ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ

ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 40

Одеса

2020

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук, професор.

Члени редакційної колегії:

Барна Марта Юріївна – доктор економічних наук, професор.
Велькі Януш – доктор економічних наук, професор.
Гавкалова Наталія Леонідівна – доктор економічних наук, професор.
Гальцова Ольга Леонідівна – доктор економічних наук, професор.
Дзіеканські Павел – доктор економічних наук, професор.
Коваль Віктор Васильович – доктор економічних наук, професор.
Маргасова Вікторія Геннадіївна – доктор економічних наук, професор.
Стеблянко Ірина Олегівна – доктор економічних наук, професор.
Ситнік Інесса Василівна – доктор економічних наук, професор.
Пілеліене Ліна – доктор економіки, професор маркетингу.
Пономаренко Тетяна Вадимівна – доктор економічних наук, професор.

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

**Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»
включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук
(Категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 28 грудня 2019 року № 1643 (Додаток 4)**

*Галузь науки: економічні.
Спеціальності: 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;
072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 241 – Готельно-ресторанна справа;
242 – Туризм; 292 – Міжнародні економічні відносини.*

**Рекомендовано до поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту
економіки та інновацій протокол № 2 від 28.02.2020**

ISSN (Online): 2519-2868

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

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УКРАЇНА НА ШЛЯХУ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ АВІАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

UKRAINE ON THE PATH OF AVIATION SPACE LIBERALIZATION

УДК 330.101.541:339.5
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-1

Овсак О.П.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Національний авіаційний університет
Ліскович Н.Ю.
аспірант кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Національний авіаційний університет
Назаренко О.П.
асистент кафедри економіки та бізнес-технологій
Національний авіаційний університет

Ovsak Oksana
National Aviation University
Liskovych Nazariy
National Aviation University
Nazarenko Oleksandra
National Aviation University

Проведено аналіз стану лібералізації авіаційного простору України. Визначено, що за обсягами імпорт послуг повітряного транспорту за 2016-2018 рр. більш ніж у 2 рази менший за експорт, але зростає швидшими темпами. Виявлено, що за 2019 рік кількість рейсів іноземних авіакомпаній у повітряному просторі України зросла на 21,5%, в той час як вітчизняних авіакомпаній – лише на 3%, зменшується кількість міжнародних комерційних рейсів українських авіакомпаній, при зростанні кількості рейсів іноземних авіакомпаній та пасажиропотоків через аеропорти України у міжнародному сполученні. Визнана доцільність здійснення лібералізації авіаційного простору України, яка приведе до зростання пасажиропотоку в аеропортах України. Аргументована необхідність одночасного забезпечення активної участі вітчизняних авіакомпаній на ринку, завдяки залученню інструментів державного регулювання, що дозволять забезпечити їм належні стійкі конкурентні позиції.

Ключові слова: *авіакомпанія, аеропорт, лібералізація, міжнародні авіаційні перевезення, авіаційне підприємство, авіатранспортна галузь.*

Проведен анализ либерализации авиационного пространства Украины. Определено, что по объемам, импорт услуг воздушного транспорта по 2016-2018 рр. более чем в 2 раза меньше экспорта, но растет более быстрыми темпами. Выявлено, что за 2019 количество рейсов иностранных авиакомпаний в воздушном пространстве Украины выросло на 21,5%, в то время как отечественных авиакомпаний – на 3%, уменьшается количество международных коммерческих рейсов украинских авиакомпаний, при увеличении роста рейсов иностранных авиакомпаний и пассажиропотоков через аэропорты Украины в международном сообщении. Признана целесообразность осуществления либерализации авиационного пространства Украины, которая приведет к росту пассажиропотока в аэропортах Украины. Аргументирована необходимость одновременного обеспечения активного участия отечественных авиакомпаний на рынке, благодаря привлечению инструментов государственного регулирования, которые позволят обеспечить им надлежащие устойчивые конкурентные позиции.

Ключевые слова: *авиакомпания, аэропорт, либерализация, международные авиационные перевозки, авиационное предприятие, авиатранспортная отрасль.*

Analyzed are the state of liberalization of Ukraine' aviation space. The provisions of bilateral intergovernmental agreements on regular air services were studied. The features of the agreement on a common aviation space between Ukraine and the EU are outlined. The dynamics and structure of export and import of transport services of Ukraine from 2008 to 2018 was conducted. It has been found that it is precisely the growing volume of trade in air transport services that has a positive effect on the overall dynamics of both exports and imports of transport services. It is determined that by volume, imports of air transport services for 2016–2018 more than 2 times smaller than exports, but it is growing faster than exports. For 2019, the number of foreign airlines flights in Ukraine's airspace increased by 21.5%, while domestic airlines – by only 3%. It is argued that the leading goal of liberalizing Ukraine's aviation space is to increase the well-being and ensure economic growth of Ukraine. However, such a goal can only be achieved if passenger traffic at Ukrainian airports grows and domestic airlines are actively involved in the market, through the involvement of government regulation tools that will ensure proper sustainable competitive positions. The expediency of providing the development of the aviation transport infrastructure of Ukraine, in particular the airport complexes, is substantiated. This will enable them to gain competitive advantages in retaining and increasing passenger traffic. As the results of studies of the experts of the World Trade Organization there is reliable evidence of a positive and significant dependence between the volume of transportations and the degree of liberalization of the aviation market, it is proposed to liberalize the aviation space of Ukraine. Prior to the conclusion of the Common Aviation Area agreement, liberalization should be pursued in the direction of expanding traffic in Ukraine's intergovernmental aviation agreements, while introducing state regulation measures necessary to improve the strategic positioning of domestic aviation enterprises.

Key words: *airline, airport, liberalization, international air transportation, aviation enterprise, air transport industry.*

Постановка проблеми. Після впровадження Угоди про Європейський спільний авіаційний простір (САП) очікується зростання регулярного міжнародного трафіку в Україну та збільшення кількості рейсів іноземних авіакомпаній в Україну, що, за очікуваннями фахівців сприятиме зниженню рівня тарифів на авіаперевезення, підвищенню конкуренції та якості авіаційних послуг. Зважаючи на високу конкурентоспроможність європейських авіаперевізників, останні роки серед яких переважають авіакомпанії, що використовують лоукост – бізнес модель, що забезпечує формування низьких тарифів, серед фахівців є побоювання, що зважаючи на слабку купівельну спроможність українців, високу вартість пального в аеропортах України та деякі інші фактори, вітчизняним авіакомпаніям буде важко конкурувати з іноземними як на вітчизняному ринку повітряних перевезень, так і на європейському. Але ж лібералізація повітряного простору України за своєю суттю не є метою, виступає засобом забезпечення інтеграції України у світовий повітряний простір. Тому важливим напрямком подальших досліджень є напрацювання методичних підходів до оцінки впливу лібералізації повітряного простору на економіку України з точки зору макроекономічних наслідків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню стану та розробці питань забезпечення розвитку авіаційної галузі присвячено праці таких вчених, як Кулаєв Ю.Ф., Загорулько В.М., Полянська Н.Є., Юн Г.М., Єлагін В.Т., Коба В.Г., Бугайко Д.О., Габрієлова Т.О., Олешко Т.І., Геєць І.О., Полторацька О.Т., Литвиненко Л.Л., Мізюк С.Г, Овсак О.П., Лісковича Н.Ю та інших. Також дослідженнями в авіаційній сфері займаються провідні міжнародні організації, такі як IATA, ATAG, ICAO.

Постановка завдання. Метою дослідження є проведення аналізу стану лібералізації авіаційного простору України та її впливу на економіку України з точки зору макроекономічних наслідків. Невід'ємною складовою при цьому є визначення напрямків та інструментів забезпечення позитивного впливу лібералізації на діяльність авіаційних підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Лібералізація пасажирських авіаперевезень – це стійкий тренд в цивільній авіації світу. Під лібералізацією авіаперевезень прийнято розуміти поступове розширення встановлених норм регулювання авіасполучення в Чиказької конвенції, підписаної в 1944 році, і створення особливих авіаційних режимів, які отримали назву «відкрите небо». Згідно «Чиказької конвенції», ключовим правовим актом, що регулює авіаційне сполучення між двома країнами, були двосторонні угоди. В рамках угод про міжнародне повітряне сполучення держави могли встановлювати маршрути, узгоджувати кількість авіакомпаній, що здійснюють рейси на даних маршрутах, а також регулювати тарифи. Практика реалізації таких угод призвела до монополізації міжнародних маршрутів 1–2 авіакомпаніями, високому рівню тарифів і, як наслідок усього вище перерахованого, низьку конкурентоспроможність авіакомпаній в силу відсутності самої конкуренції.

Наразі Україною укладено 70 міжурядових угод про регулярне повітряне сполучення, з яких 26 між Україною та країнами-членами Євросоюзу. Такі угоди дозволяють виконувати рейси між будь-якою державою-членом ЄС і Україною, однак містять обмеження щодо кількості маршрутів, рейсів та кількості призначених авіаперевізників.

Європейська Комісія розробила модельну угоду про деякі аспекти повітряного сполучення, яка отримала назву «горизонтальної». Перші такі угоди були укладені з країнами Західних Балкан і Марокко в 2006 році. У 2010 році аналогічні угоди були підписані з Грузією та Йорданією. У червні 2012 року була підписана угода з Молдовою. Загалом угоди про САП були укладені ЄС з Албанією, Боснією та Герцеговиною, Республікою Македонією, Чорногорією, Сербією, Косово, Норвегією, Ісландією, Ліхтенштейном, Швейцарією, Марокко, Грузією, Ізраїлем, Йорданією та Молдовою. Відповідно до Угоди про САП, авіаперевізники отримують право здійснювати перевезення в межах ЄС, керуючись спільними нормами права щодо видачі ліцензій і доступу до ринку, конкуренції, недискримінації, безпеки польотів, державної допомоги. Після підписання такої угоди країни інкорпорують до свого національного законодавства норми ЄС у сфері управління повітряним транспортом [1].

За основу Угоди САП з Україною також була взята «горизонтальна» угоді, але згодом вона була розширена через наявність в Україні масштабної авіаційної галузі. Переговори щодо підписання Угоди тривали з 2007 по 2013 рік. Парафування Угоди про САП відбулося 28 листопада 2013 року на Саміті Україна – ЄС у Вільнюсі. Втім, підписання Угоди не відбулося до цього часу, зокрема через відновлену територіальну суперечку між Іспанією та Великобританією [1].

Угода про САП передбачає інкорпорування в українське законодавство 64 регламентів і директив ЄС у сфері авіації. Після цього українські авіаперевізники користуватимуться комерційними правами при здійсненні перевезень з України до ЄС і між будь-якими державами-членами ЄС (окрім внутрішніх авіаперевезень у межах будь-якої однієї країни ЄС). У свою чергу, авіаперевізники ЄС матимуть аналогічні комерційні права щодо польотів в Україну та в її межах. На теперішній час основою договірних відносин між Україною та ЄС щодо авіасполучень залишаються двосторонні Угоди про повітряне сполучення з усіма державами-членами ЄС та горизонтальна Угода з Єврокомісією про певні аспекти повітряного сполучення (грудень 2005 року).

Такі двосторонні угоди встановлюють правила, за якими призначені авіаперевізники з обох країн здійснюють свою діяльність. Вони визначають, зокрема, чи можуть авіакомпанії вільно призначати тарифи (чи потрібно узгодження іншою стороною), скільки авіакомпаній можуть надавати послуги з перевезення та провізна ємність (ємність послуг авіаперевезень, тобто обсяги, частота авіаперевезень, типи повітряних суден). Ступінь лібералізації послуг повітряного транспорту між двома країнами визначається конкретними особливостями кожної такої міждержавної угоди. Незважаючи на те, що галузь повітряного транспорту останнім часом була лібералізована через низку двосторонніх та регіональних угод, наразі залишаються істотні обмеження і тому такі угоди можуть суттєво перешкоджати конкуренції.

Дослідники : Маценко О.М., Геєць І. О., Миронова Ю. В. та Скрипка Є. О. провели розрахунки індексу лібералізації повітряного простору України з 54 іншими країнами (Air Liberalization Index – ALI), запропонованого Секретаріатом Світової організації торгівлі [2]. Індекс лібералізації повітряного простору розраховується на основі

складових: свобода повітря, за якою здійснюються перевезення, провізна ємність, тарифи, методи володіння авіакомпанією, кількість призначених перевізників, можливості кооперацій призначених перевізників та обмін статистичними даними. За результатами проведених розрахунків, дослідниками визначені рейтинги країн з найбільшим індексом лібералізації (на рис. 1 представлена діаграма, складена за таблицею результатів досліджень зазначених авторів [3]).

Зважаючи на те, що значення індексу знаходиться в межах від 0 – для високо регульованих угод до 50 – для високо ліберальних або відкритих угод, найвище значення для двосторонніх угод, що регулюють повітряне сполучення України з іншими країнами складає 27, що відповідає середньому рівню. Але інформативним є аналіз отриманих значень складових при розрахунку значення індексу.

Так, переважна більшість параметрів відноситься до групи А (найвищий рівень регулювання): 79% двосторонніх угод, до групи параметрів В – 21% угод. При цьому немає жодної угоди, яка відповідала б умовам групи параметрів С, які визначають високий рівень лібералізації авіаційного сполучення між Україною та іншими країнами [3].

Як свідчать результати досліджень фахівців Світової організації торгівлі, існують надійні докази позитивної та вагомої залежності між обсягами перевезень та ступенем лібералізації авіаційного ринку. Збільшення ступеня лібералізації на 25–75 відсотків збільшує обсяги авіаційного трафіку руху між країнами, пов'язаними прямим авіаційним сполученням приблизно на 30 відсотків. Зокрема, зняття обмежень щодо визначення цін та пропускної спроможності, прав на каботаж та можливість для авіакомпаній, які не є призначеним перевізником іноземної країни, щодо здійснення авіаперевезень, вважаються найбільш регулюючими положеннями угод про авіаперевезення [2].

На кінець 2019 року рішенням Державіаслужби України прийняті рішення щодо суттєвого розширення умов експлуатації повітряних ліній по двосторонніх угодах, що регулюють повітряне сполучення України з іншими країнами, зокрема, зміни призначених перевізників та частот виконання рейсів [4; 5]. Так, прийняти рішення щодо:

– збільшення частоти міжнародних рейсів з 4 до 7 рейсів на тиждень до документу про право ПрАТ «Авіакомпанія «Міжнародні авіалінії України» на експлуатацію повітряної лінії: Київ – Джидда (Королівство Саудівська Аравія) – Київ;

– надання права ТОВ «Авіакомпанія Скайап» права на експлуатацію повітряної лінії:Київ – Алмати (Республіка Казахстан) – Київ (частота рейсів: 3 рейси на тиждень) для виконання регулярних міжнародних повітряних перевезень з/до України;

– надання права ТОВ «Авіакомпанія Скайап» права на експлуатацію повітряних ліній: Львів – Стамбул (Турецька Республіка) – Львів (частота рейсів: 4 рейси на тиждень); Запоріжжя – Стамбул (Турецька Республіка) – Запоріжжя (частота рейсів: 4 рейси на тиждень); Харків – Стамбул (Турецька Республіка) – Харків (частота рейсів: 4 рейси на тиждень);

– збільшення частоти міжнародних рейсів з 1 до 2 рейсів на тиждень до документу про право ТОВ «Авіакомпанія Скайап» на експлуатацію повітряної лінії: Львів – Іракліон (Грецька Республіка) – Львів для виконання регулярних міжнародних повітряних перевезень з/до України; а також збільшення частоти міжнародних рейсів з 4 до 5 рейсів на тиждень) на експлуатацію повітряної лінії: Київ – Аліканте (Королівство Іспанія) – Київ для виконання регулярних міжнародних повітряних перевезень з/до України та збільшення частоти рейсів з 2 до 3 рейсів на тиждень на експлуатацію повітряної лінії: Київ – Пальма-де-Мальорка (Королівство Іспанія) – Київ для виконання регулярних міжнародних повітряних перевезень з/до України, а також збільшення частоти рейсів з 7 до 14 рейсів на тиждень на експлуатацію повітряної лінії: Київ – Тбілісі (Грузія) – Київ для виконання регулярних міжнародних повітряних перевезень з/до України.

– надання ТОВ «Авіакомпанія «Атласджет Україна» право на експлуатацію повітряної лінії:

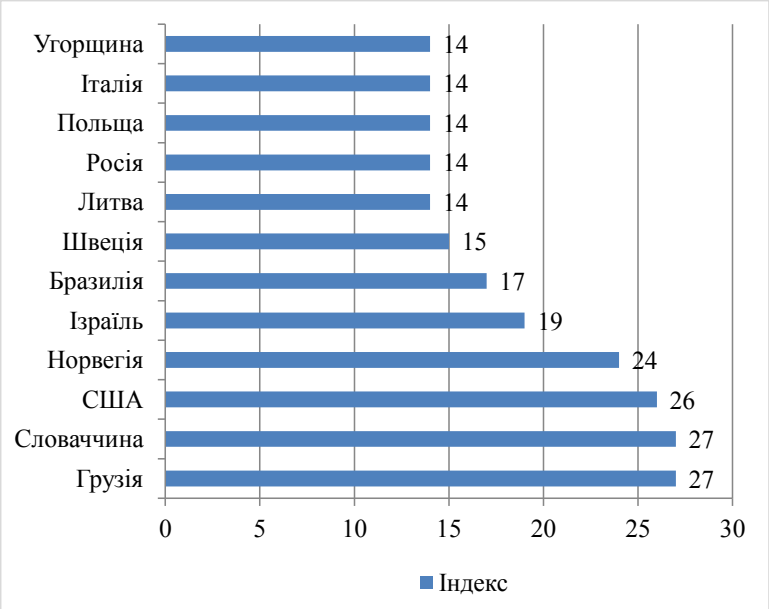


Рис. 1. Країни з найбільшим індексом лібералізації двосторонніх угод з Україною

Джерело: складено на основі [3]

Київ – Стамбул (Турецька Республіка) – Київ (частота рейсів: 3 рейси на тиждень) для виконання регулярних міжнародних повітряних перевезень з/до України. Таким чином, прийняті рішення Державіаслужби України свідчать про наміри суттєвого розширення на 2020 рік міжнародних польотів авіакомпаній України, зокрема за рахунок активізації діяльності авіакомпанії «Скайап» та «Атласджет Україна».

Проведений аналіз динаміки та структури експорту та імпорту транспортних послуг (з урахуванням морського, річного, повітряного, залізничного та автомобільного видів транспорту) України з 2008 по 2018 рр. показав, що саме зростаючи обсяги торгівлі послугами повітряного транспорту чинять позитивний ефект на сумарну динаміку як експорту, так і імпорту транспортних послуг, рис. 2 та рис. 3. У той же час, аналіз вищенаведеної динаміки послуг повітряного транспорту показує, що за період 2016–2018 рр. за обсягами, імпорт більш ніж у 2 рази менший за експорт, але ж і зростає швидшими темпами, ніж експорт.

Цей висновок також підтверджується результатами аналізу динаміки пропуску літаків через державний кордон України за 2008–2018 рр. (рис. 4).

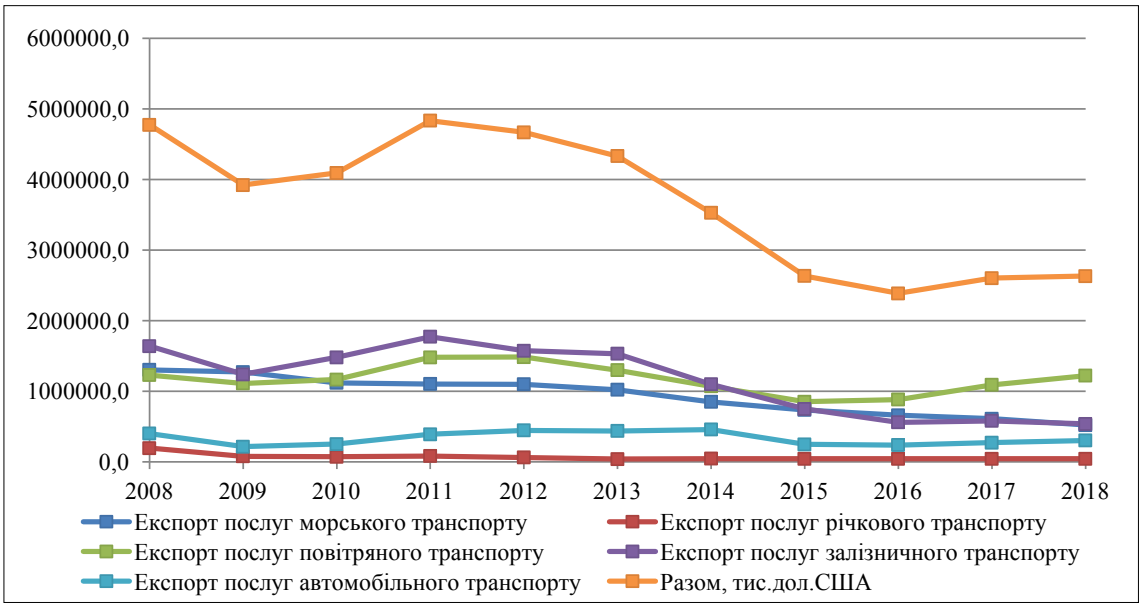


Рис. 2. Динаміка експорту транспортних послуг України (з урахуванням морського, річного, повітряного, залізничного та автомобільного видів транспорту)

Джерело: побудовано авторами на підставі [6; 7]

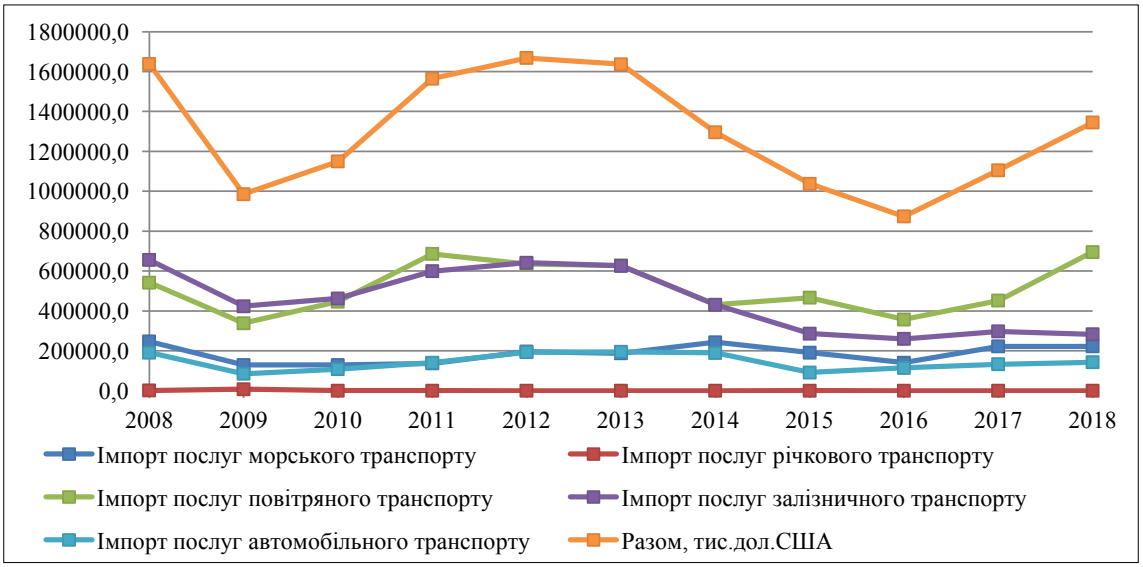


Рис. 3. Динаміка імпорту транспортних послуг України (з урахуванням морського, річного, повітряного, залізничного та автомобільного видів транспорту)

