рівні та функціональному рівні) з послідовним переходом від вищого рівня управління до наступного нижчого рівня управління тільки за умови задоволення відповідного рівневого критерія.

Ітераційний характер прийняття управлінських рішень на кожному із зазначених рівнів управління ІТ-компанією забезпечується за рахунок наявності системи зворотного зв'язку в рамках кожного з цих рівнів.

Причому на кожному з них процедура прийняття управлінських рішень здійснюється за однаковою послідовною схемою стратегічного управління, основними елементами якої є аналіз, встановлення цілей і задач, формування відповідних рівневих стратегій, реалізація стратегій, оцінка ефективності і контроль виконання стратегій, з адекватним врахуванням особливостей цих рівнів управління ІТ-компанією [7; 8; 9, с. 44–46; 10, с. 21].

Запропонована модель відрізняється тим, що окремі рівневі стратегії, які відповідають вищому рівню управління компанією, стають цілями наступного нижчого рівня управління, що дає змогу реалізувати в корпоративній стратегії міжнародного маркетингу причинно-наслідковий ланцюжок взаємообумовлених цілей ІТ-компанії в контексті її виходу на світовий ринок інформаційних технологій і забезпечити досягнення встановлених стратегічних цілей на основі загального синергетичного ефекту.

На кожному рівні управління ІТ-компанією передбачено механізм внутрішньої реалізації