Джерело: побудовано авторами на підставі [6; 7]

Проведемо аналіз обсягів перевезень вітчизняних та іноземних авіакомпаній за остання роки. Так, у 2018 році ДП ОПР «Украерорух» забезпечив, зокрема, виконання 106 654 рейсів вітчизняних авіакомпаній, що більше ніж за минулий рік на 9,7%, та 194 199 авіарейсів іноземних авіакомпаній (включно транзитні польоти через територію України), що порівняно з 2017 роком

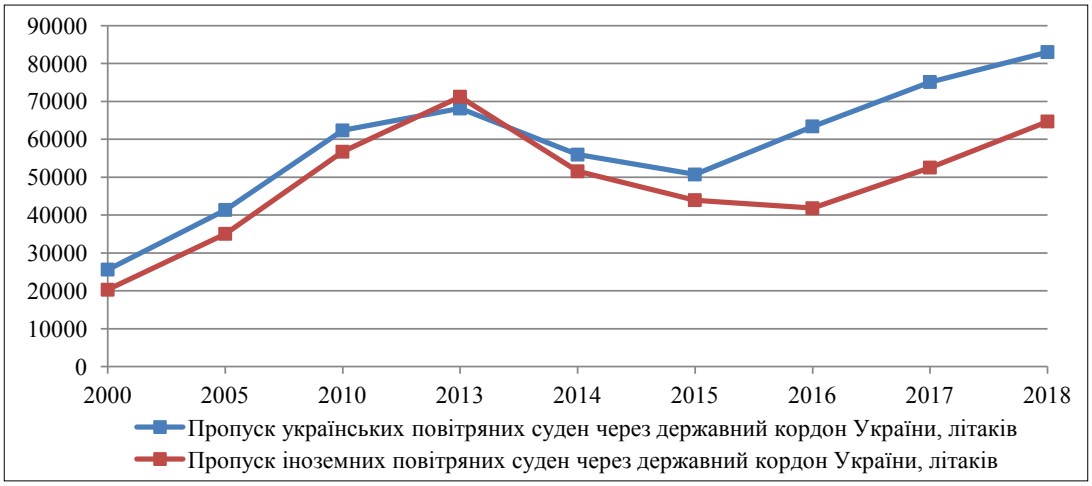


Рис. 4. Динаміка пропуску літаків через державний кордон України

Джерело: побудовано авторами на підставі [7]

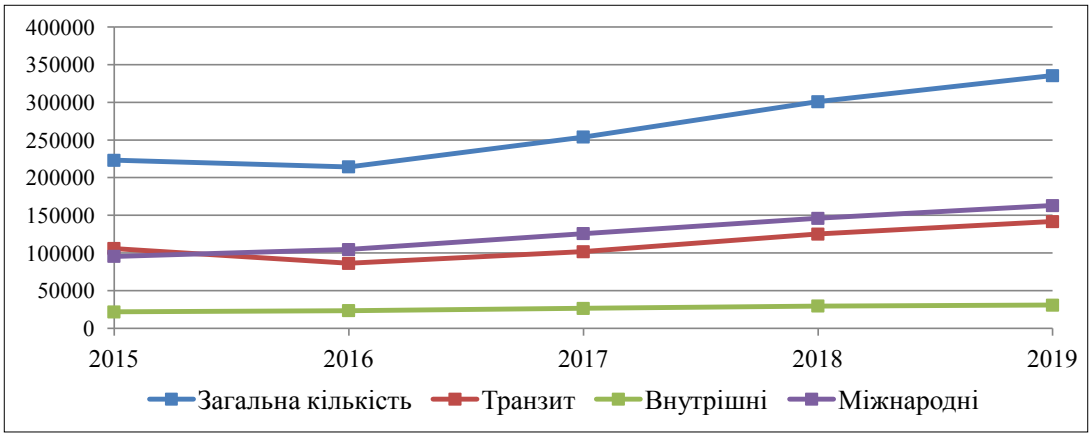


Рис. 5. Кількість рейсів авіакомпаній у повітряному просторі України за 2015–2019 рр.

Джерело: складено на основі аналізу ДП ОПР «Украерорух» [8; 9]

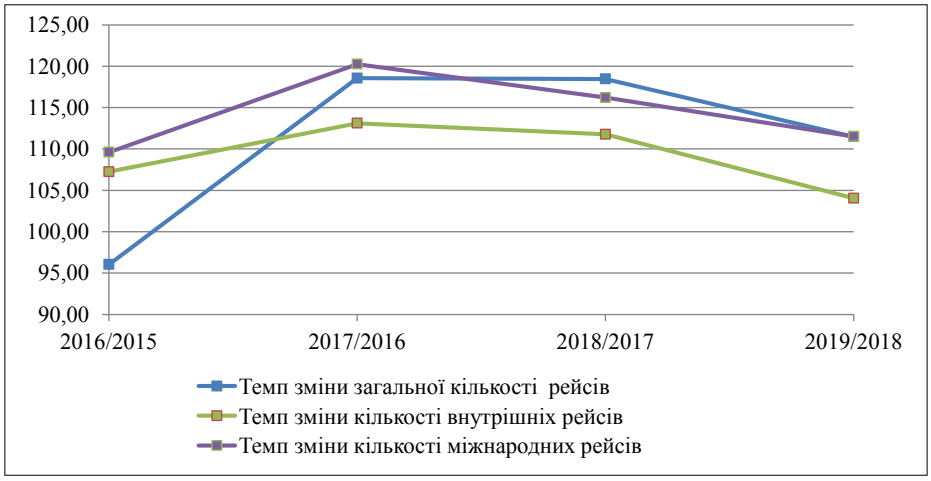


Рис. 6. Темпи зміни кількості авіарейсів у повітряному просторі України за 2015–2019 рр.

більше на 23,9%. За типами польотів: транзитні польоти – 125 145 (+23%), міжнародні (з вильотом/посадкою) – 146 115 (+16,2%), кількість внутрішніх польотів становить 29 593 (+11,8%). Із січня по листопад 2019 року ДП ОП «Украерорух» забезпечив аеронавігаційним обслуговуванням 313 195 рейсів, що на 11,8% більше порівняно з відповідним періодом минулого року. Вітчизняні авіакомпанії виконали 102 889 рейсів, іноземні – 210 306 рейсів (включаючи транзитні польоти через територію України). Обидва показники мають позитивну динаміку порівняно з аналогічним періодом минулого року – більше на 3,4% та 16,4% відповідно [8].

У 2019 році ДП ОПР «Украерорух» забезпечив виконання 109 777 рейсів вітчизняних авіакомпаній, що більше ніж за минулий рік на 2,9%, та 225 630 авіарейсів іноземних авіакомпаній, що порівняно з 2018 роком більше на 16,2%. За типами польотів: транзитні польоти – 141 680 (+13,2%), міжнародні (з вильотом/посадкою) – 162 937 (+11,5%), кількість внутрішніх польотів становить 30 790 (+4%) [9].

Аналіз динаміки рейсів авіакомпаній у повітряному просторі України за 2015–2019 рр. та темпів їх зміни (рис. 5 та рис.6) показав, що починаючи з 2016 року стійко зростає кількість міжнародних рейсів, правда темп росту 120% за 2017 рік

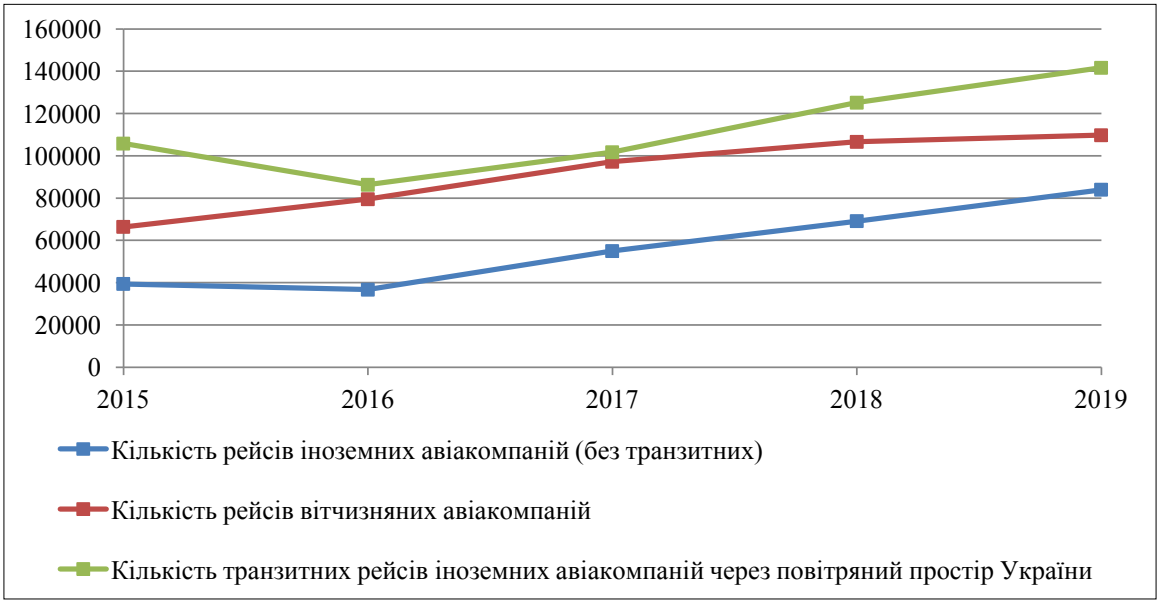


Рис. 7. Рейси вітчизняних та іноземних авіакомпаній у повітряному просторі України за 2015–2019 рр.

Джерело: складено на основі аналізу ДП ОПР «Украерорух» [8; 9]

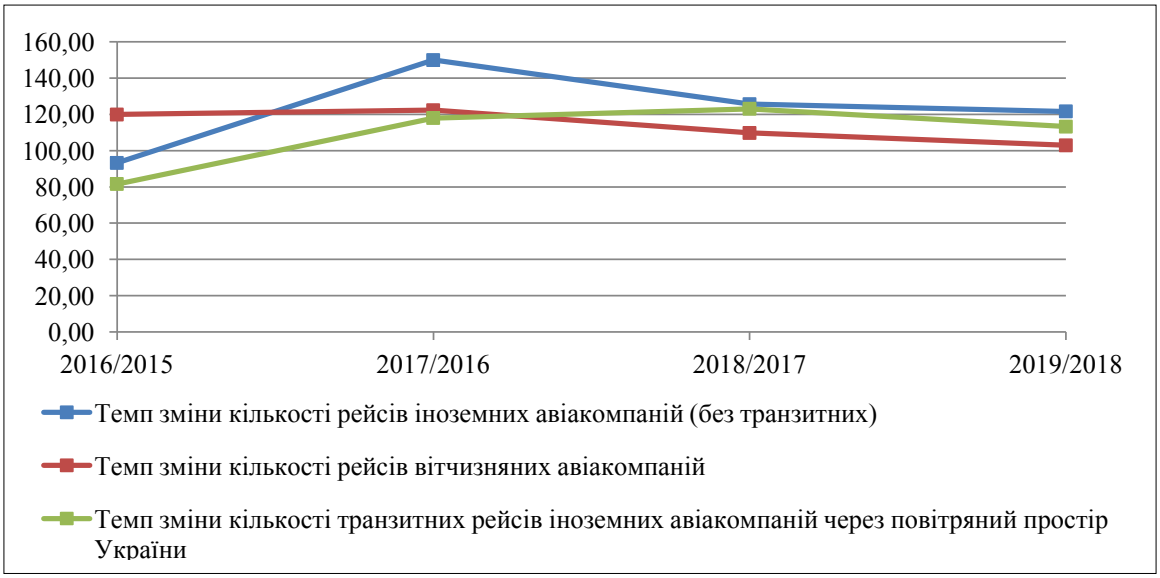


Рис. 8. Темпи зміни кількості авіарейсів вітчизняних та іноземних авіакомпаній у повітряному просторі України за 2015–2019 рр.

Рис. 9. Вплив лібералізації авіаційного простору на економічний розвиток країни, що її впроваджує, зокрема, України

дещо уповільнився до 117% за 2018 та 111,5% за 2019 роки. Відмічається зростання кількості транзитних рейсів.

Проведений аналіз динаміки кількості рейсів вітчизняних та іноземних авіакомпаній у повітряному просторі України за 2015–2019 рр. та темпів їх зміни (представлено на рис.7 та рис.8) показав, що з 2016 року наявна позитивна тенденція зростання кількості рейсів як вітчизняних, так і іноземних авіакомпаній. З огляду на зручне географічне положення України, зростає і кількість транзитних рейсів.

Як представлено на рис. 8, з 2016 року відбувається поступове уповільнення темпів зростання кількості рейсів вітчизняних авіакомпаній. В той же час, темп зростання кількості рейсів іноземних авіакомпаній у повітряному просторі України після стрімкого зростання за 2017 рік майже на 50%, дещо уповільнився за два наступні роки. Наразі за 2019 рік кількість рейсів іноземних авіакомпаній у повітряному просторі України зросла на 21,5%, в той час як вітчизняних авіакомпаній – лише на 3%. Більш того, згідно оперативної інформації ДП «Украерорух», упродовж січня 2020 року українськими авіакомпаніями виконано 6,6 тисяч комерційних рейсів (скорочення порівняно аналогічним періодом минулого року – на 5,4%), у т.ч. міжнародних – 5,5 тисяч (скорочення – на 4,6%) [10].

Для забезпечення конкурентоздатності вітчизняних авіакомпаній, розкриття їх потенціалу назріла необхідність впровадження в Україні заходів державного регулювання, необхідних для покращення їх стратегічного позиціонування.

В той же час, доцільно зазначити, що за січень 2020 року пасажиропотоки через аеропорти України збільшились на 15,3%, у т.ч. у міжнародному сполученні – майже на 17% порівняно з січнем 2019 року [10]. Зазначене підтверджує назрілу необхідність забезпечення розвитку авіатранспортної інфраструктури України, зокрема аеропортових комплексів, для забезпечення їм набуття конкурентних переваг для утримання та збільшення пасажиропотоку.

Адже впроваджувані заходи із лібералізації авіаційного простору спрямовані на інтеграцію України в світовий економічний простір на основі встановлення спільних стандартів безпеки та лібералізації ринкових відносин у сфері авіації для

зняття регулюючих обмежень на шляху вільного переміщення товарів, людей, послуг, технологій через кордони.

Міжнародний повітряний транспорт відіграє вирішальну роль у процесі міжнародної інтеграції, а також впливає на розвиток інших галузей економіки. За рахунок скорочення часу, необхідного для бізнес-подорожі чи туристичної, повітряний транспорт є важливим визначальним фактором загальних транспортних витрат. Час також важливим визначальним фактором торгівлі, і він є головним фактором у визначенні вибору виду транспорту для подорожі до віддалених місць. З цієї причини повітряний пасажирський транспорт має важливе значення для розвитку сектору бізнес – подорожей, міжнародного туризму, а також торгівлі. В свою чергу, повітряний транспорт є важливою галуззю суспільного виробництва. Підвищуючи свої обсягові та фінансові звітні показники, індустрія повітряного транспорту впливає на економічну систему, змінюючи її кількісні та якісні параметри за рахунок дії сукупності прямих, непрямих, індукованих та каталітичних впливів [11]. У табл. 1 представлені узагальнені дані щодо розподілу часток працюючих на авіаційних та суміжних підприємствах за регіонами світу, систематизовані на основі [12; 13; 14].

Як бачимо з табл.1, залежно від особливостей регіону (наявності авіаційної промисловості, розвитку повітряного сполучення тощо), частки зайнятих у різних сферах авіаційного бізнесу по регіонах суттєво відрізняються. Але спільним є те що, більше 50% робітників є зайнятими у різних сферах обслуговування в аеропорту (робітники закладів торгівлі, ресторанів, готелів тощо), в той час як частка зайнятих у авіакомпаніях та хендлінгових компаніях (льотний екіпаж, персонал на реєстрації пасажирів, персонал з технічного обслуговування рейсів, персонал головного офісу та відділів бронювання) коливається в діапазоні – 22–42%. За результатами досліджень фахівців IATA, ATAG (Air Transport Action Group), завдяки мультиплікативному ефекту, що має місце в авіаційній галузі, кожні 100 робочих місць створені авіаційним транспортом сприяють створенню додаткових 600 робочих місць у суміжних галузях [12].

На рис. 8 представлена спрощена структурно-логічна схема впливу лібералізації авіаційного простору на економічний розвиток країни, що її впроваджує, зокрема, України.

Враховуючи вищезазначене, кінцевою метою здійснення лібералізації авіаційного простору України є підвищення добробуту та забезпечення економічного зростання України. Але ця кінцева мета буде досягнута лише за умов зростання пасажиропотоку в аеропортах України та забезпечення активної участі вітчизняних авіакомпаній на ринку, завдяки залученню інструментів державного регулювання, що дозволять забезпечити належні стійкі конкурентні позиції.

Відповідно, наступним кроком лібералізації є створення Європейського спільного авіаційного простору (САП) – що являє собою двосторонню угоду між ЄС і третіми країнами для встановлення спільних стандартів безпеки та лібералізації ринкових відносин у сфері авіації. Для України впровадження САП уможливлює використання повітряного простору найбільш ефективно та безпечно. При цьому управляння повітряним рухом перебуває в компетенції міжнародної організації «Євроконтроль», що здійснює координацію та планування управління повітряним рухом для всієї Європи. За своєю суттю, САП впроваджує зону вільної торгівлі в авіатранспортній галузі, на основі гармонізації європейських стандартів безпеки польотів, захисту пасажирів, відповідальності авіаперевізників за перевезення, захисту навколишнього середовища, конкуренції та державного регулювання.

Рівень економічного розвитку країни, зокрема за обсягами та темпами росту ВВП, а також ВВП

Таблиця 1

Робочі місця на авіаційних та суміжних підприємствах за регіонами світу

Частка зайнятих у:	Азіатсько-тихоокеанський регіон	Європа	Латинська Америка	Близький Схід	Північна Америка
Авіакомпаніях та хендлінгових компаніях (льотний екіпаж, персонал на реєстрації пасажирів, персонал з технічного обслуговування рейсів, персонал головного офісу та відділів бронювання)	32,5	22,3	20,7	41,8	24,6
Наданні аеронавігаційних послуг	2,6	2,5	2,8	1,1	1,4
Аеропортах (зайняті в управлінні аеропортів, в технічному обслуговуванні, службах безпеки та експлуатації)	6,7	6,0	8,3	5,9	2,1
Різних сферах обслуговування в аеропорту (робітники закладів торгівлі, ресторанів, готелів тощо).	50,5	54,6	53,9	50,3	52,3
Авіаційній промисловості (зайняті у виробництві цивільних літаків, включаючи системи, компоненти, повітряні рами та двигуни).	7,7	14,5	14,2	1,0	19,6

Джерело: систематизовано авторами за джерелом [12–14]

на душу населення є важливими чинниками впливу на вагу та рейтинг країни, навіть якщо вона входить до економічного союзу держав. Тому зважаючи на інтеграційні пріоритети сучасного економічного курсу України потрібно за рахунок наявних важелів державного регулювання забезпечити вітчизняним авіаційним підприємствам можливості формувати конкурентні стратегічні позиції на ринку авіаційних перевезень в умовах лібералізації.

Зокрема, важливими напрямками забезпечення конкурентного стратегічного позиціонування вітчизняних авіакомпаній є впровадження нульової ставки податку на додану вартість при оподаткуванні послуг з внутрішніх авіаперевезень. Це сприятиме стимулюванню обсягів внутрішніх авіаперевезень (за даними 2019 року обсяги внутрішніх авіаперевезень пасажирів складають менше 10% загального їх значення). Для авіакомпаній України тим самим забезпечиться скорочення витрат на виконання цих рейсів, адже вони для них ніколи не були прибутковими, частіше забезпечували пасажиропотік на міжнародні рейси (відома хабова модель «ступиці та спиці»), а також здійснювався «перегін» літаків до інших внутрішніх аеропортів.

Оскільки в країнах ЄС паливо для авіаційних перевезень не оподатковується ПДВ, доцільно для вітчизняного ринку запровадити нульову ставку ПДВ на продаж керосину. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних авіакомпаній і на ринку міжнародних авіаперевезень, і спрацює на вигідне стратегічне позиціонування вітчизняних аеропортів, в яких можна заправитись пальним за конкурентною ціною.

Реалізація запропонованих заходів забезпечить:

– зниження вартості авіаперевезень;

– зниження авіаційних тарифів;

– залучення додаткового пасажиропотоку;

– створення сприятливих для вітчизняних авіакомпаній конкурентних умови на авіатранспортному ринку.

При цьому необхідною складовою є забезпечення розвитку авіатранспортної інфраструктури України (аеропортових, мультимодальних комплексів тощо), для уможливлення утримання та збільшення пасажиропотоку, зокрема на основі державно-приватного партнерства.

Зазначене у кінцевому підсумку сприятиме посиленню стратегічного позиціонування як вітчизняних аеропортів, так і вітчизняних авіакомпаній та працюватиме на забезпечення економічного зростання України, у тому числі завдяки мультиплікаційному ефекту, який чинить авіаційний транспорт на економіку країн.

Слід зазначити, що з 2020 року Міністерство інфраструктури України повертає єдиний рівень ставки плати за аеронавігаційне обслуговування на підході та в районі аеродрому, який діяв до червня 2019 року, та є розрахованим за принципами «Євроконтролю» [15]. Тобто встановлюються єдині правила на ринку авіаційних послуг, які сприятимуть залученню більшої кількості рейсів у регіональні аеропорти України. Використання принципів «Євроконтролю» дозволить забезпечити покриття витрат ДП ОПР «Украерорух» на забезпечення безперебійного функціонування та модернізації аеронавігаційної системи України.

Враховуючи вищезазначене, кінцевою метою здійснення лібералізації авіаційного простору України є підвищення добробуту та забезпечення економічного зростання України. Але ця кінцева мета буде досягнута лише за умов зростання пасажиропотоку в аеропортах України та забезпечення активної участі вітчизняних авіакомпаній на ринку, завдяки залученню інструментів державного регулювання, що дозволять забезпечити належні стійкі конкурентні позиції.

Відповідно, створення таких рамкових умов в авіаційному бізнесі має поєднуватись з належними діями авіаційних підприємств щодо вибору належної бізнес-моделі, забезпечення ефективного стратегічного та оперативного управління діяльністю.

Висновки з проведеного дослідження. Результати дослідження дозволили визначити, що за обсягами, імпорт послуг повітряного транспорту за 2016–2018 рр. більш ніж у 2 рази менший за експорт, але ж і зростає швидшими темпами, ніж експорт. За 2019 рік кількість рейсів іноземних авіакомпаній у повітряному просторі України зросла на 21,5%, в той час як вітчизняних авіакомпаній – лише на 3%. Більш того, згідно оперативної інформації ДП «Украерорух», упродовж січня 2020 року українськими авіакомпаніями виконано міжнародних комерційних рейсів на 4,6% менше, ніж за аналогічний період минулого року. В той же час за січень 2020 року пасажиропотоки через аеропорти України збільшились на 15,3%, у т. ч. у міжнародному сполученні – майже на 17% порівняно з січнем 2019 року. Зазначене підтверджує назрілу необхідність забезпечення розвитку авіатранспортної інфраструктури України, зокрема аеропортових комплексів, для забезпечення їм набуття конкурентних переваг для утримання та збільшення пасажиропотоку. Як свідчать результати досліджень фахівців Світової організації торгівлі, існують надійні докази позитивної та вагомої залежності між обсягами перевезень та ступенем лібералізації авіаційного ринку. Тому запропоновано проведення подальшої лібералізації авіаційного простору України. До укладання угоди про спільний авіаційний простір лібералізація має здійснюватись у напрямку розширення трафіку у міжурядових угодах України на авіаційне сполучення, одночасно із впровадженням заходів державного

регулювання, необхідних для покращення стратегічного позиціонування вітчизняних підприємств авіатранспортної галузі. Провідною метою здійснення лібералізації авіаційного простору України є підвищення добробуту та забезпечення економічного зростання України. Але така мета може буде досягнута лише за умов зростання пасажиропотоку в аеропортах України та забезпечення активної участі вітчизняних авіакомпаній на ринку, завдяки залученню інструментів державного регулювання, що дозволять забезпечити належні стійкі конкурентні позиції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Авіаційний вектор східного партнерства: оцінка прогресу України, Молдови та Грузії у наближенні до авіаційного законодавства ЄС. URL: https://europewb.org.ua/wp–content/uploads/2017/12/print_zvit_The–Eastern–Partnership–Air–Transport–Vector_EWB.pdf. (дата звернення: 21.01.2020)

2.Liberalization of Air Transport Services and Passenger Traffic. URL: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd200806_e.pdf (дата звернення: 21.01.202019)

3. Маценко О.М., Геєць І. О., Миронова Ю. В., Скрипка Є. О. Стратегічні напрями лібералізації повітряного простору між Україною та ЄС. URL: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_38/Oleksandr_M_Matsenko_Iryna_O_Heyets_Julija_V_Myronova_Evgenij_SkrypkaStrategic_Directions_of_Airspace_Liberalization_Betw.pdf. (дата звернення: 30.12.2019)

4. Інформація щодо прийнятих рішень Комісії з розгляду питань щодо прав на експлуатацію повітряних ліній. URL: https://avia.gov.ua/informatsiya–shhodo–prijnyatih–rishen–komisiyi–z–rozglyadu–pitan–shhodo–prav–na–ekspluatatsiyu–povitryanih–linij-14/ (дата звернення: 21.01.2020)

5. Розширено регулярне авіасполучення України з Турецькою Республікою URL:https://mtu.gov.ua/news/31615.html (дата звернення: 24.02.2020)

6. Транспорт і зв'язок України 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/08/zb_tr2018pdf.pdf/ (дата звернення: 03.01.2020)/ (дата звернення: 03.01.2020)

7. Зовнішьоекономічна діяльність. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ10_u.htm. (дата звернення: 25.12.2019)

8. Державне підприємство обслуговування повітряного руху України «Украерорух». URL: https:////uksatse.ua/index.php?s=7fafa5d747ed5296870f4e 285d3e17df&act=Part&CODE=247&id=450 (дата звернення: 18.12.2019)

9. Обсяг наданих Украерорухом аеронавігаційних послуг у 2019 році збільшився на 11,5%. URL: http://uksatse.ua/index.php?s=203f51197ddfa2715bb51336e9de5350&act=Part&CODE=247&id=512. (дата звернення: 15.02.2020)

10. Оперативна інформація щодо основних показників діяльності авіаційної галузі за січень 2020 року. URL: https://avia.gov.ua/pro-nas/statistika/operativna-informatsiya/. (дата звернення: 15.02.2020)

11. Овсак О.П., Ліскович Н.Ю. Макроекономічні аспекти впливу розвитку повітряного транспорту на економіку України. Причорноморські економічні студії. ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут еконо-міки та інновацій». Випуск 48. 2019. С. 133-141. DOI: https://doi.org/10.32843/bses.48-22.

12. Aviation: Benefits Beyond Borders 2014 Report. Air Transport Action Group, April 2014.URL: http://aviationbenefits.org/media/26786/ATAG__AviationBenefits2014_FULL_LowRes.pdf. (дата звернення: 10.02.2020)

13. The economic & social benefits of air transport. URL: https://www.icao.int/Meetings/wrdss2011/Documents/JointWorkshop2005/ATAG_SocialBenefitsAirTransport.pdf. (дата звернення: 03.01.2020)

14. Aviation Benefits Report 2019. URL: https://www.icao.int/sustainability/Documents/AVIATION-BENEFITS-2019-web.pdf. (дата звернення: 04.01.2020)

15. Міністерство інфраструктури України усуває дискримінаційні умови в авіаційній сфері URL: https://mtu.gov.ua/news/31602.html. (дата звернення: 10.02.2020)

REFERENCES:

1. Aviatsiynyy vektor skhidnoho partnerstva: otsinka prohresu Ukrayiny, Moldovy ta Hruziyi u nablyzhenni do aviatsiynoho zakonodavstva YES. [Aviation Partnership Aviation Vector: Assessment of Ukraine, Moldova and Georgia's progress towards approximation to EU aviation legislation].URL: https://europewb.org.ua/wp-content/uploads/2017/12/print_zvit_The-Eastern-Partnership-Air-Transport-Vector_EWB.pdf. (accessed 21 January 2020).

2. Liberalization of Air Transport Services and Passenger Traffic. URL: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd200806_e.pdf. (accessed 21 January 2020).

3. Matsenko O.M., Heyets' I.O., Myronova Y.V., Skrypka Y.O. Stratehichni napryamy liberalizatsiyi povitryanoho prostoru mizh Ukrayinoyu ta YES/ [Strategic directions of airspace liberalization between Ukraine and the EU].URL: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/content/acticles/issue_38/Oleksandr_M_Matsenko_Iryna_O_Heyets_Julija_V_Myronova_Evgenij_SkrypkaStrategic_Directions_of_Airspace_Liberalization_Betw.pdf. (accessed 30 December 2019).

4. Informatsiya shchodo pryynyatykh rishen' Komisiyi z roz•hlyadu pytan' shchodo prav na ekspluatatsiyu povitryanykh liniy. [Information on the decisions taken by the Commission to consider the rights to operate the routes]/ URL: https://avia.gov.ua/informatsiya-shhodo-prijnyatih-rishen-komisiyi-z-rozglyadu-pitan-shhodo-prav-na-ekspluatatsiyu-povitryanih-linij-14/. (accessed 21 January 2020).

5. Rozshyreno rehulyarne aviaspoluchennya Ukrayiny z Turets'koyu Respublikoyu. [Regular flights of Ukraine with the Republic of Turkey have been expanded]. URL: https://mtu.gov.ua/news/31615.html (дата звернення: 24.02.2020) (accessed 24 February 2020).

6. Transport i zv'yazok Ukrayiny 2018. [Transport and Communications of Ukraine 2018.] URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/08/zb_tr2018pdf.pdf. (accessed 03 January 2020).

7. Zovnish'oekonomichna diyal'nist'. [Foreign economic activity]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ10_u.htm. (accessed 25 December 2019).

8. Derzhavne pidpryyemstvo obsluhovuvannya povitryanoho rukhu Ukrayiny «Ukraerorukh». [State enterprise of air traffic services of Ukraine «Ukraerorukh»] URL: https:////uksatse.ua/index.php?s=7fafa5d747ed52968 70f4e285d3e17df&act=Part&CODE=247&id=450. (accessed 18 December 2019).

9. Obsyah nadanykh Ukraerorukhom aeronavihatsiynykh posluh u 2019 rotsi zbil'shyvsya na 11,5%. [The volume of air navigation services provided to UkSATSE in 2019 increased by 11,5%].URL: http://uksatse.ua/index.php?s=203f51197ddfa2715bb51336e9de5350 &act=Part&CODE=247&id=512. (accessed 15 February 2020)

10. Operatyvna informatsiya shchodo osnovnykh pokaznykiv diyal'nosti aviatsiynoyi haluzi za sichen' 2020 roku. [On-line information on key performance indicators of the aviation industry for January 2020]. URL: https://avia.gov.ua/pro-nas/statistika/operativna-informatsiya/. (accessed 15 February 2020)

11. Ovsak O.P., Liskovych N.YU. Makroekonomichni aspekty vplyvu rozvytku povitryanoho transportu na ekonomiku Ukrayiny. [Macroeconomic aspects of the impact of air transport development on the economy of Ukraine] Black Sea Economic Studies. PU Black Sea Research Institute of Economics and Innovation. Issue 48. 2019. P.133-141. DOI: https://doi.org/10.32843/bses.48-22.

12. Aviation: Benefits Beyond Borders 2014 Report. Air Transport Action Group, April 2014. URL: http://aviationbenefits.org/media/26786/ATAG__AviationBenefits2014_FULL_LowRes.pdf. (accessed 10 February 2020)

13. The economic & social benefits of air transport. URL: https://www.icao.int/Meetings/wrdss2011/Documents/JointWorkshop2005/ATAG_SocialBenefitsAirTransport.pdf. (accessed 03 January 2020)

14. Aviation Benefits Report 2019. URL: https://www.icao.int/sustainability/Documents/AVIATION-BENEFITS-2019-web.pdf. (дата звернення: 04.01.2020)

15. Ministerstvo infrastruktury Ukrayiny usuvaye dyskryminatsiyni umovy v aviatsiyniy sferi. [The Ministry of Infrastructure of Ukraine eliminates discriminatory conditions in the aviation sector].URL: https://mtu.gov.ua/news/31602.html. (accessed 10 February 2020).

ГОЛОВНІ МІЖНАРОДНІ ЛОГІСТИЧНІ КОМПАНІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

MAIN INTERNATIONAL LOGISTICS COMPANIES IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

УДК 338.46:640.43
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-2

Січка І.І.
к.е.н., доцент кафедри туристичної інфраструктури
та готельно-ресторанного господарства
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Sichka Ivan
Uzhhorod National University

У статті проаналізовано логістику готельно-ресторанного бізнесу через призму діяльності провідних міжнародних логістичних компаній світу. Встановлено, що мережі гостинності виходять за межі системи контролю запасів, яка допомагає збирати, раціоналізувати та аналізувати інформацію про закупівлі в реальному часі. Добре організовані логістичні ланцюги постачання забезпечують багато переваг для бізнесу. Досліджено, що зростання індустрії туризму по всьому світі позитивно впливає на зростання ринку логістики готелів. Провайдери логістики готелів інтенсивно конкурують на основі ціни, якості, відповідності нормативним вимогам та інновацій. Провідні постачальники домінують на ринкових операціях з погляду особливостей та ціни, при цьому регіональні постачальники намагаються конкурувати з ними. Для досягнення конкурентної переваги на ринку логістики гостинності постачальники пропонують інноваційні та технологічно керовані послуги і застосовують нові технології для покращення своїх пропозицій. Основними міжнародними компаніями ринку логістики готелів є Crown Worldwide, DB Schenker, Kuehne+Nagel, TIBA, UPS, UniGroup Logistics.

Ключові слова: *логістика, ланцюги постачання, готельно-ресторанний бізнес, туризм, Crown Worldwide, DB Schenker, Kuehne + Nagel.*

В статье проанализована логистика гостинично-ресторанного бизнеса через призму деятельности ведущих международных логистических компаний мира. Установлено, что сети гостеприимства выходят за рамки системы контроля запасов, которая помогает собирать, рационализировать и анализировать информацию о закупках в реальном времени. Хорошо организованные логистические цепи поставок обеспечивают много преимуществ для бизнеса. Доказано, что рост индустрии туризма по всему миру положительно влияет на рост рынка логистики отелей. Провайдеры логистики отелей интенсивно конкурируют на основе цены, качества, соответствия нормативным требованиям и инноваций. Ведущие поставщики доминируют на рыночных операциях с точки зрения особенностей и цены, при этом региональные поставщики пытаются конкурировать с ними. Для достижения конкурентного преимущества на рынке логистики гостеприимства поставщики предлагают инновационные и технологически управляемые услуги и применяют новые технологии для улучшения своих предложений. Основными международными компаниями рынка логистики отелей являются Crown Worldwide, DB Schenker, Kuehne + Nagel, TIBA, UPS, UniGroup Logistics.

Ключевые слова: *логистика, цепи поставки, гостинично-ресторанный бизнес, туризм, Crown Worldwide, DB Schenker, Kuehne + Nagel.*

Amazon and Walmart, two of the largest retailers in the world, continue to grow as they leverage their logistics and supply chain management to reduce costs. Based on this statement of facts, the effectiveness of which is confirmed in the international arena to improve the performance of hotel businesses, it is necessary to pay attention to logistics. The hotel can benefit from a comprehensive and integrated logistics practice by delivering consistently reliable and quality service at minimal cost. Methodological basis of the study is the methods of analysis and synthesis, abstraction and generalization, system analysis and comparison. The growth of the tourism industry worldwide has a positive impact on the growth of the hotel logistics market. Hotel logistics providers compete intensely on the basis of price, quality, regulatory compliance and innovation. Established suppliers dominate market operations in terms of features and prices, with regional suppliers trying to compete with them. To gain a competitive edge in the hospitality logistics market, suppliers offer innovative and technology-driven services and apply new technologies to enhance their offerings. The major players in the hotel logistics market are Crown Worldwide, DB Schenker, Kuehne+Nagel, TIBA, UPS, UniGroup Logistics. Crown Worldwide has offices in over 265 cities in 60 countries. Thanks to this structure, it supports companies globally and locally. The group includes: Crown World Mobility, Crown Relocations, Crown Record Record, Crown Fine Art, Crown Logistics, Crown Wine Podlars and the latest addition to Crown Workspace. DB Schenker is a leader in providing advanced international logistics services. Integrated logistics is located at the intersection of the world's major transport arteries, where the flow of goods creates an effective link between carriers. Kuehne+Nagel provides a comprehensive approach to address the logistics industry in the hospitality industry. Kuehne+Nagel's range of logistics capabilities include global network IT systems for complex, real-time information management; universal repositories belonging to the company; and domestic customs brokerage and insurance services.

Key words: *logistics, supply chains, hotel and restaurant business, tourism, Crown Worldwide, DB Schenker, Kuehne+Nagel.*

Постановка проблеми. Однією зі складових частин готельного господарства, яка зазвичай залишається поза скороченням витрат, є логістика та управління ланцюгами поставок. Налагоджена система управління логістикою може допомогти готельному господарству отримати стійку конкурентну перевагу. Використання правильних стратегій логістики та ланцюгів поставок не тільки допомагає покращити якість і обслуговування готельної компанії, але й знижує витрати. Amazon та Walmart – дві найбільші компанії роздрібної торгівлі у світі, що продовжують зростати завдяки тому, як вони використовують свою логістику та управління ланцюгами поставок для скорочення витрат. Виходячи із такої констатації фактів, ефективність яких підтверджена на міжнародній арені, для покращення діяльності готельним підприємствам необхідно приділяти увагу логістиці. Готель може отримати вигоду від всеосяжної та інтегрованої практики логістики, надаючи стабільно надійну та якісну послугу за мінімальних витрат.

Передові мережі гостинності виходять за межі системи контролю запасів, які допомагають збирати, раціоналізувати та аналізувати інформацію

про закупівлі в реальному часі. Стратегія ланцюга поставок лежить в основі логістичної ідеї, яка працює цілісно для підтримки загальних цілей бізнесу компанії. Добре організовані логістичні ланцюги постачання забезпечують багато переваг для бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. І.Г. Смирнов розглядав аспекти управління ресурсопотоками готелю з використанням логістичного підходу, що повинен враховуватися під час розроблення схем і механізмів управління. Автором запропонована структура логістичної системи управління готельним закладом, що дасть можливість організувати оптимальне управління на всіх ступенях ієрархії в межах ефективного розпорядження ресурсами підприємства [4, с. 316].

Т.Ю. Чайка, Л.С. Стригуль, В.О. Александрова приділили увагу застосуванню статистичного аналізу Text Mining під час уточнення і стандартизації визначення логістики готельно-ресторанного бізнесу. Виявлені за допомогою Text Mining предикатори дозволяють сформувати дефініції логістики і логістики готельно-ресторанного бізнесу та досить добре задовольняють науково-методичним вимогам до наукової термінології. Уточнення сукупності найбільш значущих предиктаторів розглянутих економічних категорій є необхідною передумовою формування точного, чіткого, позбавленого невизначеності понятійного апарату [5, с. 123].

А.М. Расулова у науковій статті розкриває сутність логістичного управління підприємствами ресторанного господарства, особливості формування ресторанної логістики. Визначено структуру логістичної системи та її вплив на управління підприємствами ресторанного господарства. Означено проблеми та перспективи впровадження логістичного управління у практику підприємств ресторанного господарства [3, с. 74].

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження ролі логістики та управління ланцюгами поставок у галузі готельно-ресторанного господарства. Для досягнення поставленої мети передбачається виконання таких завдань, як: розгляд сутності поняття «логістика»; дослідження ринку логістики готелів на прикладі провідних логістичних компаній світу. У процесі виконання дослідження використано такі методи, як: аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, системно-структурний аналіз, статистичний аналіз, графічний метод.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління логістикою розпочалося в 1950-х роках через те, що для компаній було складно доставляти продукцію клієнтам у потрібний час.

Рада фахівців з управління ланцюгами поставок визначає управління логістикою як частину плану управління ланцюгами поставок, яка планує, реалізує та контролює ефективний прямий і зворотний потік і зберігання товарів, послуг та пов'язаної з ними інформації між точкою походження та місцем споживання з метою задоволення потреб клієнтів [10, с. 9].

У сьогоднішніх умовах, що змінюються, зі складним характером управління логістикою та ланцюгами поставок необхідно зробити кроки для впровадження підвищення якості продукції та послуг для досягнення конкурентної переваги. Важливо для готельних компаній зосередитися на покращенні ефективності логістики та ланцюгів поставок, а також зниження витрат.

Логістика в готельно-ресторанному господарстві передбачає такі переваги: економить від 8% до 15% витрат, які можуть бути використані для інших бізнес-процесів; зменшує помилки замовлення за допомогою використання електронних пристроїв з ІТ-додатками, які можуть підвищити швидкість роботи замовлення через обмін даними з іншими членами ланцюга поставок; керувати витратами на виробництво запасів за допомогою функції Just-in-Time, яка керує закупівлями та інвентаризацією.

Специфіка логістики готельно-ресторанного бізнесу – особлива спрямованість потокових процесів, зокрема потоку клієнтів: споживач рухається до виробника, а не навпаки. Відповідно і спрямованість супутніх потоків у готельно-ресторанному бізнесі має свою специфіку, що необхідно враховувати під час здійснення логістичного моделювання. Характер і структура потокових процесів у готельно-ресторанній справі відрізняється від таких у виробництві або торгівлі. Однак, як і в торгових послугах, визначальним і першочерговим є потік покупців (клієнтів, гостей) [5, с. 125].

Зростання індустрії туризму по всьому світі позитивно впливає на зростання ринку логістики готелів. Крім розвинених країн, туристи також вважають за краще подорожувати до країн, що розвиваються, таких як Індонезія, Малайзія, Індія, Бразилія, Мексика та Філіппіни. Ділові мандрівники також розширюють міжнародний туризм, оскільки організовані заходи створюють попит на послуги логістики готелів на ринку логістики гостинності.

Ринок логістики готелів є фрагментарним через наявність декількох міжнародних та регіональних постачальників. Провайдери логістики готелів інтенсивно конкурують на основі ціни, якості, відповідності нормативним вимогам та інновацій. Провідні постачальники домінують на ринкових операціях з погляду особливостей та ціни, при цьому регіональні постачальники намагаються конкурувати з ними. Для досягнення конкурентної переваги на ринку логістики гостинності постачальники пропонують інноваційні та технологічно керовані послуги та застосовують нові технології для покращення своїх пропозицій.

Згідно з дослідженням Technavio, провідними постачальниками логістичних послуг на ринку готельно-ресторанного бізнесу є [9]:

– Crown Worldwide;
– DB Schenker;
– Kuehne+Nagel;
– TIBA;
– UPS;
– UniGroup Logistics.

Компанія Crown Worldwide має мережу офісів в понад 265 містах у 60 країнах світу. Завдяки такій структурі вона надає підтримку компаніям у глобальному та локальному масштабах. Crown Logistics спеціалізується на постачанні зручностей міжнародним готельним операторам від провідних виробників, повністю використовуючи свою ефективну систему управління складом. Від косметики до посуду, текстилю та одноразових предметів – компанія забезпечує доступ до всього, що може знадобитися готелю [6].

Індивідуальні логістичні рішення із гарантованою економією витрат досягаються завдяки глобальній мережі дистриб'юторських центрів. У 2018 р. Crown Worldwide Group отримала дохід у розмірі приблизно 828 млн дол. США, володіючи активами у 736 млн дол. Однією з основних стратегій компанії є постійне інвестування в нові об'єкти складських приміщень. До складу групи входять: Crown World Mobility, Crown Relocations, Crown Record Record, Crown Fine Art, Crown Logistics, Crown Wine Podlars та останнє доповнення Crown Workspace [6].

Компанія DB Schenker є лідером із надання передових міжнародних логістичних послуг. Інтегрована логістика знаходиться на перетині найважливіших світових транспортних артерій, де потік товарів створює ефективний зв'язок між перевізниками. Завдяки послугам із доданою вартістю потік товарів залишається безперебійним, а ланцюжок поставок мінімізований і оптимізований для досягнення успіху [7].

DB Schenker hotels може управляти та забезпечувати потреби готелю. Працюючи з виробниками, керує замовленнями на купівлю, доставку, зберігання, управління складом, організовує макети приміщення, доставку, складання та встановлення. У сфері гостинності компанія забезпечує виконання вимог графіку поставок, складання та управління ланцюгом поставок для встановлення FF&E та OS&E. Компанія DB Schenker у 2018 р. отримала понад 17 млрд євро доходів.

Kuehne+Nagel забезпечує комплексний підхід для вирішення проблем логістики у індустрії гостинності. Офіси логістики готелів Kuehne+Nagel розташовані у таких містах, як: Барселона, Канкун, Дубаї, Ганновер, Гонконг, Лондон, Макао, Мале, Маврикій, Маямі, Нью-Делі та Сінгапур.

Спектр логістичних можливостей Kuehne+Nagel включає глобальні мережеві IT-системи для складного управління інформацією в режимі реального часу; універсальні сховища, що належать компанії; та внутрішні митні брокерські та страхові послуги.