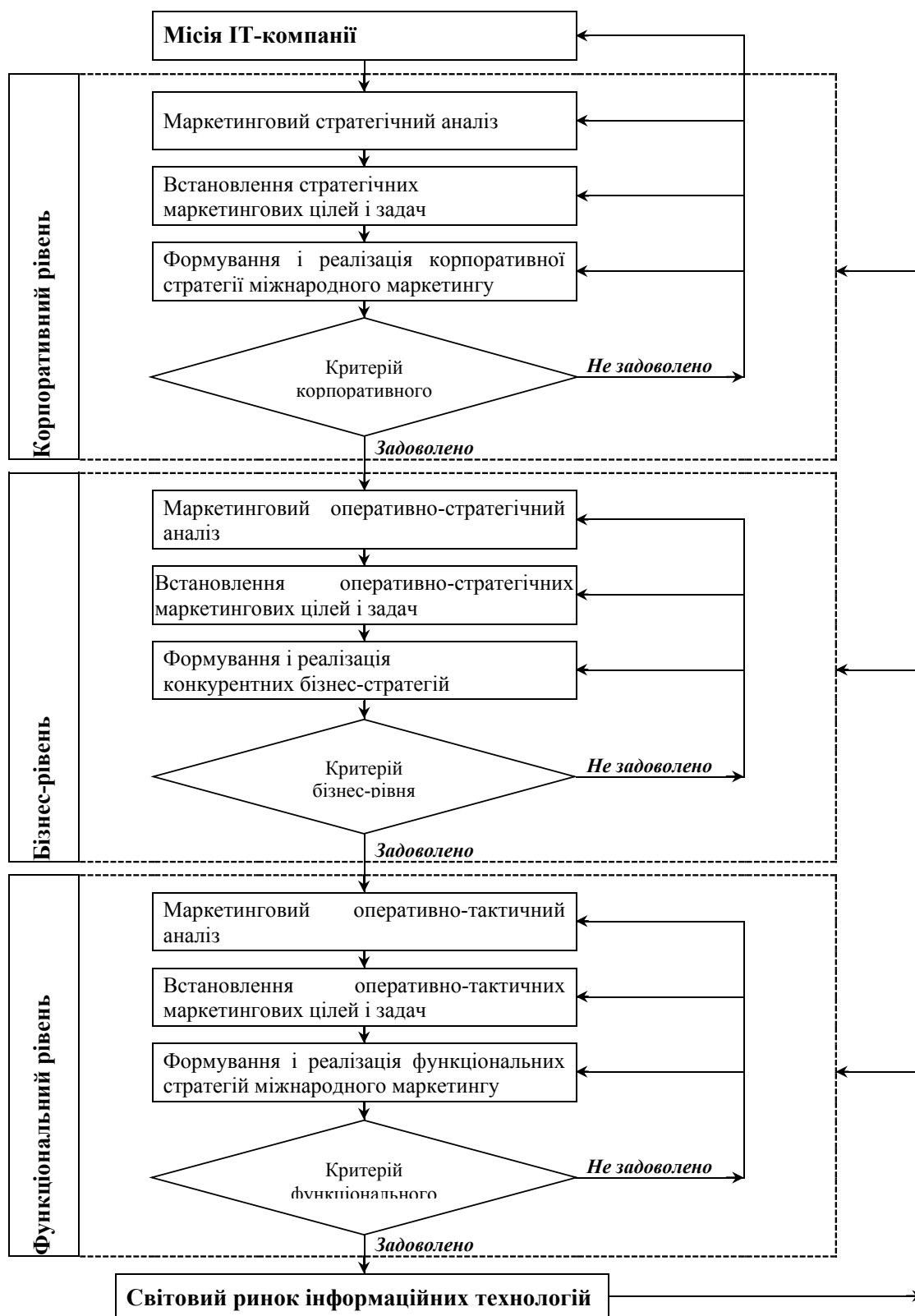


Рис. 1. Алгоритм формування стратегії міжнародного маркетингу в контексті виходу ІТ-компанії на світовий ринок інформаційних технологій

Джерело: розроблено автором за матеріалами джерел [8; 9, с. 44–46; 10, с. 21; 11; 12]

відповідних стратегій міжнародного маркетингу з використанням рівневих критеріїв оцінки, який спрямований на створення адекватних ресурсів

та можливостей для ефективного реалізації окремих рівневих стратегій міжнародного маркетингу, а також загальної стратегії міжнародного маркетингу

ІТ-компанії загалом та в контексті її виходу на світовий ринок інформаційних технологій зокрема.

Головна мета використання рівневих критеріїв полягає в оцінці ступеня готовності ІТ-компанії, її стратегічних бізнес-одиниць і функціонального маркетингового підрозділу до реалізації відповідних стратегій міжнародного маркетингу корпоративного рівня, бізнес-рівня та функціонального рівня управління.

Безпосередньо як рівневі критерії пропонується використовувати критерії оцінювання ступеня готовності ІТ-компанії, її стратегічних бізнес-одиниць і функціонального маркетингового підрозділу до виходу на цей ринок.

Таким чином, оцінюється ступінь готовності ІТ-компанії, її стратегічних бізнес-одиниць і функціонального маркетингового підрозділу до реалізації відповідних стратегій міжнародного маркетингу корпоративного рівня, бізнес-рівня та функціонального рівня управління ІТ-компанією, а також здійснюється за необхідності їх коригування на стадії внутрішньої реалізації, оцінки ефективності та контролю виконання.

Також ця модель передбачає наявність системи міжрівневого зворотного зв'язку в рамках всієї моделі для забезпечення за необхідності коригування корпоративної стратегії міжнародного маркетингу на стадії її зовнішньої реалізації, контролю та оперативного врахування поточних ринкових умов цільового сегменту цього ринку.

Формування відповідних рівневих стратегій на кожному з трьох рівнів управління ІТ-компанією обов'язково передбачає етап аналізу й оцінки відповідних маркетингових стратегічних альтернатив з метою вибору для подальшої реалізації таких стратегій маркетингу, які найкращим чином відповідають рівневим маркетинговим цілям і можливостям ІТ-компанії, її стратегічних бізнес-одиниць і функціонального маркетингового підрозділу в межах цільових сегментів світового ринку інформаційних технологій в рамках її бізнес-портфеля. При цьому на кожному з цих рівнів управління ІТ-компанією формуються відповідні рівневі стратегії на підставі аналізу й оцінки класичних і сучасних маркетингових стратегічних альтернатив.

Особлива роль під час формування стратегії міжнародного маркетингу в контексті виходу ІТ-компанії на світовий ринок інформаційних технологій має бути відведена вибору конкурентних стратегій, які мають розглядатися з точки зору створення конкурентних переваг і забезпечення конкурентоспроможності ІТ-компанії, а також з точки зору її конкурентної поведінки з метою досягнення та утримання стійких конкурентних позицій на світовому ринку інформаційних технологій.

Кінцевим функціональним результатом формування стратегії міжнародного маркетингу в контексті виходу ІТ-компанії на світовий ринок

інформаційних технологій є створення адекватного ринковому середовищу та особливостям цільових сегментів ринку комплексу міжнародного маркетингу ІТ-компанії, основним елементом якого відповідають окремі функціональні стратегії маркетингу, які є основними маркетинговими інструментами ІТ-компанії, а також її стратегічних бізнес-одиниць в межах цільових сегментів світового ринку інформаційних технологій для досягнення стратегічних маркетингових цілей ІТ-компанії.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, запропонована ітераційна модель формування стратегії міжнародного маркетингу в контексті виходу ІТ-компанії на світовий ринок інформаційних технологій є методичним інструментом, використання якого дає змогу сформувати стратегію міжнародного маркетингу ІТ-компанії, реалізація якої дасть їй можливість досягти своїх стратегічних маркетингових цілей під час виходу на світовий ринок інформаційних технологій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Циганкова Т.М. Сучасна парадигма міжнародного маркетингу: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.05.01; Київський національний економічний ун-т. Київ, 2004. 32 с.
2. Корж М.В. Стратегії міжнародного маркетингу в умовах глобалізації: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00.02; Донецький національний економічний ун-т. Донецьк, 2010. 38 с.
3. Співаковська Т.В. Формування маркетингових стратегій машинобудівних підприємств в умовах інтернаціоналізації ринків: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; НТУ «КПІ». Київ, 2009. 20 с.
4. Інформаційні технології // Веб-сайт факультету кібернетики КНУ імені Т.Г. Шевченка. URL: http://users.unicyb.kiev.ua/~boiko/it/it_intro1.htm.
5. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов / под общ. ред. Г.Л. Багиева. 3-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2005. 736 с.
6. Азарян Е.М., Шубин А.А., Жукова Н.Л. Международный маркетинг / под ред. Е.М. Азарян. Киев: НМЦВО МОН Украины, Студцентр, 2005. 344 с.
7. Демків Я.В. Формування конкурентної стратегії на ринках високотехнологічних товарів. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. № 628. С. 470–476.
8. Куденко Н.В. Маркетингове стратегічне планування: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.06.01; Київ. нац. екон. ун-т. Київ, 2003. 36 с.
9. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навчальний посібник. 2-ге вид. Дніпропетровск: ДУЕП, 2007. 332 с.
10. Порохня В.М., Безземельна Т.О., Кравченко Т.А. Стратегічне управління: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 224 с.
11. Бица В.Й. Концепція формування маркетингової стратегії розвитку вузькоспеціалізованих маши-

нобудівних підприємств. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 3. Т. 1. С. 125–129.

12. Левицька І.В., Цеханович Г.Є. Основні концепції формування маркетингової стратегії підприємства // Наукове товариство І. Кушніра. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=59280>.

REFERENCES:

1. Tsyhankova T.M. (2004) Suchasna paradyhma mizhnarodnoho marketynhu [Modern paradigm of international marketing] (Abstract) Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
2. Korzh M.V. (2010) Stratehii mizhnarodnoho marketynhu v umovakh hlobalizatsii [Strategies for international marketing in the conditions of globalization] (Abstract) Donetsk: Donetsk national university of economics and trade (in Ukrainian).
3. Spivakovska T.V. (2009) Formuvannia marketynhovykh stratehii mashynobudivnykh pidpriemstv v umovakh internatsionalizatsii rynkiv [Formation of marketing strategies of machine-building enterprises in conditions of internationalization of markets] (Abstract) Kyiv: NTU "KPI" (in Ukrainian).
4. Informatsiini tekhnologii [Information technology]. – Kyiv: KNU named after T.H. Shevchenko. Available at: http://users.unicyb.kiev.ua/~boiko/it/it_intro1.htm (in Ukrainian).
5. Bahyev H.L. (2005) Marketynh [Marketing]. – SPb.: Pyter (in Russian).
6. Azaryan E.M. (2005) Mezhdunarodnyy marketing [International Marketing]. Kyiv, Studtsentr.
7. Demkiv Ya.V. (2008) Formuvannia konkurentnoi stratehii na rynkakh vysokotekhnolohichnykh tovariv [Formation of competitive strategy in the markets of high-tech goods] Lviv Politechnic, no. 628, pp. 470–476.
8. Kudenko N.V. (2003) Marketynhove stratehichne planuvannia [Marketing Strategic Planning] (Abstract) Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
9. Mishchenko A.P. (2007) Stratehichne upravlinnia: navchalnyi posibnyk [Strategic management: Tutorial] Dnipropetrovsk: DUEP (in Ukrainian).
10. Porokhnia V.M. (2012) Stratehichne upravlinnia: navchalnyi posibnyk [Strategic management: Tutorial] Kyiv: Center for Educational Literature (in Ukrainian).
11. Bytsa V.Y. (2011) Kontseptsii formuvannia marketynhovoї stratehii rozvytku vuzkospetsializovanykh mashynobudivnykh pidpriemstv [The concept of forming a marketing strategy for the development of highly specialized machine-building enterprises] Marketing and Management of Innovations, no. 3, pp. 125–129.
12. Levytska I.V. Osnovni kontseptsii formuvannia marketynhovoї stratehii pidpriemstva [The basic concepts of formation of the marketing strategy of the enterprise] Available at: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=59280>.

Sokol K.M.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economic
Cybernetics and Marketing Management
National Technical University "Kharkov Polytechnic Institute"

ITERATIVE MODEL FOR THE FORMATION OF AN INTERNATIONAL MARKETING STRATEGY

Taking into account conceptual and methodical approach to the formation of the international marketing strategy in the context of the company's entering the global information technology market; we shall consider the formation of a basic strategy of international marketing.

This model reproduces the algorithm for the formation of an appropriate strategy for international marketing and is an iterative three-level model for the formation of an international marketing strategy, the essence of which is the iterative nature of the management decisions at each of the three levels of IT management (corporate level, business level, and functional level) with a sequential transition from a higher level of management to the next lower level of management exclusively provided that the corresponding level criterion is met.

The iterative nature of taking management decisions at each of the specified levels of IT-company management is ensured by the availability of a feedback system within each of these levels.

Thus, this model allows realizing the causal chain of interdependent goals of the IT-company in the corporate strategy of international marketing in the context of its entering the world market of information technologies and ensuring achievement of the established strategic goals on the basis of the general synergistic effect.

The main purpose of using the equal criteria is to assess the degree of readiness of the IT-company, its strategic business units, and the functional marketing unit to implement relevant international marketing strategies at the corporate level, business level, and functional level of management.

Thus, the proposed iterative model for the formation of an international marketing strategy in the context of the IT-company's entering the world market of information technology is a methodical tool, the use of which allows the formation of an international marketing strategy for an IT company, the realization of which will enable it to achieve its strategic marketing goals when exiting world information technology market.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Kalinovskyi R.O.

PROSPECTS FOR IMPROVING THE TRANSMISSION MECHANISM
OF MONETARY POLICY IN UKRAINE.....3

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Воробей Ю.М.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ.....8

Gaiduchok O.I., Stupnytskyi O.I.

ECONOMIC INTERDEPENDENCE: NATIONAL AND INTERNATIONAL ECONOMIC SECURITY.....13

Мартінова Л.Б., Чорна Н.М.

ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ
В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЄВРОПІ.....17

Сімонов Р.В.

ЗНАЧЕННЯ ПОСЕРЕДНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....22

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Біла І.С., Насікан Н.І.

ДЕРЖАВА ТА БІЗНЕС: ЦІЛЬОВИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ВПЛИВ ТА ХАРАКТЕР ВЗАЄМОДІЇ.....26

Васильєв О.В., Кайдаш О.В.

СЕГМЕНТАЦІЯ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИНКУ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНИ.....32

Гордієнко В.О., Шевченко Н.І.

УКРАЇНА ЯК АГРАРНА СУПЕРДЕРЖАВА.....40

Кавун-Мошковська О.О.

МЕРЕЖА ПРОДОВОЛЬЧИХ МАГАЗИНІВ УКРАЇНИ: СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ.....46

Біла І.С., Красман Н.В.