Компанія розробляє та виконує логістичні рішення під ключ для проектів готелів класу люкс. Як провідний світовий постачальник логістики, Kuehne+Nagel надає одні з найширших сервісних послуг у галузі та є безперечним лідером ринку

Таблиця 1

Портфель логістичних послуг Kuehne+Nagel для закладів розміщення

Напрямок	Характеристика	Послуги для готельно-ресторанного бізнесу
Світильники, меблі та обладнання (FF&E)	Логістика корпусних виробів, меблів, декоративні світильники, постільна білизна, художні твори, телевізори, електронні дисплеї, сейфи, міні-бар або аксесуари для ванної кімнати. Організація упаковки, доставки, митна паперова документація та процедури розмитнення.	розробка і координація міжнародних ланцюжків поставок; імпорт та експорт товару; зберігання та консолідація товару на власних складах в більш ніж в 500 локаціях по всьому світу; онлайн-моніторинг вантажу 24/7, використовуючи програму KN Login; перевезення будь-яким видом транспорту (авіа-, море- і автомобільних перевезень); митно-брокерське оформлення вантажу; інноваційні IT-розробки допоможуть контролювати весь процес пересування, прорахунку вартості та оформлення заявок на транспортування вантажу онлайн в кілька кліків.
Управління та експертиза логістики (LM&E)	Перевірений процес розробки та управління ланцюгом поставок при розробці, проектуванні та будівництві готельних комплексів. Спеціалізовані проектні рішення, послуги непроектного складування та дистрибуції, розроблені для зменшення складності ланцюгів поставок, витрат на запаси та логістику при оптимізації рівнів обслуговування.	
Експлуатаційні матеріали та обладнання (OS&E)	Постачання косметики, ванних приналежностей та аксесуарів, текстиль та постільні приналежності, посуд для барів, дрібна техніка та інвентар для домашнього обладнання.	
Будівельні матеріали та обладнання (BM&E)	Постачання та зберігання всіх будівельних матеріалів – металопрофілі, труби, світильники, обладнання, прилади та навіть попередньо споруджені стіни, підлога та стелі. Забезпечення координації між підрядниками та забезпечення доступності матеріалів та обладнання, гарантія дотримання строків будівництва.	
Ігрові товари та обладнання (GS&E)	Обладнання для казино. Своєчасні поставки настільних ігор, електронних ігор та аксесуарів.	

Сформовано автором за даними [8]

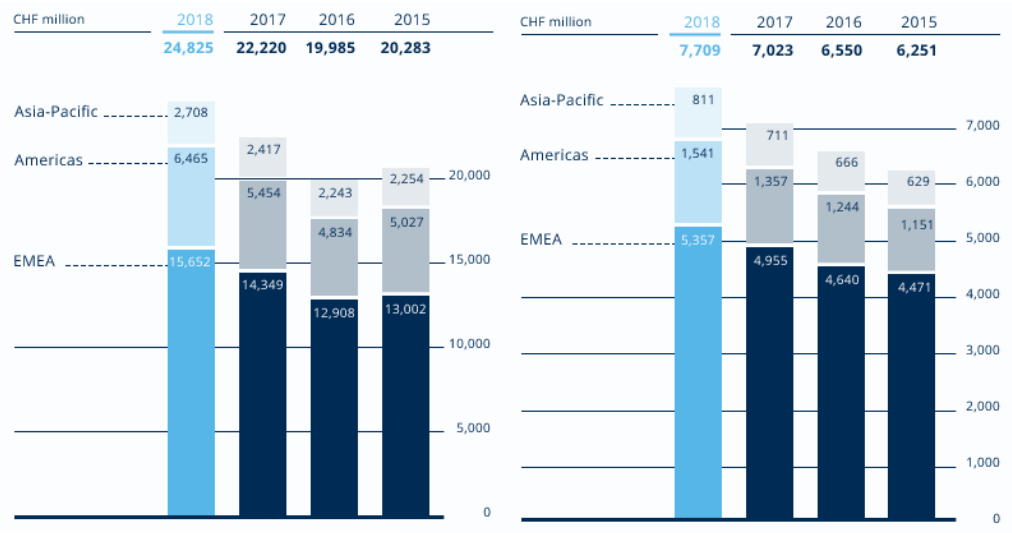


Рис. 1. Регіональний оборот та регіональний валовий прибуток Kuehne+Nagel [8]

у царині меблів, світильників та обладнання. За останні десять років компанією в 20 різних країнах обладнано кілька тисяч номерів [8].

Унікальний портфель послуг Kuehne+Nagel включає: світильники, меблі та обладнання (FF&E), управління та експертизу логістики (LM&E), експлуатаційні матеріали та обладнання (OS&E), будівельні матеріали та обладнання (BM&E), ігрові товари та обладнання (GS&E) (табл. 1).

У 2018 р. оборот компанії Kuehne+Nagel становив 24,825 млн швейцарських франків (CHF), що на 11,7% або 2 605 млн швейцарських франків (CHF) більше порівняно з попереднім роком (рис. 1). Зростання товарообігу було зумовлене значним зростанням обсягів у всіх підрозділах та регіонах. Валовий прибуток Kuehne+Nagel у 2018 р. досяг 7 709 млн CHF, що на 9,8%, або на 686 млн CHF більше порівняно з попереднім роком. З регіонального погляду, у 2018 р. збільшення валового прибутку спостерігалося у Європі, Близькому Сході, Середній Азії та Африці – «EMEA», (8,1%), Америці (13,6%) та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (14,1%).

Kuehne+Nagel працює і в Україні з 1992 р. з приблизно 450 співробітниками на 10 локаціях. Сильна ринкова позиція компанії полягає у морському перевезенні, авіаперевезенні, автомобільному перевезенні та контрактній логістиці, які чітко сфокусовані на наданні IT-послуг з управління логістикою та управління постачанням. Kuehne + Nagel розробляє і здійснює логістичні рішення «під ключ» для будівельних проектів готельно-ресторанної сфери і казино.

Сервіси Kuehne+Nagel мають такі переваги:

– аналіз попиту і планування;

– прогнозування транспортних витрат;

– своєчасні поставки вантажу прямо до круїзного корабля;

– покращений робочий процес обробки рахунків;

– повна видимість, моніторинг і звітність з використанням програми KN Login;

– зворотна логістика;

– рефрижераторні і температурні вантажоперевезення [8].

Також вагома роль на міжнародній арені готельно-ресторанного бізнесу належить іншим постачальникам: 3PL Links, Beltmann Integrated Logistics, Turn Key Hospitality Solutions, and Safeway Logistics.

На основі проведеного дослідження діяльності основних логістичних компаній світу можемо виділити таку сегментацію за типом послуг ринку логістики готелів та ресторанів:

– меблі, світильники та обладнання (FF&E);

– експлуатаційні матеріали та обладнання (OS&E);

– ігрові приналежності та обладнання (GS&E).

Тип послуг FF&E займає основну частку на ринку логістики гостинності завдяки функціональній важливості меблів, світильників чи іншого обладнання в готелі. Логістика FF&E включає внутрішнє оздоблення всього готелю.

Ринок логістики готелів географічно сегментований на Америку (Північна Америка, Південна Америка), Європу (Східна Європа, Західна Європа), Азіатсько-Тихоокеанський регіон (Індія, Китай, Японія, Нова Зеландія та Австралія), Близький Схід (ОАЕ, Саудівська Аравія та Катар) та Африку (Південна Африка). В усьому світі Північна Америка може становити значну частку ринку логістики готелів і, за оцінками, лідирує на загальному ринку в наступні роки. Причиною загального зростання ринку може бути зростаючий туризм та різноманітні зручності та послуги, пропоновані готелями. США є основним споживачем готельної логістики в цьому регіоні. Американський континент став основним доходом на ринку логістики готелів завдяки зростанню готельної індустрії в США. Високі показники завантаження, середні

денні тарифи та дохід за номер аргументують, що США найбільше сприяє ринку логістики готелів [9].

Європа та Азіатсько-Тихоокеанський регіон також мають позитивний вплив на майбутнє зростання. Європа є другим за величиною регіоном зі значною часткою ринку. Однак, за прогнозами, Азіатсько-Тихоокеанський регіон зростає найшвидшими темпами. Країни, що розвиваються, як Індія та Китай, є основними споживачами готельної логістики в цьому регіоні.

Висновки з проведеного дослідження. Основними гравцями ринку логістики готелів є Crown Worldwide, DB Schenker, Kuehne + Nagel, TIBA, UPS, UniGroup Logistics. Очікується, що глобальний ринок готельної логістики виросте на 3,02% протягом 2018–2022 р., оскільки масштаби його застосування значно збільшуються по всьому світі. Готельна логістика передбачає задоволення потреб індустрії гостинності, що охоплює всебічний спектр логістики та послуг із доданою вартістю для казино, готелів, конференц-центрів та низки інших. Логістичні провайдери дають змогу покладатися на єдину контактну точку для вирішення всіх потреб, використовувати глобальне покриття та місцеву присутність, покращувати процес ланцюга поставок та ефективно відстежувати всі поставки.

Факторами, які відіграють основну роль у зростанні ринку логістики готелів, є зростаючий попит на професійні послуги з логістики готелів, зростання туристичних компаній та зростаюча роль готельного господарства по всьому світі. Ринок логістики готелів сегментований на основі типу послуг: ігрові приналежності та обладнання (GS&E), меблі, світильники та обладнання (FF&E), а також експлуатаційні приладдя та обладнання (OS&E).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бачо Р.Й., Пойда-Носик Н.Н., Січка І.І. Інвестиції в туристично-рекреаційну галузь України: теорія та практика регулювання: монографія. – Ужгород: Видавництво ФОП Бреза А.Е., 2014. 208 с.

2. Грабар М.В. Категоризація готелів в Україні: регіональний аспект. Економіка. Фінанси. Право. Щомісячний інформаційно-аналітичний журнал. 2018. № 4. С. 40–44.

3. Расулова А.М. Логістичне управління підприємствами ресторанного господарства. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 16. С. 74–79.

4. Смирнов І.Г. Логістика готельних послуг як складник логістики туризму. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. 2009. № 13. С. 316–323.

5. Чайка Т.Ю., Стригуль Л.С., Александрова В.О. Застосування статистичного аналізу Text Mining при уточненні і стандартизації визначення логістики готельно-ресторанного бізнесу. Економічний аналіз. Тернопіль, 2018. Том 28. № 3. С. 123–133.

6. Crown Worldwide URL: https://www.crownworldwide.com/en-us (дата звернення: 03.01. 2020).

7. DB Schenker Hotel Logistics URL: https://www.dbschenker.com/global/products/special-products/hotel-logistics (дата звернення: 23.01. 2020).

8. Kuehne+Nagel URL: https://home.kuehne-nagel.com/?no_mobile=1 (дата звернення: 29.01. 2020).

9. Hotel Logistics Market Growth by Top Companies, Trends by Types and Application, Forecast to 2026 URL: https://newsparent.com/hotel-logistics-market-growth-by-top-companies-trends-by-types-and-application-forecast-to-2026/ (дата звернення: 02.02. 2020).

10. Odoom Clement K. Logistics and Supply Chain Management in the Hotel Industry: Impact on Hotel Performance In Service Delivery (2012). UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. P. 42.

REFERENCES:

1. Bacho R.Y., Poida-Nosyk N.N., Sichka I.I. (2014) Investytsii v turystychno-rekreatsiinu haluz Ukrainy: teoriia ta praktyka rehuliuvannia [Investments in the tourism and recreational industry of Ukraine: theory and practice of regulation] Uzhhorod: Vydavnytstvo FOP Breza A.E. (in Ukrainian).

2. Hrabar M.V. (2018) Katehoryzatsiia hoteliv v Ukraini: rehionalnyi aspekt. [Categorization of hotels in Ukraine: regional aspects] Ekonomika. Finansy. Pravo. Shhomisjachnyj informacijno-analitychnyj zhurnal. № 4. Pp. 40–44.

3. Rasulova, A.M. (2015). Logisty'chne upravlinnya pidpry'yemstvamy' restorannogo gospodarstva [Logistics management of restaurant enterprises]. Investments: practice and experience, 16, 74–79.

4. Smyrnov I.H. (2009) Lohistyka hotelnykh posluh yak skladnyk lohistyky turyzmu. [Hotel services logistics as a component of tourism logistics]. Visnyk DITB. Seriia: Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpryiemstvamy turystychnoi industrii ta turystychnoi haluzi v tsilomu. № 13. Pp. 316–323.

5. Chaika T.Yu., Stryhul L.S., Aleksandrova V.O. (2018) Zastosuvannia statystychnoho analizu Text Mining pry utochnenni i standartyzatsii vyznachennia lohistyky hotelno-restorannoho biznesu. [Application of statistical analysis of text mining at updating and standardization of determination of logistics of hotel restaurant business] Ekonomichnyi analiz. Vol. 28. № 3. Pp. 123–133.

6. Crown Worldwide URL: https://www.crownworldwide.com/en-us (accessed 03 January 2020).

7. DB Schenker Hotel Logistics Available at: https://www.dbschenker.com/global/products/special-products/hotel-logistics (accessed 23 January 2020).

8. Kuehne+Nagel Available at: https://home.kuehne-nagel.com/?no_mobile=1 (accessed 29 January 2020).

9. Hotel Logistics Market Growth by Top Companies, Trends by Types and Application, Forecast to 2026 Available at: https://newsparent.com/hotel-logistics-market-growth-by-top-companies-trends-by-types-and-application-forecast-to-2026/ (дата звернення: 02.02. 2020) (accessed 02 February 2020).

10. Odoom Clement K. (2012) Logistics and Supply Chain Management in the Hotel Industry: Impact on Hotel Performance In Service Delivery. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ ТА ЗАГРОЗ

ECONOMIC SECURITY IN THE CONTEXT OF GLOBALIZING CHALLENGES AND THREATS

УДК 339.982
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-3

Чепеленко А.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємств та менеджменту
Навчально-науковий професійно-педагогічний інститут
Українська інженерно-педагогічна академія

Chepelenko Anzhelika
Ukrainian Engineering Pedagogics Academy

У статті досліджено сучасні тенденції забезпечення економічної безпеки в умовах стрімкої зміни глобальних можливостей та ризиків унаслідок неефективного та безвідповідального використання ресурсів. Детально розглянуто, як економічний розвиток, зміни клімату, урбанізація та зростання населення впливають на моделювання майбутнього глобального попиту на ресурси, а взаємозв'язок продовольчої, водної, енергетичної та екологічної криз визначає глобальні тенденції посилення великомасштабної вимушеної міграції. Результати дослідження доводять, що кількісні оцінки майбутнього впливу, хеджування ризиків та адаптація до змін у відповідних масштабах істотно впливатимуть на прийняття важливих державних рішень за певних кліматичних та соціально-економічних траєкторій розвитку країн в умовах невизначеності. Під час проведення дослідження використано методи абстрактно-логічного, системно-структурного, інституціонального та функціонального аналізу.

Ключові слова: *економічна безпека, глобальні ризики, глобальні можливості, економічні вигоди, екологічна безпека, ресурси, економічний розвиток.*

В статье исследованы современные тенденции обеспечения экономической безопасности в условиях стремительного изменения глобальных возможностей и рисков вследствие неэффективного и безответственного использования ресурсов. Детально рассмотрено влияние экономического развития, изменения климата, урбанизации и роста населения на моделирование будущего глобального спроса на ресурсы, а взаимосвязь продовольственного, водного, энергетического и экологического кризисов определяет глобальные тенденции усиления крупномасштабной вынужденной миграции. Результаты исследования показывают, что количественные оценки будущего влияния, хеджирование рисков и адаптация к изменениям в соответствующих масштабах существенно влияют на принятие важных государственных решений при определенных климатических и социально-экономических траекториях развития стран в условиях неопределенности. При проведении исследования использованы методы абстрактно-логического, системно-структурного, институционального и функционального анализа.

Ключевые слова: *экономическая безопасность, глобальные риски, глобальные возможности, экономические выгоды, экологическая безопасность, ресурсы, экономическое развитие.*

The article investigations current trends in economic security in a context of rapid change in global opportunities and risks due to inefficient and irresponsible use of resources. Considered in detail as economic development, climate change, urbanization and population growth, they influence the modelling of future global demand for resources, and the interrelationship of food, water, energy and environmental crises determines the global trends for large-scale forced migration. The article points out that recent years' research has shown significant changes in the level and structure of global threats, and the magnitude and dynamics of crisis phenomena make us take a fresh look at the processes that are taking place in today's global world that are relevant both in the short and long perspective.The list of major likely global threats, according to the World Economic Forum, indicates that the conflict between economic growth and environmental protection is becoming increasingly widespread. In this context, deepening understanding of the economic and social trade-offs of investing in the conservation of natural resources and renewable energy sources will enable economic development, while understanding the value of the ecosystem, to ensure not only economic growth but also sustainability. The article also states that society and stakeholders in the business, policy and finance fields need to look for opportunities to prevent natural hazards through multilateral cooperation. The widening economic gap in the development of countries, the uneven and contradictory interests of participants in international economic relations create conditions for economic pressure from one country to another and therefore pose a threat to the economic security of states. The results of the study show that quantitative assessments of future impact, hedging risks and adapting to changes at an appropriate scale will significantly influence important government decisions in certain climatic and socio-economic trajectories of uncertainty. During the research methods of abstract-logical, system-structural, institutional and functional analysis were used.

Key words: *economic security, global risks, global opportunities, economic benefits, environmental security, resources, economic development.*

Постановка проблеми. Останнім часом визначення балансу між економічним розвитком та економічною безпекою є найбільш важливою глобальною проблемою.

У зв'язку з тим, що за останнє десятиріччя значно підвищився рівень та змінилася структура глобальних загроз, виникає необхідність розглядати процеси, масштаби й динаміку кризових явищ з урахуванням чинника природних загроз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Задоволення потреби в безпеці в різні історичні епохи визначалося рівнем загального економічного та політичного розвитку держав, а в умовах глобалізації безпека набуває нових форм і стає пріоритетом., що підтверджує аксіому, сформульовану в 2005 р. Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном, який зазначав, що неможливо забезпечити розвиток, не забезпечивши безпеки, та неможливо забезпечити безпеку, не забезпечивши розвиток [1].

Дослідження Глобальної комісії з економіки та клімату [2] дає підстави стверджувати, що сучасне економічне зростання й раціональне використання природних ресурсів є взаємозалежними тенденціями, націленими на отримання додаткових економічних вигід. Також дослідження Організації Об'єднаних націй Global opportunity 2019 наводить аналіз досвіду компаній, які перетворили кліматичні ризики на кліматичні можливості [3].

Результати дослідження Global Risks 2020 Світового економічного форуму свідчать про конфлікт між економічним зростанням й охороною навколишнього середовища [4].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій забезпечення економічної безпеки в умовах стрімкої зміни глобальних можливостей та ризиків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобальна економіка залежать від наявності природних ресурсів і здорових екосистем та відкриває величезні можливості, проте її переваги розподіляються нерівномірно.

Дослідження останніх років свідчать про значні зміни рівня та структури глобальних загроз, а масштаби й динаміка кризових явищ змушують по-новому поглянути на процеси, які відбуваються у сучасному глобальному світі та які є актуальними як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

Список основних імовірних глобальних загроз, за даними Світового економічного форуму, свідчить, що конфлікт між економічним зростанням і охороною навколишнього середовища стає все більш наявним (рис. 1).

Якщо за період 2007–2010 рр. переважну більшість загроз становили економічні (економічна експансія та уповільнення темпів розвитку економіки Китаю (<6%), колапс фондового ринку, різкі зміни ціни на нафту та газ, стійкі фінансові дисбаланси, безробіття та неповна занятість), то з 2011 р. основними світовими загрозами стали природні, геополітичні та соціальні; з 2016 р. 65% – природні, а за прогнозами на 2020 р. ймовірні природні загрози становитимуть 100% основних загроз.

Згідно з дослідженнями Global opportunity [3], у 2017 р. істотними були такі ризики, як деградація виснаження ґрунтового покрову, зростаюча нерівність, зміна клімату, нестабільні регіони та кіберзагрози, у 2019 р. – ризики зростаючого споживання (глобальні витрати продовольчого сектору становлять 2,6 трлн дол. США на рік, включаючи екологічні витрати (700 млрд дол. США) та соціальні витрати на рівні 900 млрд дол. США), тому без радикальних змін існуючої системи харчування та сільського господарства вартість біорізноманіття та шкода, заподіяна екосистемі, може становитиме 18% глобального обсягу виробництва до 2050 р. порівняно з 3,1%, у 2008 р. Також у звіті зазначається, що третина продуктів, які виробляються, є невикористаними або пропали.

Глобальні загрози пов'язані між собою та мають системні наслідки як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі, найбільш актуальними з яких є загрози, пов'язані з екологічними тенденціями, а саме: водні кризи, помилки адаптації до зміни клімату, продовольчі кризи, втрата біорізноманіття та екосистемне руйнування і, як наслідок, економічна та соціальна нестабільність.

Швидко зростаюче населення, урбанізація (міграція) та зникаючий середній клас стимулюють зростання споживання й попиту на воду у світі. Сучасні дослідження [5] підтверджують, що сьогодні 33 країни стикаються з надзвичайно високим рівнем водного стресу, а такі країни, як Чилі, Естонія, Намібія і Ботсвана, можуть зіткнутися з особливо значним збільшенням водного стресу до 2040 р.

Чотирнадцять із 33 країн знаходяться на Близькому Сході, у тому числі дев'ять із них (Бахрейн, Кувейт, Палестина, Катар, Об'єднані Арабські Емірати, Ізраїль, Саудівська Аравія, Оман і Ліван) мають надзвичайно високий рівень водного стресу у світі й значною мірою спираючись на використання підземних вод та опріснення морської води, можуть зіткнутися з винятковими проблемами в майбутньому.

Засуха й нестача води в Сирії також сприяли загостренню економічної ситуації, наслідком якої стала громадянська війна (2011 р.) [6]. Виснаження водних ресурсів і хронічна безгосподарність стали

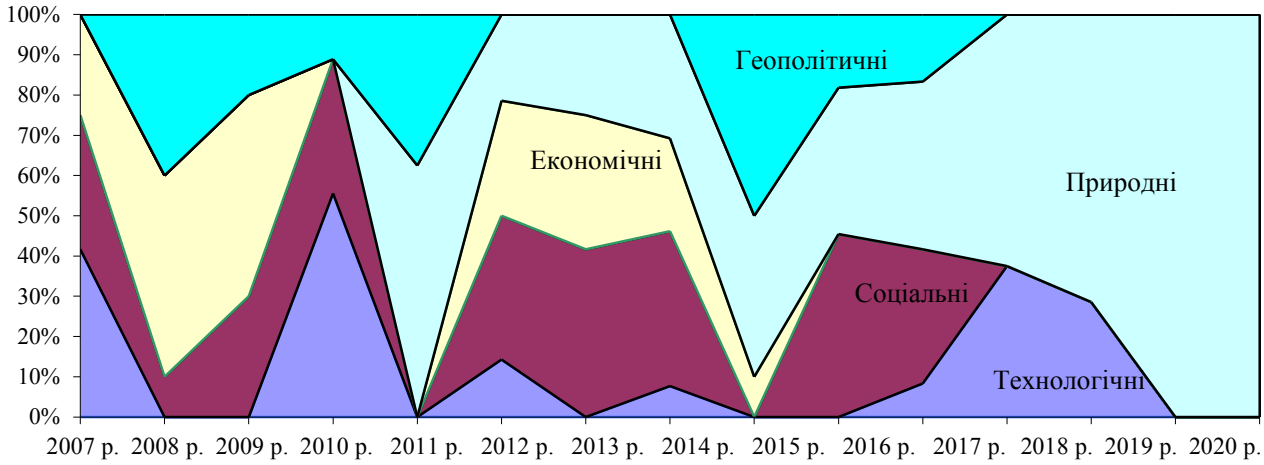


Рис. 1. Основні ймовірні глобальні загрози 2007–2020 рр.

Джерело: складено за [4]

причиною урбанізації 1,5 млн осіб (у першу чергу фермерів та пастухів) та збільшення загальної дестабілізації в Сирії, що стало однією з причин міграційної кризи 2015 р.