РОЗВИТОК РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНІ.....53

Медведкин Т.С., Медведкина Е.А.

ГЕОГРАФИЯ СОВРЕМЕННЫХ НИОКР 59

Saiensus M.A.

ORGANIZATION OF THE FUNCTIONING OF LOGISTICS SYSTEMS
ON THE BASIS OF MODERN TECHNOLOGIES.....66

Солодкий М.О., Яворська В.О.

РОЛЬ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ПРИЗНАЧЕННЯ БІРЖОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....74

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Боровик М.В.

ЗНАННЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ЇЇ КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ
В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....79

Гайдаржийська О.М., Рибак О.М., Петрусенко Л.О.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ
АВІАКОМПАНІЙ В ЕКОНОМІЦІ ЗНАНЬ.....85

Жарик Є.А.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА 2012–2017 РОКИ.....90

Kozhukhivska R.B., Tranchenko L.V.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF ECONOMIC SECURITY
OF ENTERPRISES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS.....96

Крихтіна Ю.О., Ямпольський Д.В.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ».....103

Кудріна О.Ю., Саєнко О.О.

ПОЄДНАННЯ ПОНЯТТЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА І СТУПЕНЯ
ІНСТИТУЦІЙНОГО ТЯГАРЯ.....110

Куцинська М.В., Куцинський А.В.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....117

Малюга Л.М., Кожухівська Р.Б.

ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ
ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....125

Маховка В.М., Козик М.В. ПРОБЛЕМАТИКА ВПРОВАДЖЕННЯ КОУЧИНГУ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	131
Мельник Т.С. ТЕОРЕТИЧНІ І МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РЕГУЛЯТОРІВ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ПАСАЖИРІВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ДАЛЕКОГО СПОЛУЧЕННЯ.....	136
Пінчук А.С. МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА КОМУНІКАЦІЙ ЯК ДЖЕРЕЛО ФОРМУВАННЯ ПОГЛЯДІВ СПОЖИВАЧА.....	142
Пономаренко І.В., Яковець Р.І. АДАПТАЦІЯ МЕТОДОЛОГІЇ NEPTALYSIS ДЛЯ ВИБОРУ ПОСТАЧАЛЬНИКА КЛІЄНТСЬКОЇ БАЗИ.....	147
Поповський Ю.Б. АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ.....	152
Пустова В.В., Гриб С.В. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРУДОВОЇ МОТИВАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	158
Романчукевич М.Й. КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЇ.....	165
Рудика В.І., Невдачина О.І., Сморода Ю.А. ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ОПТИМАЛЬНА СТРУКТУРА КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА».....	174
Смирнова Н.В., Козуб Н.М. МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ.....	179
Тарасова Г.О. РЕАЛІЗАЦІЯ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ПРОГНОЗУВАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ ПІД ЧАС УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	185
Чернявська Є.І., Маслош О.В., Касаткіна М.В. ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	192
Шпильова В.О., Тен С.А. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ НАДАННЯ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ.....	198
Яроміч С.А., Лахтіонова Т.М., Попель О.О. ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ ВРАЖЕНЬ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	203
РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Ganski U.A., Amdreichyk K.V. PROBLEMS OF THE ECONOMIC INTERACTION OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TERRITORIES AND NATURAL HERITAGE.....	208
Драчук Ю.З., Сав'юк Л.О. ВІДПОВІДНІСТЬ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ВИМОГАМ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ НА ПРИКЛАДІ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНІВ.....	216
Іванишин В.В., Печенюк А.П. ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	225
РОЗДІЛ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Кірнос І.О. МІЖНАРОДНІ ІНДЕКСИ СТАРІННЯ.....	232
Ушакова О.А., Глушкова Т.С. ОСВІТНЯ СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ.....	241
Чайка-Петегірич Л.Б. ОСВІТНЯ МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ.....	246
РОЗДІЛ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Болдова А.А. ФІНАНСОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ.....	252
Жаворонок А.В., Вікнянська А.О. НЕТРАДИЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ОПЕРАЦІЇ ТА ПОСЛУГИ: ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК.....	257

Жмурко І.В. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	262
Жмурко І.В. ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ.....	267
Павленко О.П., Чорношкур Я. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ КАТЕГОРІЄЮ «ЛІКВІДНІСТЬ» ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЇЇ ВПЛИВУ НА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ.....	272
Рябокінь М.В., Татяніна С.М. БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ.....	279
Слинько М.Ю. ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	287
Шумкова В.І. ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЧНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ.....	292
РОЗДІЛ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Балазюк О.Ю., Сисоєва І.М. ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ AGILE У СИСТЕМУ ОБЛІКУ.....	299
Засадний Б.А. СУТНІСТЬ ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ.....	304
Кравченко М.В., Юрченко Т.М. ЗНАЧЕННЯ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ЗВІТНОСТІ В ПІДПРИЄМСТВАХ АПК.....	310
Назаренко Т.П., Супрунова І.В. ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ.....	315
РОЗДІЛ 9. СТАТИСТИКА	
Григорук П.М., Григорук С.С. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	321
РОЗДІЛ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ	
Бойчук М.В., Маханець Л.Л. МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УЗАГАЛЬНЕНОЇ ДИНАМІЧНОЇ МІЖГАЛУЗЕВОЇ ЕКОНОМІКИ З РІЗНИМИ ВИДАМИ ДІЯЛЬНОСТІ.....	332
Гришко О.П. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ.....	337
Лучик С.Д. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОБЛІКУ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ І РОЗВИТКУ.....	344
Омелаєнко Н.Н. АНАЛІЗ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	350
Прохоренко О.В., Бабкова Н.В. ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИЧНОГО ПІДХОДУ В МАТРИЧНОМУ АНАЛІЗІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ.....	356
Сокол К.М. ІТЕРАЦІЙНА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ.....	363

CONTENTS

SECTION 1. ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Kalinovskiy R.O.

PROSPECTS FOR IMPROVING THE TRANSMISSION MECHANISM OF MONETARY POLICY IN UKRAINE.....	3

SECTION 2. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Vorobei Y.M.

METHODS FOR ESTIMATING THE INTELLECTUAL CAPITAL OF AN INTERNATIONAL COMPANY.....	8

Gaiduchok O.I., Stupnytskyi O.I.

ECONOMIC INTERDEPENDENCE: NATIONAL AND INTERNATIONAL ECONOMIC SECURITY.....	13

Martynova L.B., Chorna N.M.

TRADE AND ECONOMIC COOPERATION OF UKRAINE AND POLAND UNDER DEVELOPMENT OF INTEGRATION PROCESSES IN EUROPE.....	17

Simonov R.V.

THE ROLE OF INTERMEDIATION IN THE GLOBALIZATION OF WORLD ECONOMICS.....	22

SECTION 3. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Bila I.S., Nasikan N.I.

STATE AND BUSINESS: TARGET MANAGEMENT AND CHARACTER OF INTERACTION.....	26

Vasilyev O.V., Kaidash O.V.

SEGMENTATION OF INFRASTRUCTURE SUPPLY OF THE INVESTMENT MARKET IN UKRAINE.....	32

Gordienko V.O., Shevchenko N.I.

UKRAINE AS AN AGRICULTURAL SUPERSTATE.....	40

Kavun-Moshkovska O.A.

A NETWORK OF GROCERY STORES IN UKRAINE: STATE AND DEVELOPMENT TRENDS.....	46

Bila I.S., Krasman N.V.

THE DEVELOPMENT OF RESOURCE SAVINGS IN UKRAINE.....	53

Medvedkin T.S., Medvedkina Y.A.

GEOGRAPHY OF MODERN R&D.....	59

Saiensus M.A.

ORGANIZATION OF THE FUNCTIONING OF LOGISTICS SYSTEMS ON THE BASIS OF MODERN TECHNOLOGIES.....	66

Solodkyj M.O., Yavors'ka V.O.

ROLE AND FUNCTIONAL PURPOSE OF THE EXCHANGE MARKET UNDER GLOBALIZATION CONDITIONS.....	74

SECTION 4. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Borovyk M.V.

KNOWLEDGE AS AN ECONOMIC CATEGORY AND ITS KEY ASPECTS IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS.....	79

Gaydarzhyskaya O.M., Rybak O.M., Petrusenko L.O.