Проблема обмеженості водних ресурсів є важливим аспектом багаторічного конфлікту між Палестиною та Ізраїлем [7], повною залежністю Саудівської Аравії до 2016 р. від імпорту зерна, поширення діареї та малярії в Ємені, оскільки 80% населення країни мають обмежений доступ до чистої води [8].

Глобальні загрози є невизначеними подіями й можуть викликати значний негативний вплив на країни та галузі протягом наступних років (табл. 1).

За прогнозами Інституту світових ресурсів, до 2040 р. обмеженість водних ресурсів стане проблемою найбільших економік світу (США, Китай та Індія), особливо на південному заході США та Нінся-Хуейського автономного району в Китаї (до 40% і 70% відповідно) [9].

До того ж Національна рада розвідки США [10] повідомляє про те, що проблеми виснаження водних ресурсів стануть ключовими для країн Північної Африки та Близького Сходу, посилюючи ризики нестабільності й неспроможності держав.

Останні дослідження Міжурядової групи експертів з клімату представили майбутнє соціально-економічних та кліматичних змін (водного стресу) для трьох періодів часу (2020 р., 2030 р. та 2040 р.) з урахуванням 36 наборів даних, де водний стрес визначається як відношення між загальним водозабором і доступною відновлюваною поверхнею

Таблиця 1

Прогнозні показники глобальних загроз 2025 р.

Загальні глобальні загрози	Глобальні загрози		
	Економічні	Екологічні	Соціальні
	(збільшення ймовірності загрози)		
2015 р.	2025 р.	2025 р.	2025 р.
Водні кризи	Втрата крупного фінансового механізму (24,3%)	Помилки адаптації до зміни клімату (6,5%)	Швидке і масове розповсюдження інфекційних хвороб (20,2%)
Поширення інфекційних захворювань	Некерована інфляція (23,8%)	Техногенні екологічні катастрофи (6,5%)	Продовольча криза (16,6%)
Помилки адаптації до зміни клімату	Фіскальні кризи (20,4%)	Втрата біорізноманіття та екосистемне руйнування (4,0%)	Помилки градобудівництва (11,3%)
Енергетичний ціновий шок	Енергетичний ціновий шок (20,2%)	Природні катастрофи (3,6%)	Водні кризи (4,2%)
Небезпечні інфраструктурні порушення	Завищення вартості активів (10,9%)	Екстремальні погодні явища (2,5%)	Глибока соціальна нестабільність (3,3%)
Фіскальні кризи	Дефляція (10,6%)		Масштабна вимушена міграція (2,5%)
Безробіття або неповна зайнятість	Безробіття та неповна зайнятість (5,7%)		
Втрата біорізноманіття та екосистемне руйнування	Збій великих інфраструктурних мереж (5,2%)		

Джерело: складено за [4]

Таблиця 2

Рівні водного стресу найбільш уразливих країн

Країна	2010 р.	2020 р.	2030 р.	2040р.
Ботсвана	1,48	1,97	2,4	3,0
	Низький-середній		Середній-високий	
Чилі	2,89	3,69	4,09	4,45
	Середній-високий	Високий	Неймовірно високий	
Естонія	1,59	2,96	3,46	3,91
	Низький-середній	Середній-високий	Високий	
Намібія	1,74	2,40	2,61	3,18
	Низький-середній	Середній-високий		Високий

Джерело: складено за [5; 11]

води на рівні субводозбору. Вищі бали відповідають посиленню конкуренції між водокористувачами по відношенню до наявної поверхні води та додатково розділені на три сектори (сільське господарство, домогосподарства та промислове виробництво), що дає змогу вимірювати експозицію кожного сектору до водного стресу.

Стосовно питань змін клімату Міжурядова група експертів зазначає, що екстремальні погодні умови в продовольчих регіонах є причиною зростання цін та припускає, що Національна розвідувальна рада США, дослідивши взаємозв'язок продовольчої, водної, енергетичної та екологічної криз, визначає глобальні тенденції посилення великомасштабної вимушеної міграції [11].

Інститут світових ресурсів представив сценарії розвитку стану водних ресурсів у розрізі секторів (сільське господарство, домашні господарства та промисловість) [11], які дають змогу побачити майбутні тенденції скорочення сільського господарства на національному рівні та запобігти приховуванню або усередненню ризиків майбутнього водного стресу в масштабах усієї країни [5], що є корисним, наприклад, для міжнародних комерційних банків, які залежать від національних показників для оцінки ризику та агрегованих рейтингів. Але проблемою є невизначеність прогнозних моделей, бо майбутні кліматичні умови та закономірності розвитку в сучасних умовах досить важко передбачити, бо водний стрес залежить від комбінації чинників (табл. 2).

Чилі, наприклад, за прогнозами, може перейти від середньо-високого рівня водного стресу в 2010 р. до надзвичайно високого рівня стресу в 2040 р. та є однією з країн, яка з високою ймовірністю стикнеться зі зменшенням водопостачання від комбінованого впливу підвищення температури в критичних областях та мінливої кількості опадів. Ботсвана й Намібія також уразливі до зміни клімату, їхні запаси води обмежені та високим є ризик від повеней й посух, а вплив зміни клімату на погодні умови та опади може скоротити врожайність до 25% у світі [12].

Багато країн, такі як Бразилія, Китай, США, мають значні регіональні відмінності, стикаються з обмеженнями в спробі спростити складну інформацію, таку як просторові й тимчасові варіації, не враховують світову структуру управління водними ресурсами та інвестування (Сінгапур має максимальний бал від 5,0 за всіма прогнозами та сценаріями, але ефективно управляє водними ресурсами).

Важливо відзначити невизначеність в оцінці майбутніх умов, пов'язаних зі зміною клімату, вподобань населення у майбутньому та господарських тенденцій попиту на воду, тому майбутні сценарії розвитку стану водних ресурсів у розрізі секторів визначаються спільними глобальними ефектами, а не їхнім впливом на конкретні країни, тому динаміка рівня водного стресу від 3,9 до 4,5 бали вказує на більш значне збільшення, ніж від 1,9 до 2,5 бали. До того ж глобальні потреби води, за прогнозами Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO), до 2030 р. зростуть на 40% [12]. Це стосується сільського господарства, яке у середньому споживає 70% від загального обсягу водних ресурсів. Згідно з даними Світового банку, до 2030 р. очікується (у зв'язку зі зростанням населення, яке не змінює звички харчування) збільшення виробництва продуктів харчування до 50%.

Водночас витрати, пов'язані з неефективним використанням ресурсів, продовжують зростати: приблизно 7 млн осіб щорічно вмирають від забруднення повітря; вплив забруднення повітря в Китаї на здоров'я оцінюється в понад 10% від ВВП; вартість пом'якшення наслідків зміни клімату в США з кожним десятиліттям збільшується на 40% [13].

У зв'язку із цим на Саміті кліматичних дій 2019 р. було наголошено на узгодженості національних політичних амбіцій та реальної економічної політики та додатково було визначено необхідність формування довгострокової стратегії пом'якшення наслідків зміни клімату, залучення молоді та мобілізації громадськості до реалізації заходів із подолання змін клімату та посилення стратегій адаптації до змін клімату [14].

Європейський Союз також ініціював проєкт EU4Climate, спрямований на підтримку країн Східного партнерства (Вірменії, Азербайджану, Білорусі, Грузії, Республіки Молдова та України) у створенні та впровадженні кліматичних політик (відповідно до Паризької кліматичної угоди, угод про асоціацію та партнерство з ЄС, політичної ініціативи Східного партнерства «20 ключових завдань на період до 2020 року» (зокрема, результатів 15 та 16, які стосуються кліматичних змін) та Порядку денного ООН у сфері сталого розвитку до 2030 р. (зокрема, ціль сталого розвитку 13 «Боротьба зі зміною клімату»)) [15]. Для України проєкт EU4Climate (у розмірі 1,13 млн євро на період з 2019–2022 рр.) надає можливість фінансування заходів щодо скорочення національних викидів та адаптації до впливу кліматичних змін.

Стійкий технологічний прогрес і державна політика є джерелом великих можливостей та економічних вигід, тому в умовах глобальних економічних процесів Україна повинна не тільки реалістично оцінювати свій ресурсний потенціал, а й уміти ним ефективно управляти, використовуючи сучасні методи актуалізації ресурсів, націлених на низьковуглецеву енергетику, припинення збезлісення та відновлення земельних ресурсів, розширення наукових досліджень із розроблення й упровадження екологічно чистих технологій та процесів, розвиток міст.

01.01.2020 набув чинності Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року», метою якого є вжиття термінових заходів щодо збереження довкілля, бо протягом тривалого часу економічний розвиток держави супроводжувався незбалансованою експлуатацією природних ресурсів, низькою пріоритетністю питань захисту довкілля, що унеможливлювало досягнення збалансованого (сталого) розвитку [16].

Таким чином, поглиблення розуміння економічних та соціальних компромісів інвестування в охорону природних ресурсів та поновлювані джерела енергії дасть можливість економічного розвитку, а розуміючи цінність екосистеми, забезпечити не тільки економічне зростання, а й сталість.

Посилення економічного розриву в розвитку країн, нерівномірність і суперечливість інтересів учасників міжнародних економічних відносин створюють умови для економічного тиску одних країн на інші, тому створюють загрози економічній безпеці держав.

Безумовно, у сучасних умовах особливу роль відіграють зовнішні загрози, тому спектр загроз, з якими доводиться стикатися суб'єктам економічних відносин в умовах глобалізації, значний, до того ж активізацію загроз безпеці суб'єктів глобалізаційних процесів посилюють макроекономічні деформації (встановлення контролю кримінальних структур над окремими галузями економіки, корумпованість у державних органах управління, криміналізація національного бізнесу, загострення й невизначеність соціальних проблем (низький рівень доходів населення, безробіття, плинність кадрів, правовий нігілізм тощо), неготовність вітчизняного бізнесу правовими методами забезпечувати захист власної безпеки).

Висновки з проведеного дослідження. Включаючись у процеси глобалізації, Україна повинна не тільки реалістично оцінювати свій ресурсний потенціал, а й уміти ним керувати. Сьогодні потрібні нові методи актуалізації ресурсів, тому все більш явною стає необхідність розроблення державної ресурсної політики, яка покликана забезпечити конкурентоспроможність України як держави, національної економіки, її окремих галузей, вітчизняних приватних компаній, інноваційних систем у глобальному світі, що є однією з головних передумов економічної безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Additional Secretary-General of the UN «With Greater Freedom: Until Development, Safety and Human Rights for All» / UN Document A 59/2005. URL : https://www.ohchr.org/Documents/Publications/A.59.2005.Add.3.pdf (дата звернення: 18.02.2020).

2. Unlocking the inclusive growth story of the 21st century : acceleration climate action in urgent times. The 2018 New Climate Economy Report / New Climate Economy. URL: https://newclimateeconomy.report/2018/wp-content/uploads/sites/6/2018/09/NCE_2018_ExecutiveSummary_FINAL.pdf (дата звернення: 14.02.2020).

3. Global Opportunity Report 2019. URL : https://goexplorer.org/wp-content/uploads/GOE_2019_Insights.pdf (дата звернення: 28.02.2020).

4. Global Risks 2020, 15th Edition is published by the World Economic Forum / World Economic Forum. Geneva, 2020. URL : http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf (дата звернення: 28.02.2020).

5. Luo T., Young R., Reig P. 2015. Aqueduct Projected Water Stress Country Rankings. Technical Note. Washington, D.C.: World Resources Institute. URL : https://www.wri.org/publication/aqueduct-projected-water-stress-country-rankings (дата звернення: 28.02.2020).

6. Food security and food production systems / J.R. Porter et al. Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Part A: Global and Sectoral Aspects. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA, 2014. P. 485–533.

7. Asser M. Obstacles to Arab-Israeli peace: Water / BBC, September 2010. URL : http://www.bbc.com/news/world-middle-east-11101797 (дата звернення: 12.02.2020).

8. Cousins S. Options drying up for water-depleted Yemen / Nature Middle East, August 2015. URL : https://www.natureasia.com/en/nmiddleeast/article/10.1038/nmiddleeast.2015.137 (дата звернення: 21.02.2020).

9. Gassert F. Aqueduct Water Stress Projections: Decadal Projections of Water Supply and Demand Using CMIP5 GCMs / World Resources Institute, June 2015. URL : https://www.wri.org/publication/aqueduct-water-stress-projections-decadal-projections-water-supply-and-demand-using (дата звернення: 09.02.2020).

10. Intelligence Community Assessment on Global Water Security / U.S. Department of State. – ICA 2012-08, 2 February 2012 This is an IC-coordinated paper. URL : http://www.dni.gov/files/documents/Special%20Report_ICA%20Global%20Water%20Security.pdf (дата звернення: 21.02.2020).

11. Maddocks A., Young R.S., Relg P. Ranking the World's Most Water-Stressed Countries in 2040 / World Resources Institute, August 2015. URL : http://www.wri.org/blog/2015/08/ranking-world%E2%80%99s-most-water-stressed-countries-2040 (дата звернення: 21.02.2020).

12. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Aquastat. URL : http://www.fao.org/nr/water/aquastat/water_use/index.stm (дата звернення: 21.02.2020).

13. 2030 Water Resources Group. URL : http://www.2030wrg.org/ (дата звернення: 24.02.2020).

14. Report of the Secretary-General on the 2019 climate action Summit and the way forward in 2020 / Climate Action Summit 2019 UN. URL : https://www.un.org/en/climatechange/reports.shtml (дата звернення: 16.02.2020).

15. EU4Climate. URL : https://www.euneighbours.eu/en/east/stay-informed/projects/eu4climate (дата звернення: 24.02.2020).

16. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року : Закон України № 2697–VIII від 28.02.2019. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19 (дата звернення: 28.02.2020).

17. Чепеленко А.М. Международная безопасность как основа экономической и экологической стабильности. *Zbiór raportów naukowych. Science – od teorii do praktyki.* (29.03.2013 – 31.03.2013). Sopot : Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2013. S. 38–42.

18. Чепеленко А.М. Екологічна безпека як основний пріоритет сталого розвитку економіки і міжнародної безпеки. *Вісник Донецького університету економіки та права*. 2013. № 2. С. 40–45.

REFERENCES:

1. Additional Secretary-General of the UN “With Greater Freedom: Until Development, Safety and Human Rights for All”. (2005) *UN Document A / 59/2005*. Available at: https://www.ohchr.org/Documents/Publications/A.59.2005.Add.3.pdf (accessed 18 February 2020).

2. Unlocking the inclusive growth story of the 21st century : acceleration climate action in urgent times. The 2018 New Climate Economy Report (2018) *New Climate Economy*. Available at: https://newclimateeconomy.report/2018/wp-content/uploads/sites/6/2018/09/NCE_2018_ExecutiveSummary_FINAL.pdf (accessed 14 February 2020).

3. Global Opportunity Report 2019 (2019) *United National*. Available at: https://goexplorer.org/wp-content/uploads/GOE_2019_Insights.pdf (accessed 28 February 2020).

4. Global Risks 2020, 15th Edition is published by the World Economic Forum (2020) *World Economic Forum*. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf (accessed 28 February 2020).

5. Luo, T., R. Young, P. Reig. (2014) “Aqueduct Projected Water Stress Country Rankings.” Technical Note. Washington, D.C. World Resources Institute. Available at: https://www.wri.org/publication/aqueduct-projected-water-stress-country-rankings (accessed 28 February 2020).

6. Porter, J.R., L. Xie, A.J. Challinor, K. Cochrane, S.M. Howden, M.M. Iqbal, D.B. Lobell, and M.I. Travasso (2014) “Food security and food production systems”. Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Part A: Global and Sectoral Aspects. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Field, C.B., V.R. Barros, D.J. Dokken, K.J. Mach, M.D. Mastrandrea, T.E. Bilir, M. Chatterjee, K.L. Ebi, Y.O. Estrada, R.C. Genova, B. Girma, E.S. Kissel, A.N. Levy, S. MacCracken, P.R. Mastrandrea, and L.L.White (eds.)]. Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA, pp. 485-533.

7. Asser M. Obstacles to Arab-Israeli peace: Water. (2010) *BBC*. Available at: http://www.bbc.com/news/world-middle-east-11101797 (accessed 12 February 2020).

8. Cousins S. (2015) Options drying up for water-depleted Yemen / *Nature Middle East.* Available at: http://www.natureasia.com/en/nmiddleeast/article/10.1038/nmiddleeast.2015.137 (accessed 21 February 2020).

9. Gassert F. (2015) Aqueduct Water Stress Projections: Decadal Projections of Water Supply and Demand Using CMIP5 GCMs. *World Resources Institute*. Available at: http://www.wri.org/publication/aqueduct-water-stress-projections-decadal-projections-water-supply-and-demand-using (accessed 9 February 2020).

10. Intelligence Community Assessment on Global Water Security (2012) *U.S. Department of State* ICA 2012-08, 2 February 2012 This is an IC-coordinated paper. Available at: http://www.dni.gov/files/documents/Special%20Report_ICA%20Global%20Water%20Security.pdf (accessed 21 February 2020).

11. Maddocks A., Young R.S., Relg P. Ranking the World’s Most Water-Stressed Countries in 2040 (2015) *World Resources Institute*. Available at: http://www.wri.org/blog/2015/08/ranking-world%E2%80%99s-most-water-stressed-countries-2040 (accessed 21 February 2020).

12. Food and Agriculture Organization of the United Nations (2020) Aquastat. – URL: http://www.fao.org/nr/water/aquastat/water_use/index.stm (accessed 21 February 2020).

13. 2030 Water Resources Group. – URL: http://www.2030wrg.org/ (accessed 24 February 2020).

14. Report of the Secretary-General on the 2019 climate action Summit and the way forward in 2020 (2020) *Climate Action Summit 2019 UN*. Available at: https://www.un.org/en/climatechange/reports.shtml (accessed 16 February 2020).

15. EU4Climate. (2020) Available at: https://www.euneighbours.eu/en/east/stay-informed/projects/eu4climate (accessed 24 February 2020).

16. Pro Osnovni zasady’ (strategiyu) derzhavnoyi ekologichnoyi polity’ky’ Ukrayiny’ na period do 2030 roku [On the Fundamental Principles (Strategy) of the State Environmental Policy of Ukraine for the Period up to 2030] (2019) *Zakon Ukrayiny’* # 2697 – VIII vid 28.02.2019 r. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19 (accessed 28 February 2020).

17. Chepelenko A.M. (2013) Mezhdunarodnaya bezopasnost’ kak osnova эkonomy’cheskoj y’ эkology’cheskoj staby’l’nosty’ [International Security as the Basis for Economic and Environmental Stability] / A.M. Chepelenko *Zbiór raportów naukowych. „Science – od teorii do praktyki”*. (29.03.2013 – 31.03.2013) – Sopot: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2013. 84 str. (S. 38-42).

18. Chepelenko A.M. (2013) Ekologichna bezpeka yak osnovny’j priory’tet stalogo rozvy’tku ekonomiky’ i mizhnarodnoyi bezpeky’ [Ecological security as the main priority of sustainable development of economy and international security] / A.M. Chepelenko // *Visny’k Donecz’kogo universy’tetu ekonomiky’ ta prava*. 2013. No 2. S. 40-45.

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

СОЦІАЛЬНА ІНФРАСТРУКТУРА УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

SOCIAL INFRASTRUCTURE OF UKRAINE: CURRENT TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

УДК 332.1:338.49
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-4

Андрусів У.Я.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри теорії економіки та управління
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Andrusiv Uliana
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

У статті доведено, що основою соціального захисту населення є розвиток соціальної інфраструктури. Обґрунтовано, що соціальна інфраструктура є сукупністю галузей та видів діяльності, які сприяють реалізації особистих і суспільних потреб шляхом надання різних послуг. Визначено функції, які повинні враховувати цілі соціального та економічного розвитку суспільства, зокрема, найбільш значущими є: створення умов для оптимізації демографічних процесів, відтворення робочої сили, ефективне використання трудоресурсного потенціалу, покращення і збереження здоров'я населення, вирішення житлових проблем, підвищення якості життя, рівня добробуту. Запропоновано методику, яка дасть змогу забезпечити системний аналіз регіонального соціального розвитку на концептуальному рівні та представлятиме результати в ієрархічній формі. Зроблено прогноз інтегрального показника розвитку соціальної інфраструктури України та Івано-Франківської області до 2023 року, результати якого є невтішними для досліджуваних регіонів.

Ключові слова: *соціальна інфраструктура, розвиток, індекс соціальної інфраструктури, соціальне забезпечення.*

В статье доказано, что основой социальной защиты населения является развитие социальной инфраструктуры. Обосновано, что социальная инфраструктура представляет собой совокупность отраслей и видов деятельности, которые способствуют реализации личных и общественных потребностей путем предоставления различных услуг. Определены функции, которые должны учитывать цели социального и экономического развития общества, в частности, наиболее значимыми являются: создание условий для оптимизации демографических процессов, воспроизводства рабочей силы, эффективное использование трудоресурсного потенциала, улучшение и сохранение здоровья населения, решение жилищных проблем, повышение качества жизни, уровня благосостояния. Предложена методика, которая позволит обеспечить системный анализ регионального социального развития на концептуальном уровне и представлять результаты в иерархической форме. Сделан прогноз интегрального показателя развития социальной инфраструктуры Украины и Ивано-Франковской области до 2023 года, результаты которого неутешительны для исследуемых регионов.

Ключевые слова: *социальная инфраструктура, развитие, индекс социальной инфраструктуры, социальное обеспечение.*

The article deals with the main trends of social infrastructure development. It is proved that the basis of social protection of the population is social infrastructure, as a combination of industries and activities that contribute to the fulfillment of personal and social needs through the provision of various services. It is determined that in order to ensure the social and economic development of a society, it must perform various functions. The most significant are highlighted. They are: creating the conditions for optimizing demographic processes, reproduction of labor force, efficient use of resource potential, improving and preserving the health of the population, solving housing problems, improving the quality of life and living standards. The methods of calculating the integral index of social development and its hierarchical structure is proposed. It is established that first place in the hierarchical structure is occupied by indicators of demographic development and material well-being. At the second level are indicators of education and the labor market. At the third level are regional components. The fourth level deals with district components. The proposed integrated indicator of social development is based on indicators of the development of such areas as: health care, physical culture and sports, social security, housing and utilities, education and culture. This methodology will allow to provide a systematic analysis of social development both at the state and regional level at the conceptual level. The peculiarity is that its use will allow to present results in a hierarchical form. The main methods of research were: the method of scientific abstraction – for the theoretical generalization of the opinions of scientists regarding the subject; benchmarking – to find out the dynamics of social infrastructure components, statistical to quantify indicators, and tabular to summarize statistical information. The forecast of the integral index of development of social infrastructure of Ukraine and Ivano-Frankivsk region till 2023 is made. Forecast data indicate expectations of declining trends.