SPECIAL ASPECTS OF THE USE OF NONCURRENT ASSETS OF AIRLINES IN THE KNOWLEDGE-BASED ECONOMY.....	85

Zharyk Y.A.

MACHINE-BUILDING DEVELOPMENT TRENDS IN ZAPORIZHZHIA REGION FOR 2012–2017.....	90

Kozhukhivska R.B., Tranchenko L.V.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS.....	96

Krikhtina Y.O., Yampolsky D.V.

URGENT PROBLEMS OF PERSONNEL MANAGEMENT OF UKRAINIAN RAILWAYS PJSC.....	103

Kudrina O.Y., Saienko O.A.

COMBINATION OF THE CONCEPT OF ENTERPRISE'S TAX BURDEN AND THE LEVEL OF INSTITUTIONAL BURDEN.....	110

Kutsynska M.V., Kutsynskyi A.V.

ANALYSIS OF THE UKRAINIAN PUBLISHING AND PRINTING INDUSTRY'S CURRENT STATE.....	117

Maliuga L.M., Kozhukhivska R.B.

USE OF INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN THE FIELD OF THE HOTEL BUSINESS.....	125

Makhovka V.M., Kozyk M.V. PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF COACHING IN THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM OF ORGANIZATION.....	131
Melnik T.S. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE USE OF MARKETING REGULATORS OF CONSUMER BEHAVIOUR OF LONG-DISTANCE RAILWAY TRANSPORT PASSENGERS.....	136
Pinchuk A.S. MARKETING POLICY OF COMMUNICATIONS AS A SOURCE OF CONSUMER VIEWS FORMATION.....	142
Ponomarenko I.V., Yakovets R.I. ADAPTATION OF HEPTALYSIS METHODOLOGY FOR SELECTION OF A CLIENT BASE SUPPLIER.....	147
Popovskyi Yu.B. ANALYSIS OF FACTORS OF INNOVATION DEVELOPMENT OF THE EDUCATIONAL INSTITUTION.....	152
Pustova V.V., Gryb S.V. PROBLEMS OF IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF LABOUR MOTIVATION AND THE WAYS OF THEIR SOLUTIONS.....	158
Romanchukevych M.Y. CLIENT-ORIENTED APPROACH AS AN INSTRUMENT FOR BUILDING A COMPANY'S COMPETITIVE ADVANTAGES.....	165
Rudika V.I., Nevdachina O.I., Smoroda Y.A. DEFINITION OF CONCEPT "OPTIMAL STRUCTURE OF BUSINESS CAPITAL".....	174
Smyrnova N.V., Kozub N.M. METHODS FOR ASSESSING THE EFFICIENCY OF ENTERPRIS-ES' FINANCIAL RESOURCE USE.....	179
Tarasova H.O. IMPLEMENTATION OF THE SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACH TO FORECASTING CRISIS PHENOMENA IN THE MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	185
Cherniavs'ka Ye.I., Maslosh O.V., Kasatkina M.V. INNOVATIVE MARKETING AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES.....	192
Shpil'ova V.A., Ten S.A. THE CONCEPTUAL BASIS FOR THE CONSULTING SERVICES' PROVISION.....	198
Yaromich S.A., Lakhtionova T.M., Popel' O.O. INNOVATIVE ASPECTS OF EXPERIENTIAL MARKETING IN THE SPHERE OF TOURIST SERVICES....	203
SECTION 5. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Ganski U.A., Amdreichyk K.V. PROBLEMS OF THE ECONOMIC INTERACTION OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TERRITORIES AND NATURAL HERITAGE.....	208
Drachuk Yu.Z., Savyuk L.O. CONFORMITY OF THE EDUCATIONAL MARKET TO THE REQUIREMENTS OF THE MODERN LABOUR MARKET UNDER THE EXAMPLE OF THE MACHINE-BUILDING COMPLEX OF OLD INDUSTRIAL REGIONS.....	216
Ivanyshyn V.V., Pecheniuk A.P. LOGISTIC ASPECTS OF AGRICULTURAL GREEN TOURISM DEVELOPMENT.....	225
SECTION 6. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Kirnos I.O. INTERNATIONAL INDICES OF AGEING.....	232
Ushakova O.A., Hlushkova T.S. EDUCATION AS A COMPONENT IN THE PROCESS OF FORMATION AND USE OF THE HUMAN CAPITAL IN UKRAINE.....	241
Chayka-Petegyrych L.B. EDUCATIONAL MIGRATION IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF CURRENT DEVELOPMENT TRENDS IN THE EDUCATIONAL MARKET.....	246
SECTION 7. MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Boldova A.A. FINANCIAL GLOBALIZATION AND ITS EFFECT ON THE FINANCIAL MARKET OF UKRAINE.....	252