Key words: *social infrastructure, development, index social infrastructure, social security.*

Постановка проблеми. Основою соціального захисту населення є соціальна інфраструктура, яка відображає суспільні процеси і явища, забезпечує створення нормальних умов життєдіяльності населення. У своїй основі соціальна інфраструктура є сукупністю галузей та видів діяльності, які сприяють реалізації особистих і суспільних потреб шляхом надання різних послуг. Її функції підпорядковані цілям соціального та економічного розвитку суспільства, досягненню соціальної однорідності суспільства, всебічному гармонійному розвитку особистості. Серед цільових функцій найбільш значущими є: створення умов для оптимізації демографічних процесів, відтворення робочої сили, ефективне використання трудоресурсного потенціалу, покращення і збереження здоров'я населення, вирішення житлових проблем, підвищення якості життя, рівня добробуту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вітчизняних та зарубіжних науковців займаються дослідженням питання розвитку соціальної інфраструктури, зокрема, Heshmati [1] зосередили свою увагу на визначенні Індексу інфраструктури, який включає такі компоненти, як: споживання, культура, економіка, освіта, зайнятість, навколишнє середовище, фінанси, людський розвиток, охорона здоров'я, житло, соціальне забезпечення, соціальні послуги, технології, транспорт та комунальні послуги. Susanto [2] стверджують, що хороша доступність інфраструктури покращить зв'язок між регіонами, щоб потік товарів і послуг став більш ефективним. Для цього запропоновано прискорити розвиток інфраструктури через надання державних гарантій. Loggins [3] стверджують, що для того, щоб розвивалася країна, потрібно підтримувати на належному рівні соціальну інфраструктуру. Reznik [4] у своїй праці розглянули наслідки змін політики соціального забезпечення в контексті збільшення тривалості життя та диференціальної смертності. Top [5] стверджують, що державно-приватне партнерство відіграє важливу роль у сфері охорони здоровя Туруччини. Cruz [6] у своїй праці доводять, що економічний розвиток та соціальний добробут залежать від існування ефективних інфраструктурних систем. Ievdokymov [7] у своєму дослідженні довели, що соціальне забезпечення слід розглядати через призму соціального капіталу, оскільки це є обмежений реальний або потенційний ресурс соціальної взаємодії. Kinash [8] говорять, що розвиток інфраструктури країни сприяє покращенню соціальної інфраструктури. У дослідженні [9] акцентовано увагу на тому, що інвестиційна та інноваційна складові частини мають визначальний вплив на економічний розвиток регіонів України, що матиме позитивний вплив на соціальне забезпечення. Cherchata [10] довели, що від ефективності здійснення бізнес-процесів залежить напряму рівень добробуту соціального забезпечення країни. Праці зазначених вчених визначають основи соціального розвитку у світі та Україні, проте окремі питання, що стосуються соціального забезпечення України, потребують подальшого вивчення.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасних тенденцій та перспектив розвитку соціальної інфраструктури України. Основними завданнями для досягнення поставленої мети є:

– дослідити основні тенденції розвитку соціальної інфраструктури;

– сформувати систему показників для оцінки ефективності соціального розвитку;

– запропонувати методику розрахунку інтегрального показника соціального розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальну інфраструктуру варто розглядати у поєднанні форми і змісту, явища і сутності, загального і часткового. Якщо за формою соціальна інфраструктура є сукупністю підприємств різної власності і різних галузей, об'єднаних функцією виробництва послуг населенню, то за змістом вона є складною, масштабною, багаторівневою, ієрархічною системою, що включає елементи різного ступеня розвиненості та функціонального призначення. Як явище соціальна інфраструктура являє собою відповідний спосіб задоволення потреб населення у послугах, а по суті – це відношення з приводу задоволення потреб населення в особливому соціально-економічному продукті – послугах. Щодо її функціонального складу, то загальновідомо, що вона включає: житлово-комунальне господарство; комплекс споживчого ринку, побутове обслуговування, громадське харчування; підприємства й організації системи охорони здоров'я, освіти, науки; дошкільного виховання; пасажирський транспорт; підприємства, організації відпочинку; спортивно-оздоровчі заклади; інформаційні комунікації; систему закладів, що надають послуги правового і фінансово-кредитного характеру. Розвиток та ефективне функціонування об'єктів соціальної інфраструктури, їх доступність для населення є важливою умовою підвищення рівня і якості життя населення країни [3].

На розвитку господарської самостійності негативно позначається відсутність соціальної структури місцевих господарств. Сьогодні вони практично не в змозі здійснювати перехід на самоуправління, тому що фактично не є повноправними господарськими суб'єктами. Формально системи місцевого самоврядування одержали широкий розвиток. Проте аналіз їхньої діяльності показує, що інститути місцевого самоврядування, як правило, економічно малопотужні, а їхні можливості впливати на господарську і соціальну ситуацію на місцях дуже обмежені. Для реалізації своїх повноважень із соціального захисту населення місцеве самоврядування повинно мати власні ресурси у вигляді реального самостійного бюджету і муніципальної власності.

Аналіз соціальної інфраструктури передбачає порівняння деяких регіональних та загальнодержавних показників. Однак таке порівняння може дати лише загальну інформацію щодо положення регіону щодо загальної економічної ситуації в країні. Для більш глибокого аналізу існують певні показники, що характеризують рівень суспільного споживання, рівень особистого доходу та особистого споживання.

Загалом для оцінки ефективності соціального забезпечення можна використовувати такі показники, як: 1) дитяча смертність; 2) частка учнів школи, які навчаються у другу зміну; 3) забезпечення лікарні; 4) забезпечення лікарняного ліжка; 5) забезпечення житлом; 6) інвестиції в соціальну

сферу; 7) забезпечення місця у дитячих закладах; 8) середня зарплата працівників; 9) середня зарплата в аграрному секторі; 10) оборот роздрібної торгівлі на душу населення; 11) забезпечення автомобілем.

Показники 1, 2, 3, 4, 6, 7 характеризують рівень та якість споживання пільг із фондів соціального споживання, а саме рівень суспільного споживання; показники 8, 9, 10, 11 показують рівень індивідуального споживання. Показник 5 може використовуватися як показник рівня розвитку соціальної інфраструктури та рівня індивідуального споживання. Зі зростанням ринку житла, що обслуговує галузеві показники житла, медичне обслуговування стане більш характерним для індивідуального споживання, а не для суспільного споживання. Слід зазначити, що баланс особистого та суспільного споживання є однією з найважливіших характеристик регіонального розвитку як результат комплексу соціально-економічних характеристик. Аналіз показників розвитку матеріальної бази соціальної інфраструктури регіону проводиться в таких галузях, як: житлово-комунальні послуги; освіта та культура; охорона здоров'я, фізична культура та соціальне забезпечення. Для комплексного підвищення якості механізму соціального захисту в ієрархічній системі таксономічних одиниць, для обґрунтування подальших пріоритетів розвитку слід використовувати інтегровані показники, які чутливі до змін у просторі та часі і практично застосовні для використання у визначенні соціального розвитку.

Одним із можливих підходів більш всебічного характеру для розроблення методології обчислення інтегрального показника соціальної інфраструктури є використання узагальнених значень рівня соціальної ефективності. Він визначається шкалою, яка коливається від нуля (найменше) до 100% (найвище) [1 – 3].

$$I = \left[1 - \sum_{p=1}^{N} V_p \cdot \frac{Y_p^n - Y_p^j}{Y_p^n}\right] \cdot 100, \qquad (1)$$

де I – інтегральний показник соціальної ефективності;

V_p – «вага» показників;

Y_p^n – статутний (сертифікаційний) стан із погляду процесу;

Y_p^j – фактичний стан процесу відповідно до показника;

$\left[Y_p^n - Y_p^j\right]$ – відхилення фактичного від статутного стану.

Перевищення фактичного над встановленим статусом не вважається еквівалентним «0», щоб запобігти компенсаційному впливу інших негативних відхилень індикатора. Інтегрований синтетичний індекс зваженого сервісу використовується для оцінки рівня обслуговування для визначення ефективності соціальної інфраструктури [1–3]:

$$W_i = R_i \frac{\sum_{i=1}^{n} q_i x_{ij}}{100 \sum^{n} q_i}, \qquad (2)$$

де рівень споживання послуг скоригований для регіонального індексу цін у j регіоні, у % до середньостатистичного (або середнього регіонального) показника;

xi… x2… xn – частка індивідуального значення фактора в регіоні j (округ) до середнього по країні (регіонального) показника у% від середнього показника;

qi… q2… qn – точки (ваги) факторного впливу на результати показників на основі коефіцієнтів кореляції, які дають змогу нейтралізувати вплив місцевих умов на рівень формування споживання послуг.

Інтегральний індекс соціального розвитку «Я» обчислюється як середнє арифметичне демографічного розвитку, матеріального добробуту, освіти та ринку праці:

$$I = \frac{M + D + O + R}{4}. \qquad (3)$$

Інтегральні значення індексу знаходяться в інтервалі від «0» до «1». Найкраще значення цілісного індексу регіону або періоду – це значення, близьке до «1», а найгірше – значення, близьке до «0».

«Індекс соціального дискомфорту» відображає нагромадження значних проблем в соціально-економічної сфери України. Він обчислюється як сума значень безробіття та рівня інфляції:

$$SDI = UR + IR, \qquad (4)$$

де UR – рівень безробіття, обчислений як середня частка у відсотках економічно активного населення на рік (МОП);

IR – рівень інфляції на рік.

Таким чином, ми пропонуємо ввести індекс соціального дискомфорту в модель інтегрального індексу соціального розвитку для його вдосконалення:

$$I = \frac{M + D + O + R - SDI}{4}. \qquad (5)$$

Запропонована методологія є відкритою системою додавання логічних змін та поправок, викликаних змінами регіональної соціальної ситуації та відповідними змінами інструментів статистичного обстеження.

Розрахуємо зазначені показники та відобразимо їх у таблиці 1.

Для більш детального розуміння питання розвитку соціальної інфраструктури спрогнозуємо інтегральний показник соціального розвитку України та Івано-Франківської області до 2023 року (рис. 1).

Як бачимо з рис. 1, прогнозні тенденції у нас невтішні, тому Україні загалом треба ще багато працювати над покращенням інфраструктурного соціального розвитку.

Таблиця 1

Інтегральний показник соціального розвитку

Показники	Регіон	Роки				
		2010	2012	2014	2016	2018
Індекс демографічного розвитку	Україна	0,217	0,269	0,619	0,491	0,455
	Івано-Франківська область	0,303	0,315	0,382	0,543	0,452
Індекс матеріального добробуту	Україна	0,491	0,671	0,743	0,801	0,841
	Івано-Франківська область	0,306	0,634	0,707	0,737	0,652
Індекс освіти	Україна	0,288	0,361	0,568	0,500	0,401
	Івано-Франківська область	0,608	0,726	0,738	0,592	0,580
Індекс ринку праці	Україна	0,497	0,605	0,622	0,618	0,421
	Івано-Франківська область	0,341	0,369	0,433	0,481	0,275
Індекс соціального дискомфорту	Україна	0,172	0,17	0,121	0,077	0,347
	Івано-Франківська область	0,19	0,189	0,135	0,086	0,367
Інтегральний показник соціального розвитку	Україна	0,373	0,477	0,638	0,602	0,529
	Івано-Франківська область	0,389	0,511	0,565	0,588	0,490

Джерело: розраховано автором на основі [11]

Рис. 1. Прогноз інтегрального показника соціального розвитку України та Івано-Франківської області

Висновки з проведеного дослідження. Систематичний аналіз індексів дає змогу синтезувати ієрархічну структуру, в якій кожен показник є незалежним і є складовою частиною загального показника демографічного розвитку або матеріального добробуту, освіти чи ринку праці одночасно. Запропонована методологія забезпечує системний аналіз регіонального соціального розвитку на концептуальному рівні та представляє результати в ієрархічній формі. Інтегральний показник соціального розвитку займає перше місце в ієрархічній структурі та демографічному розвитку, матеріальному добробуті. Освіта та показники ринку праці – на другому рівні, регіональні компоненти розміщуються на третьому рівні, районні компоненти – на четвертому. Регіональний польовий підхід дає змогу найбільш гнучко поєднати регіональну та польову диференціацію праці та вирішити можливі конфлікти між економічними та соціальними інтересами і потребами у регіонах як цілісних соціально-економічних системах. Цей польовий підхід є методологічною основою для побудови концептуальних моделей для вибору пріоритетного інвестиційного проекту в соціальну інфраструктуру.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Heshmati, A., Ph.d., & Rashidghalam, M., Ph.d. (2020). Measurement and analysis of urban infrastructure and its effects on urbanization in china. *Journal of Infrastructure Systems, 26*(1) DOI: 10.1061/(ASCE)IS.1943-555X.0000513.

2. Susanto, D., Abadi, I., & Wardhana, Y. M. (2019). The role of government guarantees in environmental and social management for infrastructure development. Paper presented at the *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 399*(1) DOI: 10.1088/1755-1315/399/1/012123.

3. Loggins, R., Little, R. G., Mitchell, J., Sharkey, T., & Wallace, W. A. (2019). CRISIS: Modeling the restoration of interdependent civil and social infrastructure systems following an extreme event. *Natural Hazards Review, 20*(3) DOI: 10.1061/(ASCE)NH.1527-6996.0000326.

4. Reznik, G.L., Couch, K.A., Tamborini, C.R., & Iams, H.M. (2019). Longevity-related options for social security: a microsimulation approach to retirement age and mortality adjustments. *Journal of Policy Analysis and Management, 38*(1), 210–238. DOI:10.1002/pam.22103.

5. Top, M., & Sungur, C. (2019). Opinions and evaluations of stakeholders in the implementation of the public-private partnership (PPP) model in integrated health campuses (city hospitals) in turkey. *International Journal of Health Planning and Management, 34*(1), e241-e263. DOI: 10.1002/hpm.2644.

6. Cruz, C.O., & Marques, R.C. (2013). Infrastructure public-private partnerships: Decision, management and development. *Infrastructure public-private partnerships: Decision, management and development* (pp. 1–171) DOI: 10.1007/978-3-642-36910-0.

7. Ievdokymov, V., Lehenchuk, S., Zakharov, D., Andrusiv, U., Usatenko, O & Kovalenko, L. (2020). Social capital measurement based on “The value explorer” method.*Management Science Letters*, 10(6), 1161–1168. DOI: 10.5267/j.msl.2019.12.002.

8. Kinash, I.P., Arkhypova, L.M., Polyanska, A.S., Dzoba, O.G., Andrusiv, U. Y., & Iuras, I. I. (2019). Economic evaluation of tourism infrastructure development in Ukraine. Paper presented at the *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 477*(1) DOI: 10.1088/1757-899X/477/1/012020.

9. Andrusiv, U., Simkiv, L., Dovgal, O., Demchuk, N., Potryvaieva, N., Cherchata, A., Popadynets, I., Tkachenko, G., Serhieieva, O & Sydor, H. (2020). Analysis of economic development of Ukraine regions based on taxonomy method. *Management Science Letters*, 10(3), 515–522. DOI:10.5267/j.msl.2019.9.029.

10. Cherchata, A., Popovychenko, I., Andrusiv, U., Simkiv, L., Kliukha, O & Horai, O. (2020). A methodology for analysis and assessment of business processes of Ukrainian enterprises. *Management Science Letters*, 10(3), 631–640. DOI:10.5267/j.msl.2019.9.016.

11. Сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 15.02.2020).

REFERENCES:

1. Heshmati, A., Ph.d., & Rashidghalam, M., Ph.d. (2020). Measurement and analysis of urban infrastructure and its effects on urbanization in china. *Journal of Infrastructure Systems, 26*(1) DOI: 10.1061/(ASCE)IS.1943-555X.0000513.

2. Susanto, D., Abadi, I., & Wardhana, Y. M. (2019). The role of government guarantees in environmental and social management for infrastructure development. Paper presented at the *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 399*(1) DOI: 10.1088/1755-1315/399/1/012123.

3. Loggins, R., Little, R.G., Mitchell, J., Sharkey, T., & Wallace, W. A. (2019). CRISIS: Modeling the restoration of interdependent civil and social infrastructure systems following an extreme event. *Natural Hazards Review, 20*(3) DOI: 10.1061/(ASCE)NH.1527-6996.0000326.

4. Reznik, G.L., Couch, K.A., Tamborini, C.R., & Iams, H.M. (2019). Longevity-related options for social security: a microsimulation approach to retirement age and mortality adjustments. *Journal of Policy Analysis and Management, 38*(1), 210–238. DOI: 10.1002/pam.22103.

5. Top, M., & Sungur, C. (2019). Opinions and evaluations of stakeholders in the implementation of the public-private partnership (PPP) model in integrated health campuses (city hospitals) in turkey. *International Journal of Health Planning and Management, 34*(1), e241-e263. DOI: 10.1002/hpm.2644.

6. Cruz, C.O., & Marques, R.C. (2013). Infrastructure public-private partnerships: Decision, management and development. *Infrastructure public-private partnerships: Decision, management and development* (pp. 1–171) DOI: 10.1007/978-3-642-36910-0.

7. Ievdokymov, V., Lehenchuk, S., Zakharov, D., Andrusiv, U., Usatenko, O & Kovalenko, L. (2020). Social capital measurement based on “The value explorer” method.*Management Science Letters*, 10(6), 1161–1168. DOI:10.5267/j.msl.2019.12.002.

8. Kinash, I.P., Arkhypova, L. M., Polyanska, A. S., Dzoba, O. G., Andrusiv, U. Y., & Iuras, I. I. (2019). Economic evaluation of tourism infrastructure development in Ukraine. Paper presented at the *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 477*(1) DOI: 10.1088/1757-899X/477/1/012020.

9. Andrusiv, U., Simkiv, L., Dovgal, O., Demchuk, N., Potryvaieva, N., Cherchata, A., Popadynets, I., Tkachenko, G., Serhieieva, O & Sydor, H. (2020). Analysis of economic development of Ukraine regions based on taxonomy method. *Management Science Letters*, 10(3), 515–522. DOI: 10.5267/j.msl.2019.9.029.

10. Cherchata, A., Popovychenko, I., Andrusiv, U., Simkiv, L., Kliukha, O & Horai, O. (2020). A methodology for analysis and assessment of business processes of Ukrainian enterprises. *Management Science Letters*, 10(3), 631–640. DOI: 10.5267/j.msl.2019.9.016.

11. State statistics service of Ukraine (2018). Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed 15 February 2020).

ІНСТИТУЦІЙНЕ СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

INSTITUTIONAL DEVELOPMENT OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN UKRAINE

УДК 338.242.2
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-5

Бержанір А.Л.
к.соц.н., доцент,
доцент кафедри філософії
та суспільних дисциплін
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини

Berzhanir Anatolii
Pavlo Tychuna Uman State Pedagogical
University

У статті доведена необхідність впровадження сучасних економічних механізмів для реалізації соціальної політики. Встановлено, що в умовах низького рівня національної економіки одним із ефективних напрямів реалізації соціальних програм є співпраця держави та бізнесу. Проаналізовано концептуальні підходи зарубіжних і українських учених щодо розуміння сутності соціальної відповідальності бізнесу. Здійснено теоретичний аналіз змісту механізму вітчизняного соціально відповідального бізнесу з метою максимального використання економічного і соціального потенціалу вітчизняної економічної системи. Досліджено та показано особливості процесу інституційного становлення соціальної відповідальності в Україні. Обґрунтовано шляхи формування сприятливого організаційного та економічного середовища для підвищення ефективності соціальної спрямованості діяльності підприємців. Визначено інституційні чинники для подальшого удосконалення управління системою управління розвитком відносин бізнесу і влади.

Ключові слова: *ринкова економіка, соціально відповідальний бізнес, інституційне становлення соціально відповідального бізнесу, нормативно- правова база, взаємодія влади і бізнесу, соціальне інвестування, соціальна звітність, стейкхолдери.*

В статье доказана необходимость внедрения современных экономических механизмов для реализации социальной политики. Установлено, что в условиях низкого уровня национальной экономики одним из эффективных направлений реализации социальных программ является сотрудничество государства и бизнеса. Проанализированы концептуальные подходы зарубежных и украинских ученых к пониманию сущности социальной ответственности бизнеса. Осуществлен теоретический анализ содержания механизма отечественного социально ответственного бизнеса с целью максимального использования экономического и социального потенциала отечественной экономической системы. Исследованы и показаны особенности процесса институционального становления социальной ответственности в Украине. Обоснованы пути формирования благоприятной организационной и экономической среды для повышения эффективности социальной направленности деятельности предпринимателей. Определены институциональные факторы для дальнейшего совершенствования управления системой управления развитием отношений бизнеса и власти.

Ключевые слова: *рыночная экономика, социально ответственный бизнес, институциональное становление социально ответственного бизнеса, нормативно-правовая база, взаимодействие власти и бизнеса, социальное инвестирование, социальная отчетность, стейкхолдеры.*

The article proves the need for the introduction of modern economic mechanisms for the implementation of social policy. It has been established that in conditions of a low level of the national economy, one of the most effective areas for implementing social programs is cooperation between the state and business. The effective functioning of business in the economic system of the state is possible only if there is full interaction with the authorities at all levels. The logic of business activity determines the existence of a close relationship between the state and business on the basis of common socio-economic interests. The conceptual approaches of foreign and Ukrainian scientists to understanding the essence of social responsibility of business are analyzed. A theoretical analysis of the content of the mechanism of domestic socially responsible business was carried out in order to maximize the use of the economic and social potential of the domestic economic system. The features of the process of institutional formation of social responsibility in Ukraine are investigated and shown. The implementation of social responsibility in Ukraine began actively after the signing in 2005 of the Memorandum of Business Social Responsibility, which identified areas and ways of its implementation. An important regulatory document that determined the conceptual foundations for the further implementation of social responsibility in our society was the adoption of the Strategy for promoting the development of social responsibility of business in Ukraine for the period until 2020. The ways of creating a favorable organizational and economic environment for increasing the efficiency of the social orientation of entrepreneurs' activities are substantiated. To expand the scope of application of socially responsible business in Ukraine, it is necessary, first of all, to activate the coordinating role of the state in this direction. Institutional factors for further improvement of the management system for the development of relations between business and government are determined. An increase in the responsibility of companies is determined by a system of key institutional factors - the relevance of socially responsible behavior, the conceptualization of SSS by the state, the provision of appropriate institutional conditions for the development of social responsibility, the behavior of stakeholder groups, and the use of best foreign practices in such activities.

Key words: *market economy, socially responsible business, institutional development of socially responsible business, regulatory framework, the interaction of government and business, social investment, social reporting, stakeholders.*

Постановка проблеми. В умовах реформування національної економіки, а також перевантаженості бюджету соціальними витратами необхідні сучасні економічні механізми для реалізації соціальної політики. Наслідком цього й одним із реальних шляхів реформування соціальної сфери є об'єднання зусиль і ресурсів держави та бізнесу для вирішення проблеми підвищення рівня і якості життя громадян.

У сучасних соціально-економічних умовах постає необхідність впровадження партнерських відносин влади та підприємницьких структур. Такий підхід сприятиме сталому розвитку не лише економіки, але й суспільства в цілому.

Отже, проблема регулювання відносин в економічній сфері і, зокрема, щодо теоретичного обґрунтування сутності та удосконалення законодавчих засад взаємодії усіх учасників економічної діяльності є однією із ключових для нашої держави. Тому вирішення проблем формування та реалізації інституційних основ соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) набуває практичного значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні засади, загальні та специфічні особливості механізму впровадження соціальної відповідальності бізнесу, обґрунтування організаційно-економічних і правових основ формування соціальної спрямованості підприємництва та визначення напрямів і шляхів підвищення ефективності соціальної відповідальності підприємців в умовах конкурентної економіки досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: В. Афанасьєв, Б. Басов, Ю. Благов, Г. Боуен, К. Буслов, З. Варналій, В. Геєць, О. Грішнова, К. Девіс, А. Дмитрієв, П. Друкер, А. Керолл, А. Ковальов, А. Колот, В. Куценко, Д. Лук'яненко, В. Марченко, С. Мельник, В. Осецький, Р. Оуен, С. Перегудов, Ю. Петрушенко, А. Плахотний, М. Портер, В. Радаєв, Ю. Саєнко, М. Саприкіна, І. Соболєва, М. Фрідмен та інші.

Постановка завдання. Складність і багатогранність функціонування системи соціальної відповідальності в умовах ринку обумовлює необхідність пошуку і використання різноманітних чинників та інструментів її реалізації.

У вивченні сутності взаємодії владних структур та вітчизняного бізнесу невирішеною проблемою є дослідження потенційних шляхів і напрямів її розширення з метою активізації соціальної спрямованості підприємництва. Серйозною перепоною у цьому напрямку є недосконалість нормативно-правових засад діяльності соціально відповідального бізнесу, зокрема, щодо стимулювання такої поведінки підприємців шляхом фіскальних важелів.

Здійснення аналізу механізму вітчизняного соціально відповідального бізнесу має на меті сприяти його зростанню і максимальному використанню економічного і соціального потенціалу національної економіки. Співпраця держави з бізнесом і громадськістю щодо вирішення соціальних проблем забезпечить використання новаторських підходів і передового досвіду фірм та корпорацій у соціальній сфері.

Метою статті є аналіз стану впровадження інституційних принципів соціальної відповідальності в Україні протягом останніх років, обґрунтування шляхів формування сприятливого організаційного та економічного середовища для підвищення ефективності соціальної спрямованості діяльності підприємців, а також удосконалення управління чинною системою управління розвитком відносин бізнесу і влади.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний етап розвитку нашої держави передбачає пошук ефективних форм взаємодії з провідною соціальною групою – підприємцями. Ця соціальна верства суспільства, накопичуючи досвід розвитку малого, середнього і великого бізнесу, проходить процес становлення у якості найважливішого економічного інституту національної економіки та самореалізації особистості.

Ефективне функціонування бізнесу в економічному просторі держави можливе тільки за наявності повноцінної взаємодії з владними структурами на всіх рівнях. Логіка бізнесової діяльності обумовлює наявність тісного зв'язку держави і бізнесу на основі спільних соціально-економічних інтересів.

У західній економічній теорії існує розширене розуміння соціальної відповідальності, яке трактується як дотримання підприємцями законодавства, повна і вчасна сплата податків і отримання прибутку тощо. Так, М. Фрідман стверджує: «Мало що може так загрожувати самим основам нашого вільного суспільства, як згода лідерів корпорацій взяти на себе іншу соціальну відповідальність, крім тієї, яка складається в зароблянні грошей для своїх акціонерів» [1, с. 124]. Разом з тим, обґрунтована класична інтерпретація соціальної відповідальності бізнесу, яка сформульована, зокрема, і Девідом Паккардом: «Багато хто помилково вважає, що мета існування будь-якої компанії – робити гроші. Однак, незважаючи на те, що гроші – важливий результат роботи, ми прийшли до висновку: група людей стає тим, що ми називаємо компанією, щоб отримати можливість колективно здійснити те, що не під силу одиначкам, – внести вклад в життя суспільства» [2, с. 98].

Досягнення цілей розвитку, успішна модернізація економіки і соціальної сфери передбачає побудову ефективних механізмів взаємодії між бізнесом і державою, спрямованих на координацію зусиль усіх сторін, забезпечення врахування інтересів бізнесу і різних соціальних груп суспільства під час формування та реалізації соціально-економічної політики. Бізнес завжди зацікавлений в передбачуваності і максимально далекій перспективі власного розвитку. Найважливішим чинником сталого розвитку країни стає взаємодія бізнесу і влади, який відображає інтереси суспільства. У багатьох країнах світу відносини між владою, бізнесом і суспільством є потужним джерелом розвитку економічних систем, вирішення соціальних проблем та підвищення якості життя населення [3, с. 33].

На думку Дж. Елкінгтона, «у всьому світі люди бізнесу усвідомлюють той факт, що ключові ринки перебувають на межі швидких змін, зумовлених новими екологічними стандартами і пов'язаних із запитами споживачів. У результаті нові головні напрями (new bottom lines) розгорнулися поруч зі старими константами «прибутку–збитку». Проблема корпоративного громадянства, яка була оцінена як низькопріоритетна, у програмі сталого розвитку постає у процесах становлення конкурентного і стратегічного завдання для основних ділянок індустрії й комерції». Згадані дослідником напрями – це екологічна, економічна та соціальна

відповідальність бізнесу, тобто формування такого економічного мислення, в якому бізнес стає соціальним фактором і відповідальність його розуміється не тільки як відповідальність за свою діяльність, але й відповідальність перед локальними спільнотами, з якими суміжна його діяльність [4].

Професор О. А. Грішнова визначає, що соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність компанії за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування, та перед суспільством загалом. Найточнішим і найважливішим розумінням соціальної відповідальності бізнесу є її трактування як відповідальності підприємця за інтегровану суспільну корисність його бізнесу [5, с. 41].

Як свідчить світовий досвід країн з розвиненою соціальною ринковою економікою, процес формування соціальних інститутів взаємодії влади і бізнесу відбувається еволюційним шляхом протягом тривалого часу. Впровадження соціальної відповідальності в Україні активно розпочалося після підписання Меморандуму про соціальну відповідальність бізнесу в Україні (16 грудня 2005 р.), у якому було визначено напрями і шляхи реалізації СВБ. Було закладено основи всеукраїнського громадського руху – Форуму соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

В Україні у 2006 р. почалось впровадження принципів Глобального договору ООН, який спрямований на розвиток СВБ у сфері захисту прав людини, гідних умов і оплати праці, вирішення екологічних проблем та боротьби з корупцією. У цьому ж році більше 50 підприємств, компаній, фірм, асоціацій підписали Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні.

У кінці 2007 р. Україна взяла участь у розробці міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництва з соціальної відповідальності», який навесні 2010 р. було прийнято міжнародною спільнотою.

У грудні 2011 р. на XIII з'їзді УСПП Координаційною радою у складі представників мережі Глобального договору ООН в Україні та Центру розвитку КСВ, численних ділових організацій та асоціацій підписано концепцію Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. В цьому документі соціальна відповідальність трактується, як відповідальність організації за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка:

– сприяє сталому розвиткові, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства;

– зважає на очікування заінтересованих сторін;

– відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;

– інтегрована у діяльність організації та практикується у її відносинах [6].

Орієнтація держави на імплементацію міжнародних нормативних документів щодо соціальної відповідальності сприяла створенню відповідного вітчизняного законодавства. Для формування правового поля у цьому напрямі та забезпечення взаємодії влади і бізнесу було, зокрема, прийнято закони України «Про державно-приватне партнерство» (2010 р.), «Про соціальний діалог в Україні» (2010 р.) «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» (2012 р.) та інші правові акти.

Важливим нормативним документом, який визначив концептуальні засади подальшого впровадження соціальної відповідальності у нашому суспільстві було прийняття Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. Очікуваними результатами впровадження Стратегії на довгостроковому етапі стали:

– розвиток соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві як загальноприйнятої тенденції;

– забезпечення сталого економічного і соціального розвитку країни;

– підвищення конкурентоспроможності економіки;

– зменшення безробіття та зниження соціальної напруги;

– підвищення стандартів життя населення та формування середнього класу;

– зменшення диспропорцій регіонального розвитку;

– більш раціональне використання природних ресурсів та зниження рівня забруднень;

– активізація інвестиційних та інноваційних процесів;

– полегшена інтеграція до європейського економічного і соціального простору [7].

Згідно з Угодою про асоціацію між Україною та ЄС, Україна взяла на себе зобов'язання з впровадження корпоративної соціальної відповідальності. Відповідно до ч. 3 ст. 293 цього документа, сторони докладають зусиль для спрощення торгівлі товарами з метою сприяння сталому розвитку, зокрема товарами, які є предметом «чесної та етичної торгівлі», а також тими, що пов'язані з принципами КСВ і підзвітності [8].

Загалом, в українській практиці достатньо активну позицію стосовно розробки національної стратегії та політики з КСВ займають недержавні установи, зокрема Центр «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності» (центр «Розвиток КСВ»), який є провідною експертною організацією з КСВ в Україні, член Правління Глобального договору ООН (2010–2012). Центр має національним партнером CSREurope (Бельгія) і WBCSD (Швейцарія) та об'єднує 37 компаній України. У ньому надаються консультації з питань

розробки стратегії, програм і комунікацій з КСВ, проведення моніторингу та оцінки ефективності проектів, підготовки і верифікації нефінансової звітності [9, с. 236].

У жовтні 2019 р. відбувся другий Форум відповідального бізнесу. Організаторами заходу виступили Центр «Розвиток КСВ» спільно з Національним контактним пунктом при Мінекономрозвитку України за підтримки Посольства Королівства Нідерландів в Україні. Форум розпочався доповідями представників Мінекономрозвитку про допомогу Керівних принципів ОЕСР у побудові соціальної відповідальності бізнесу і про роботу Національних контактних пунктів (НКП). Так, основою роботи компанії має стати розробка стратегії сталого розвитку, звітування, врахування прав людини, турбота про довкілля та споживачів, належне корпоративне управління, робота з трудовим колективом.

Також Центром «Розвиток КСВ» були представлені результати досліджень «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні» й «Індекс прозорості компаній в Україні-2018». Тож 83% компаній впроваджують політику КСВ, проте лише половина з них має чітку стратегію. При цьому інформацію про свою соціально відповідальну діяльність висвітлює лише 21,7% українських компаній. Топ-10 найбільш прозорих вітчизняних компаній, згідно з Індексом прозорості 2017 року, розкривають її на 62,3%. Показник розміщення нефінансових звітів також надзвичайно низький – 16 зі 100 компаній розміщують цю інформацію на своєму сайті [10].

Подальший розвиток і активізацію соціально орієнтованого підприємництва визначає Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, яка схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р. Її передбачається реалізувати двома етапами (перший етап до 2025 року, другий – до 2030 року).

Метою Концепції є створення нормативно-правової бази та здійснення заходів для впровадження міжнародних стандартів ведення соціально відповідального бізнесу в діяльність суб'єктів господарської діяльності для забезпечення сталого розвитку України та підвищення суспільного добробуту [11].

Для розширення сфер застосування соціально відповідального бізнесу в Україні необхідно, передусім, активізувати координуючу роль держави у цьому напрямку, відмовляючись від практики прямого втручання у економічну діяльність суб'єктів господарювання. Головною метою такої діяльності влади має бути забезпечення корпораціям вигідності працювати не тільки заради власних прибутків, але й на благо суспільства. Тому під час державного регулювання повинні враховуватися очікування суспільства щодо корпоративної поведінки та його потреб у заходах соціальної та екологічної безпеки.

За сучасних інституційних умов, для розвитку соціальної відповідальності бізнесу та стійкого зростання національної економіки потрібно підвищити значущість інституту захисту прав власності, реформування судової системи, громадянського суспільства тощо.

На наш погляд, основними передумовами подальших інституційних перетворень у сфері реалізації соціально відповідального бізнесу повинні стати:

1. Удосконалення законодавчої та нормативно-правової бази. Для функціонування інституту соціально відповідальних підприємців потрібно розробити і затвердити нові юридичні документи, що регламентують діяльність бізнесу (трудове законодавство, заробітна плата, охорона праці тощо).

2. Активізація соціального партнерства шляхом координації діяльності держави, суспільства і бізнесу. Процес інституційних перетворень у сфері соціальної відповідальності бізнесу повинен реалізовуватись за взаємодії державних інститутів, органів місцевого самоврядування, профспілок, об'єднань роботодавців та інших громадських організацій.

3. Розвиток соціально відповідального інвестування. Провідна роль у напрямку інституційних перетворень у діяльності СВБ належить фінансово-банківському сектору. Впровадження у практику фінансово-банківської діяльності принципів відповідального фінансування передбачає врахування фінансовими установами соціальних і екологічних чинників у процесі інвестування грошових коштів.

4. Впровадження соціальної звітності діяльності компаній. В умовах забезпечення сталого розвитку корпорацій особливої значущості набуває нефінансова звітність як публічний інструмент інформування стейкхолдерів про реалізацію стратегічних планів розвитку щодо економічної стійкості, соціальних стандартів та екологічної стабільності.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, характер і обсяги відповідальності компаній обумовлюються системою ключових інституційних чинників – актуальністю соціально відповідальної поведінки, концептуалізацією СВБ з боку держави, забезпеченням відповідних інституційних умов розвитку соціальної відповідальності, активною поведінкою груп стейкхолдерів, використанням кращих зарубіжних практик такої діяльності тощо.

Становлення і розвиток вітчизняного соціально відповідального бізнесу повинен базуватися на подальшій розбудові основоположних інституційних засад, необхідних для його ефективного функціонування. У зв'язку з цим, існує об'єктивна необхідність наукового обґрунтування інституційного розвитку СВБ в умовах різноманітності впливу на нього національної економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фрідман Мілтон Капіталізм і свобода / пер. з англ. Київ : Дух і літера, 2010. 320 с.

2. Паккард Д. Завоевание пространства: как это делается у нас в «Хьюлетт-Паккард» / пер. з англ. Санкт-Петербург : Азбука-Терра, 1997. 348 с.

3. Бержанір А. Л. Світовий досвід забезпечення взаємодії влади та бізнесу в економічних системах. *Вісник Донецького національного університету.* 2015. Серія В. Економіка і право. № 1. С. 32–35.

4. Ільїна Г. Моральна телеологія в етичній критиці економізму. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка.* 2014. Вип. 8. С. 49–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_8_12 (дата звернення: 10.02.2020).

5. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2011. № 1. С. 39–46.

6. Для розвитку соціально відповідальної діяльності бізнесу потрібні державні стимули. URL: http://www.uspp.org.ua/actual/187.dlya-rozvitku-socialno-vidpovidalnoi-diyalnosti-biznesupotribni-derzhavni-stimuli.htm (дата звернення: 10.02.2020).

7. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: http://www.svb.org.ua/sites/201309 _strategiya_ spriyannya.pdf (дата звернення: 11.02.2020).

8. Лукач І. В. Корпоративна соціальна відповідальність як основа розвитку сучасного корпоративного права. *Право і суспільство*. 2015. № 5. С. 67–68. URL: https://ips.ligazakon.net/document/KK003835 (дата звернення: 11.02.2020).

9. Даниленко О. А. Оцінка національного рівня розвитку КСВ у Євросоюзі та Україні. Досвід для України. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2014. №1(7). С. 233–237.

10. Другий Форум відповідального бізнесу. URL: https://ncp.gov.ua/drugiy-forum-vidpovidalnogo-biznesu.html (дата звернення: 8.02.2020).

11. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-realizaciy-a66r?fbclid=IwAR24bYEMcWrJPpw- (дата звернення: 10.02.2020).

REFERENCES:

1. Fridman Milton (2010) Kapitalizm i svoboda [Capitalism and freedom]. Kyiv : Dukh i litera (in Ukrainian).

2. Pakkard D. (1997) Zavoevanie prostranstva: kak eto delaetsya u nas v «Kh'yulett-Pakkard» [Conquest of space: how it is done at Hewlett-Packard]. Sankt-Peterburg : Azbuka-Terra (in Russian).

3. Berzhanir A. L. (2015) Svitovyi dosvid zabezpechennia vzaiemodii vlady ta biznesu v ekonomichnykh systemakh [World experience in ensuring the interaction of government and business in economic systems]. *Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu*. Seriia V. Ekonomika i pravo, no.1, pp. 32–35.

4. Ilina H. (2014) Moralna teleolohiia v etychnii krytytsi ekonomizmu [Moral teleology in the ethical criticism of economism]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka.* Ekonomika, vol. 8, pp. 49–52. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_8_12 (accessed 10 February 2020).

5. Hrishnova O. A. (2011) Sotsialna vidpovidalnist u konteksti podolannia systemnoi kryzy v Ukraini [Social responsibility in the context of overcoming the systemic crisis in Ukraine]. *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika*, no.1, pp. 39–46.

6. Dlia rozvytku sotsialno vidpovidalnoi diialnosti biznesu potribni derzhavni stymuly [Government incentives needed to develop socially responsible business]. Available at: http://www.uspp.org.ua/actual/187.dlya-rozvitku-socialno-vidpovidalnoi-diyalnosti-biznesupotribni-derzhavni-stimuli.htm (accessed 10 February 2020).

7. Stratehiia spryiannia rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini na period do 2020 roku [Strategy for promoting the development of social responsibility of business in Ukraine for the period until 2020]. Available at: http://www.svb.org.ua/sites/201309 _strategiya_ spriyannya.pdf (accessed 11 February 2020).

8. Lukach I. V. (2015) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak osnova rozvytku suchasnoho korporatyvnoho prava [Corporate social responsibility as the basis for the development of modern corporate law]. *Pravo i suspilstvo,* no.5, pp. 67–68. Available at: https://ips.ligazakon.net/document/KK003835 (accessed 11 February 2020).

9. Danylenko O. A. (2014) Otsinka natsionalnoho rivnia rozvytku KSV u Yevrosoiuzi ta Ukrajini. Dosvid dlia Ukrainy Ukraini [Assessment of the national level of CSR development in the European Union and Ukraine. Experience for Ukraine]. *Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka,* no.1(7) , pp. 233–237.

10. Druhyi Forum vidpovidalnoho biznesu [Second Responsible Business Forum]. Available at: https://ncp.gov.ua/drugiy-forum-vidpovidalnogo-biznesu.html (accessed 8 February 2020).

11. Pro skhvalennia Kontseptsii realizatsii derzhavnoi polityky u sferi spryiannia rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku : Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24 sichnia 2020 r. № 66-r [On approval of the Concept of implementation of state policy in the field of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period up to 2030]. Available at: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-realizaciy-a66r?fbclid=IwAR24bYEMcWrJPpw (accessed 10 February 2020).

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

FINANCIAL SUPPORT FOR THE TRAINING OF SPECIALISTS BY HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN UKRAINE

УДК 336.14
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-6

Бержанір І.А.
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Ящук Т.А.
к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Berzhanir Inna
Pavlo Tychuna Uman State Pedagogical University
Yashchuk Tetiana
Pavlo Tychuna Uman State Pedagogical University

У статті обґрунтована роль освіти як важливого чинника суспільного прогресу, економічного та духовного розвитку і впровадження інновацій. На основі вивчення статистичної інформації визначено динаміку контингенту студентів закладів вищої освіти в Україні протягом останніх років за джерелами фінансування їх навчання. Проведений аналіз фінансування підготовки фахівців закладами вищої освіти показує, що у державі склалася система, яка, переважно, забезпечує виконання ними своєї статутної діяльності. Доведено, що фінансування вищої освіти із державного і місцевих бюджетів має стійкі тенденції до зменшення та зростання частки приватного фінансування за рахунок коштів фізичних осіб – споживачів освітніх послуг. Зроблено висновок про наявність процесів трансформації інституційних основ вітчизняної системи вищої освіти, результатом яких є зменшення державних видатків для потреб вищої школи і зростання частки приватного фінансування та зменшення кількості студентів.

Ключові слова: *заклади вищої освіти, підготовка фахівців, фінансове забезпечення, обсяги фінансування, джерела фінансування, державне фінансування, приватне фінансування.*

В статье обоснована роль образования как важного фактора общественного прогресса, экономического и духовного развития и внедрения инноваций. На основе изучения статистической информации определена динамика контингента студентов заведений высшего образования в Украине в последние годы по источникам финансирования их обучения. Проведенный анализ финансирования подготовки специалистов заведениями высшего образования показывает, что в государстве сложилась система, которая, в основном, обеспечивает выполнение ими своей уставной деятельности. Доказано, что финансирование высшего образования из государственного и местных бюджетов имеет устойчивые тенденции к уменьшению и роста доли частного финансирования за счет средств физических лиц – потребителей образовательных услуг. Сделан вывод о наличии процессов трансформации институциональных основ отечественной системы высшего образования, результатом которых является уменьшение государственных расходов для нужд высшей школы и рост доли частного финансирования и уменьшения количества студентов.

Ключевые слова: *заведения высшего образования, подготовка специалистов, финансовое обеспечение, объемы финансирования, источники финансирования, государственное финансирование, частное финансирование.*

The article substantiates the role of education as an important factor in social progress, economic and spiritual development and innovation. From the effectiveness of the functioning of the higher education system, which reveals a direct impact on the level of the national economy of the country by training qualified personnel for all its sectors. Important are the regulatory and organizational and economic conditions in which higher education institutions operate. Among them, their financial support is of key importance. Based on the study of statistical information, the dynamics of the contingent of students of higher education institutions in Ukraine in recent years has been determined by the sources of funding for their education, which is the result of the state policy regarding the institution of higher education and trends in the demographic structure of the population. The analysis of financing the training of specialists by higher education institutions shows that the state has developed a system that basically ensures that they fulfill their statutory activities. It is proved that financing of higher education from the state and local budgets has steady trends towards a decrease and an increase in the share of private financing at the expense of individuals - consumers of educational services. In this way, the state promotes the introduction of competitive foundations and the gradual commercialization of the institution of higher education. For this, a mechanism for introducing market relations in the field of higher education is used. Important here is the influence of socio-economic, political and spiritual-ideological factors: the level of development of the national economy, the processes of reforming public relations, the legal framework, the demographic situation in the country. It is concluded that there are processes of transformation of the institutional foundations of the national system of higher education, the result of which is a reduction in public spending for the needs of higher education and an increase in the share of private funding and a decrease in the number of students. The reform of the higher education financing system necessitates the improvement of the organizational and economic mechanism of financial support, the adoption of effective managerial decisions. Of particular importance here is ensuring the optimal balance between budget financing and other sources of replenishment of financial resources of higher education institutions.

Key words: *higher education institutions, training of specialists, financial support, volumes of financing, sources of financing, state financing, private inancing.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку людської цивілізації значно зростає роль освіти як важливого чинника економічного росту, впровадження інформаційних технологій, урізноманітнення духовного життя, прогресу суспільства загалом. Особливу значущість має освіта для формування креативних особистостей, здатних до активної професійної і соціальної діяльності в умовах демократичного суспільного середовища. Рівень грамотності і освіченості населення держави є одним із головних критеріїв оцінки її розвитку. Науковці І. Ф. Радіонова та Н. О. Ткаченко стверджують, що численні емпіричні дослідження підтвердили існування прямого зв'язку між змінами загального освітнього рівня населення країн і темпами економічного зростання [1].

Усі ці показники великою мірою залежать від ефективності функціонування системи вищої освіти, яка виявляє безпосередній вплив на рівень національної економіки країни через підготовку кваліфікованих кадрів для усіх її галузей. Як наголошує О. Г. Чумаченко [2], вища освіта повинна забезпечити розвиток інноваційного циклу від стадії фундаментальних досліджень до випуску і реалізації

наукомісткої продукції та технологій, формувати і удосконалювати інноваційну інфраструктуру, здійснювати підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації фахівців інноваційної сфери.