Zhavoronok A.V., Viknianska A.O. PRECONDITIONS FOR THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF NON-TRADITIONAL BANKING TRANSACTIONS AND SERVICES.....	257
Zhmurko I.V. STATE REGULATION IN THE FIELD OF PENSION PROVISION.....	262
Zhmurko I.V. PECULIARITIES OF INSURANCE IN AGRICULTURAL SECTOR.....	267
Pavlenko O.P. MANAGEMENT OF ECONOMIC CATEGORY "LIQUIDITY" AND INSTRUMENTS OF ITS INFLUENCE ON THE FINANCIAL SOLVENCY OF COMMERCIAL BANKS.....	272
Ryabokin' M.V., Tatyana S.M. BANKING INNOVATIONS AS A NECESSARY CONDITION FOR IMPROVEMENT OF THE BANK'S COMPETITIVENESS ON THE FINANCIAL MARKET.....	279
Slyn'ko M.Yu. FINANCIAL ASPECTS OF ENTERPRISE FUNCTIONING IN UKRAINE.....	287
Shumkova V.I. USE OF MATRIX METHODS FOR IMPROVING STRATEGIC DIRECTIONS OF MARKETING ACTIVITIES IN COMMERCIAL BANKS.....	292
SECTION 8. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT	
Balaziuk O.U., Sysoieva I.M. AGILE IMPLEMENTATION IN THE ACCOUNTING SYSTEM.....	299
Zasadnyi B.A. THE CONTENT OF ACCOUNTING AND CONTROL SUPPLY OF MANAGEMENT OF ENTERPRISES BUSINESS ACTIVITIES.....	304
Kravchenko M.V., Urchenko T.M. THE SIGNIFICANCE AND ECONOMIC CONTENT OF REPORTING IN THE AGROINDUSTRIAL COMPLEX.....	310
Nazarenko T.P., Suprunova I.V. BASIC ELEMENTS OF THE INTERNAL CONTROL SYSTEM OF THE QUALITY OF AUDITING SERVICES.....	315
SECTION 9. STATISTICS	
Hryhoruk P.M., Grygoruk S.S. ANALYSIS OF TRENDS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ODESA REGION.....	321
SECTION 10. MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY	
Boychuk M.V., Makhanets L.L. OPTIMAL GROWTH MODELLING OF THE GENERALIZED DYNAMIC INTERINDUSTRY ECONOMICS WITH VARIOUS KINDS OF ACTIVITY.....	332
Hryshko O.P. INFORMATION PROVISION AS A MECHANISM OF LABOUR MARKET REGULATION.....	337
Luchy S.D. INFORMATION TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING IN UKRAINE: CURRENT STATE OF USE AND DEVELOPMENT.....	344
Omelayenko N.N. ANALYSIS OF SCIENTIFIC-RESEARCH ACTIVITY.....	350
Prokhorenko O.V., Babkova N.V. USE OF MATHEMATICAL APPROACH TO MATRIX ANALYSIS OF BUSINESS PROCESSES.....	356
Sokol K.M. ITERATIVE MODEL FOR THE FORMATION OF AN INTERNATIONAL MARKETING STRATEGY.....	363

Наукове видання

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 21

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Засновник видання:

ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»

Адреса редакції: вул. Сегедська 18, кабінет 432,

м. Одеса, Україна, 65009

Телефон: +38 (048) 709-38-69

Веб-сайт журналу: www.market-infr.od.ua

E-mail редакції: journal@market-infr.od.ua