Діяльність вищої освіти, таким чином, визначає подальший розвиток держави, формуючи її інтелектуальний потенціал і забезпечуючи технічний та соціальний прогрес. Тому важливими є умови, у яких функціонують заклади вищої освіти, чільне місце серед яких займає їх фінансове забезпечення. Обгрунтування шляхів оптимального фінансування закладів вищої освіти набуває практичного значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні принципи та концептуальні підходи до аналізу процесів фінансування закладів вищої освіти, теоретичне обгрунтування і методичне забезпечення організаційно-економічних основ формування їх фінансових ресурсів, вивчення тенденцій і закономірностей досягнення фінансової стійкості університетів в умовах ринку освітніх послуг стали предметом наукового аналізу вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів: І. В. Абанкіна, Ю. Ю. Бенедик, М. Ю. Білінець, Т. М. Боголіб, З. С. Варналія, Я. Вернера, М. В. Дмитришин, О. В. Калашникова, І. С. Каленюк, О. В. Кукліна, О. В. Лютої, П. Маркуччі, Т. Н. Неровні, Є. А. Ніколаєнко, О. П. Панкрухіна, Н. Г. Пігуль, Є. А. Стадного, К. Солерно, В. В. Тараканова, Л. С. Шевченко та інших.

Постановка завдання. Недостатність рівня фінансового забезпечення і недосконалість каналів надходження грошових коштів до вітчизняних закладів вищої освіти обумовлює необхідність пошуку і реалізації різноманітних чинників та інструментів їх удосконалення.

У аналізі сутності механізму фінансового забезпечення університетів невирішеною проблемою є вивчення потенційних шляхів і напрямів збільшення його обсягів для підвищення рівня підготовки фахівців. Значною перешкодою у цьому напрямку є недостатність нормативно-правового забезпечення фінансування, зокрема, у напрямку розширення фінансово-економічної самостійності закладів вищої освіти.

Теоретичний аналіз організаційно-економічного механізму фінансування підготовки бакалаврів та магістрів має на меті сприяти максимальному використанню освітнього і наукового потенціалів університетів. Активізація їх фінансово-економічної діяльності забезпечить підвищення значущості системи вищої освіти у суспільному розвитку.

Метою статті є аналіз напрямів формування та використання джерел фінансового забезпечення підготовки фахівців закладами вищої освіти в Україні протягом останніх років, характеристика організаційно-економічних основ надходження грошових коштів, а також удосконалення процесу управління механізмом фінансування освітнього і наукового процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні здійснюють діяльність заклади вищої освіти різних форм власності, метою яких є підготовка, перепідготовка фахівців, підвищення кваліфікації працівників з вищою освітою з великого спектру галузей знань і спеціальностей для усіх сфер життєдіяльності держави.

Потужними центрами підготовки підготовки бакалаврів та магістрів є університети, академії, інститути. Проведений аналіз показує, що протягом 2010–2019 років під впливом об'єктивних соціально-економічних чинників відбулося поступове скорочення кількості цих закладів з 330 у 2010 р. до 282 у 2019 р. (на 14,6%). Наслідком дій державної влади у сфері вищої освіти є також значне зменшення кількості приватних закладів: за цей час вони зменшились більше, ніж на чверть (26,3%). У той же час державних і комунальних закладів на ринку освітніх послуг стало менше лише на 9,6% (з 231 до 209) [3].

В. І. Усик вважає, що про ефективність освіти можуть свідчити такі показники як кількість тих,

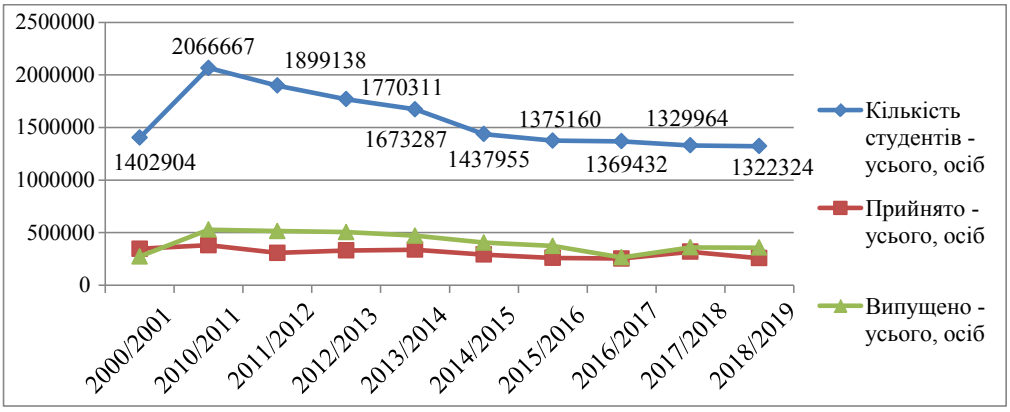


Рис. 1. Динаміка підготовки фахівців закладами вищої освіти (університети, академії, інститути) у 2000–2019 рр.

Джерело: складено на основі [3]

хто навчається (кількість школярів, студентів і т.і.), рівень успішності випускників (кількість тих хто, вступив у ВНЗ чи швидкість працевлаштування після закінчення ВНЗ або ж рівень заробітної плати випускників чи їх шлях зростання по кар'єрних сходинках) [4, с. 21].

Вивчивши статистичну інформацію, можемо стверджувати, що динаміка контингенту студентів вітчизняних закладів вищої освіти відображає результати проведення політики держави щодо інституту вищої освіти та тенденції змін у демографічній структурі країни. На рис. 1 проілюстровано загальні тенденції зміни кількості підготовки закладами вищої освіти фахівців за період 2010–2019 рр. Видно, що протягом 2000–2010 рр відбувалось збільшення контингенту студентів з 1402904 осіб у 2000–2001 навчальному році до 2066667 осіб у 2010–2011 навчальному році (22,4%). У наступному десятиріччі (2010–2019 рр.) бачимо тенденцію значного зменшення кількості здобувачів вищої освіти – на 36%.

Разом з тим, освіта відіграє і у майбутньому відіграватиме вирішальну роль у розвитку держави. У зв'язку із модернізацією сучасної вищої освіти з метою її інтеграції до європейського освітянського простору оптимізація витрат на фінансування вищої освіти в Україні стає одним із державних пріоритетів її розвитку. Тому кардинально змінюються не тільки структура, кваліфікаційні вимоги до кадрового складу, умови навчання, а й механізми фінансування вищої освіти країни, що потребує ретельного аналізу для можливості їх максимальної прозорості [2].

Відповідно до статті 53 Конституції України, держава забезпечує доступність і безоплатність дошкільної, повної загальної середньої, професійно-технічної, вищої освіти в державних і комунальних навчальних закладах; розвиток дошкільної, повної загальної середньої, позашкільної, професійно-технічної, вищої і післядипломної освіти, різних форм навчання; надання державних стипендій та пільг учням і студентам [5].

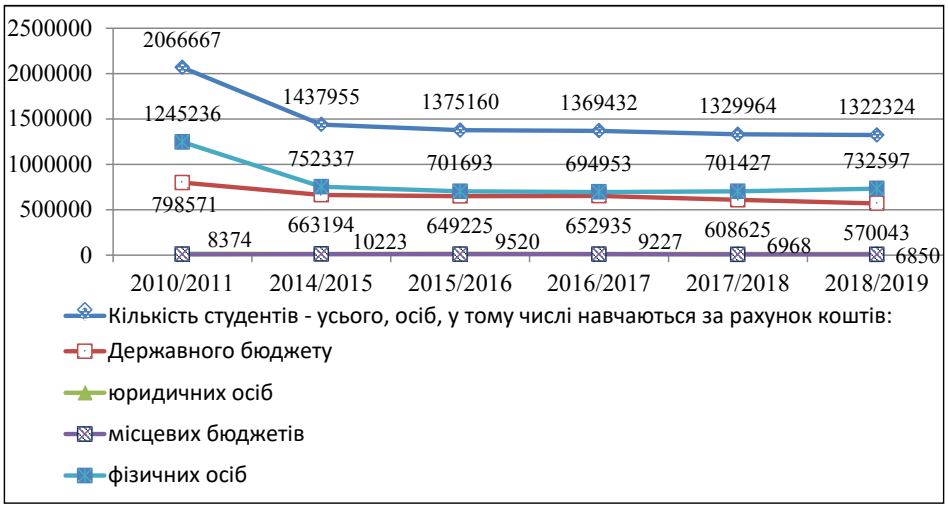


Рис. 2. Динаміка контингенту студентів закладів вищої освіти (університети, академії, інститути) у 2010–2019 рр. за джерелами фінансування їх навчання, осіб

Джерело: складено на основі [3]

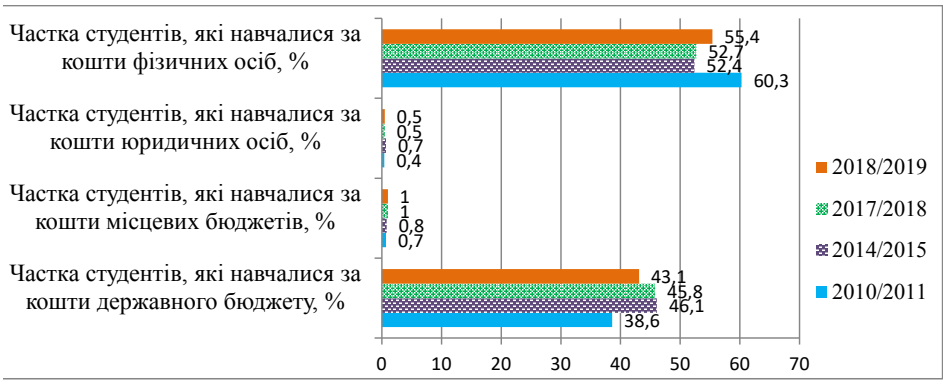


Рис. 3. Питома вага студентів закладів вищої освіти (університети, академії, інститути) у 2010–2019 рр. за джерелами фінансування їх навчання, %

Джерело: складено на основі [3]

Фінансування державних закладів вищої освіти здійснюється за рахунок коштів державного бюджету на умовах державного замовлення на оплату послуг з підготовки фахівців, наукових і науково-педагогічних кадрів та за рахунок інших джерел, не заборонених законодавством, з дотриманням принципів цільового та ефективного використання коштів, публічності та прозорості у прийнятті рішень. Залучені кошти спрямовуються на провадження статутної діяльності закладу вищої освіти в порядку і на умовах, визначених законодавством та статутом закладу вищої освіти [6].

Найголовнішим каналом фінансування вищої освіти є грошові ресурси, які надходять із державного і місцевих бюджетів. Аналіз видатків зведеного бюджету України дає можливість об'єктивно визначити значущість вищої освіти основного інституту підготовки фахівців високої кваліфікації для економіки країни. Так, протягом 2010 – 2017 рр. частка витрат на вищу освіту у відсотках до видатків зведеного бюджету знизилась більше, ніж удвічі – від 6,6% у 2010 р. до 3,7% у 2017 році [7, с. 18].

Отже, як видно, держава не вважає витрати на вищу освіту пріоритетним напрямом бюджетної політики, що може призвести до серйозних соціально-економічних проблем у майбутньому. Такі підходи до фінансування виявили значний вплив на загальний контингент студентів і, особливо, на чисельність студентів, які навчалися на місцях державного замовлення (рис. 2).

Під час дослідження встановлено, що протягом останнього десятиріччя відбувається процес значного зменшення частки студентів, навчання яких фінансується державою – якщо у 2010–2011 навчальному році їх було 798571 осіб, то у 2018–2019 році це число скоротилося до 570043 (на 28,6%).

Таким способом держава сприяє впровадженню конкурентних засад та поступової комерціалізації інституту вищої освіти. Для цього застосовується механізм впровадження ринкових відносин у сфері вищої освіти, що має на меті зменшення обсягів її фінансування державою і зростання частки приватного фінансування, передусім, за рахунок коштів фізичних осіб – споживачів освітніх послуг.

Питома вага джерел фінансування навчання студентів закладів вищої освіти протягом 2010–2019 рр. проілюстровано на рис. 3.

Бачимо, що чисельність студентів державної форми навчання збільшилась з 38,6% у 2010–2011 навчальному році до 43,1% у 2018–2019 навчальному році. Разом з тим, частка осіб, які навчалися у закладах вищої освіти за кошти фізичних осіб зменшилась на 4,9%. Протягом цього ж періоду практично незмінною була кількість студентів, яких фінансували місцеві бюджети та юридичні особи – у межах 0,4–1,0%.

Результати проведеного аналізу підтверджують тенденції трансформації інституційних основ вітчизняної системи вищої освіти, які призвели до обмеження державних видатків для потреб вищої школи і, як наслідок, до розширення частки приватного фінансування та зменшення кількості студентів. Важливим тут є вплив соціально-економічних, політичних і духовно-ідеологічних чинників: рівня розвитку національної економіки, процесів реформування суспільних відносин, нормативно-правової бази, демографічної ситуації в країні тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, проведений аналіз фінансування підготовки фахівців закладами вищої освіти показує, що протягом 2010–2019 років склалася система, яка, переважно, забезпечує виконання ними своєї статутної діяльності. Університети, академії, інститути формують грошові ресурси за рахунок державного бюджету, місцевих бюджетів, коштів юридичних осіб та фізичних осіб.

Реформування системи вищої освіти і, зокрема, її фінансування обумовлює необхідність удосконалення організаційно-економічного механізму фінансового забезпечення, реалізації системних заходів та прийняття ефективних управлінських рішень. Особливу значущість тут має забезпечення оптимального співвідношення між бюджетним фінансуванням та іншими джерелами поповнення фінансових ресурсів закладів вищої освіти.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Радіонова І. Ф., Ткаченко Н. О. Соціальний капітал у формуванні екстерналій освітньої сфери. *Економічний часопис-XXI*. 2011. № 11/12. С. 3–7. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/2345678954/01Radionova.pdf (дата звернення: 18.02.2020).

2. Чумаченко О. Г. Роль вищих навчальних закладів у створенні інноваційної моделі зайнятості. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: європейський вектор – нові виклики та можливості* : матеріали III Міжнар. конф., 14 травня 2015 р. Львів : Національний університет «Львівська Політехніка». URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb.pdf (дата звернення: 18.02.2020).

3. Вища освіта в Україні у 2018 році. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vysh_osvita/arch_vysh_osvita.htm (дата звернення: 19.02.2020).

4. Усик В. І. Ефективність сфери освіти як необхідність зваженої освітньої політики. *Соціально-гуманітарні науки та сучасні виклики :* матеріали III Всеукр. наук. конф., 25–26 травня 2018 р. Частина II. Дніпро : СПД «Охотнік», 2018. С. 20–21.

5. Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show /254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 20.02.2020).

6. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. Дата оновлення: 16.01.2020. URL:

https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18 (дата звернення: 20.02.2020).

7. Вища освіта в Україні у 2017 році : статист. збірник / за ред. І. Є. Вернера. Київ : Держ. служба статистики, 2017. 298 с.

REFERENCES:

1. Radionova I. F., Tkachenko N. O. (2011) Sotsialnyi kapital u formuvanni eksternalii osvitnoi sfery [Social capital in the formation of externalities of the educational sphere]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*, no. 11/12, pp. 3–7. Available at: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/23456789541-Radionova.pdf (accessed 18 February 2020).

2. Chumachenko O. H. (2015) Rol vyshchykh navchalnykh zakladiv u stvorenni innovatsiinoi modeli zainiatosti [The role of higher education institutions in creating an innovative employment model]. Proceedings of the *Problemy formuvannia ta rozvytku innovatsiinoi infrastruktury: yevropeiskyi vektor – novi vyklyky ta mozhlyvosti*: *III Mizhnarodna konferentsiia (Ukrainian, Lviv, May 14, 2015).* Available at: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb.pdf (accessed 18 February 2020).

3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) Vyshcha osvita v Ukraini u 2018 rotsi [Higher education in Ukraine in 2018]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/.htm (accessed 19 February 2020).

4. Usyk V. I. (2018) Efektyvnist sfery osvity yak neobkhidnist zvazhenoi osvitnoi polityky [The effectiveness of the education sector as the need for a balanced educational policy]. Proceedings of the *Sotsialno-humanitarni nauky ta suchasni vyklyky*: III Vseukrainska naukova konferentsiia *(Ukrainian, Dnipro, May 25–26, 2018).* Dnipro: Okhotnik, Part II, pp. 20–21.

5. Konstytutsiia Ukrainy Constitution of Ukraine [Constitution of Ukraine] : Zakon vid 28.06.1996 №254k/96-VR. Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254 (accessed 20 February 2020).

6. Pro vyshchu osvitu [About Higher Education] : Zakon Ukrainy vid 01.07.2014 №1556-VII. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18 (accessed 20 February 2020).

7. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) Vyshcha osvita v Ukraini u 2017 rotsi [Higher education in Ukraine in 2017]. Kyiv : Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy.

РІВЕНЬ ЖИТТЯ ЯК СКЛАДНИК РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ СІЛЬСЬКИХ ПОСЕЛЕНЬ: ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

THE LEVEL OF LIFE AS A COMPONENT OF THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN RURAL SETTLEMENTS: THE EUROPEAN INTEGRATION ASPECT

УДК 338.24:330.5 (477)
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-7

Бойко Л.М.
д.е.н., доцент
Національний університет
«Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка**»**
Чевганова В.Я.
к.е.н., професор
Національний університет
«Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка**»**
Ляшенко А.В.
магістр
Національний університет
«Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка**»**

Boyko Larysa
National University
"Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic"
Chevhanova Vira
National University
"Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic"
Liashenko Anna
National University
"Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic"

У статті досліджено динаміку основних соціально-економічних показників, зокрема рівня життя людей як важливого складника розвитку людського капіталу в Україні. Ідентифіковано проблемні аспекти, які не дають змоги забезпечити європейський рівень життя населення в Україні. Виявлено, що за майже щорічного зростання номінальної оплати праці працівників сільського господарства її розмір є значно меншим від середнього показника заробітної плати в економіці. Встановлено, що попри наявність позитивних тенденцій у підвищенні рівня мінімальної заробітної плати за рівнем життя Україна майже вдвічі відстає від країн Європи та Центральної Азії, а за період 1990–2018 рр. ВНД на душу населення в Україні скоротився більш ніж на чверть. Вважаємо, що суттєвим чинником розвитку людського капіталу в Україні виступає соціальна нерівність різних груп населення. Сільське населення має менші сукупні доходи та темпи їхнього росту, а частка осіб із доходами, меншими за прожитковий мінімум, є вдвічі більшою.

Ключові слова: *людський капітал, людський розвиток, рівень життя, заробітна плата, соціальна нерівність населення.*

В статье исследована динамика основных социально-экономических показателей, в частности уровня жизни людей как важной составляющей развития человеческого капитала в Украине. Идентифицированы проблемные аспекты, которые не позволяют обеспечить европейский уровень жизни населения в Украине. Обнаружено, что при почти ежегодном росте номинальной оплаты труда работников сельского хозяйства ее размер значительно меньше среднего показателя заработной платы по экономике. Установлено, что, несмотря на наличие положительных тенденций в повышении уровня минимальной заработной платы, по уровню жизни Украина почти вдвое отстает от стран Европы и Центральной Азии, а за период 1990–2018 гг. ВНД на душу населения в Украине сократился более чем на четверть. Считаем, что существенным фактором развития человеческого капитала в Украине выступает социальное неравенство различных групп населения. Сельское население имеет меньшие совокупные доходы и темпы их роста, а доля лиц с доходами меньше прожиточного минимума – вдвое больше.

Ключевые слова: *человеческий капитал, развитие человечества, уровень жизни, заработная плата, социальное неравенство населения.*

The dynamics of the main socio-economic indicators, in particular the standard of living of people, as an important component of human capital development in Ukraine is investigated. Problematic aspects have been identified which do not allow to ensure the European standard of living of the population in Ukraine concerning the content and setting of minimum wage, average wage, low share of wages in GDP and production costs, etc. Emphasis is placed on the dynamics of changes in the remuneration of agricultural workers. It is revealed that with almost annual growth of the nominal wage of agricultural workers, its size is much smaller than the average wage in the economy. It was found that despite the positive trends in raising the minimum wage, in terms of living standards Ukraine is almost twice behind the countries of Europe and Central Asia. The features of the components of the Human Development Index in Ukraine in comparison with the countries of Europe and Central Asia for 2018 have been substantiated. Thus, if by the life expectancy index of birth in Ukraine is not too far behind the corresponding indicator, and even in terms of the average number of years of study it even exceeds, then by the level of life it is almost twice behind. Over the period 1990–2018, GNI per capita in Ukraine declined more than a quarter. Social inequality of the different population groups is a significant factor in the development of human capital in Ukraine. A comparison of the volume and structure of income and expenditure of rural and urban residents has made it possible to find that people in rural settlements receive lower aggregate incomes, their growth rates are lower, their share with incomes below the subsistence level is twice as high, and the share of wages in the income of rural residents is one-third lower. The cost structure of both urban and rural residents is irrational and does not correspond to the level of EU countries; in particular, in Ukraine the share of food expenditure is more than half. The analysis of actual indicators of the standard of living of the population, the study of their peculiarities in urban and rural settlements is the basis for the formation of administrative decisions in order to adequately solve the existing problems in the sphere of ensuring the European standard of living of the population of Ukraine.

Key words: *human capital, human development, standard of living, wages, social inequality of the population.*

Постановка проблеми. Україною цілеспрямовано здійснюються кроки на шляху до євроінтеграції. Пріоритетним напрямом досягнення вищого рівня суспільного розвитку у країнах ЄС є формування сучасного людського капіталу. Зокрема, Стратегією розвитку країн – членів ЄС (Стратегія Європа 2020) є мета розумного, сталого та всеохоплюючого зростання, що передбачає досягнення довгострокового тривалого та постійного підвищення якості життя людей [1].

Статтею 40 Угоди про асоціацію України з ЄС теж передбачено такі заходи, як покращення якості життя населення, зменшення бідності, зростання кількості робочих місць та поліпшення їхньої якості, створення гідних умов праці тощо [2]. Однак законодавчо проголошені завдання не завжди реалізуються повною мірою, здебільшого це зводиться до окремих заходів у сфері освіти та охорони здоров'я. До того ж, численні реформи, які проводяться в Україні, не супроводжуються попередніми науковими дослідженнями щодо впливу цих реформ на людей, збереження людського потенціалу, рівня життя населення, що привело до суттєвих втрат вітчизняного людського потенціалу. Так, згідно з дослідженнями вчених [3], частка людського капіталу у структурі національного

багатства у 2000–2005 рр. порівняно з 1990 р. зменшилася на 8% і становила 47%. Особливо критичною ситуація виявилася з формуванням, використанням та розвитком людського потенціалу сільських поселень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання розроблення теоретичних та практичних засад людського капіталу знаходяться у полі зору багатьох учених, таких як О.Є. Кузьмін, О. Піщуліна, Т. Юрочко, М. Міщенко, Я. Жаліло та багато інших.

Специфіку розвитку людського капіталу в аграрному секторі України досліджують О.М. Бородіна, О.В. Риковська, І.В. Прокопа та інші.

Незважаючи на наявність багатьох праць із питань розвитку людського капіталу, окремі напрями потребують продовження досліджень. Так, наявними науковими дослідженнями вчених недостатня увага надається соціальним передумовам євроінтеграції України, зокрема це стосується специфіки розвитку людського капіталу в сільських населених пунктах. Зазначене й зумовило вибір теми нашої публікації.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження рівня життя людей (як важливого складника розвитку людського капіталу), що проживають у сільських поселеннях, за основними показниками та порівняння їх із відповідними у країнах – членах ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підготовка до євроінтеграції є складним і багатоаспектним процесом, а кожна країна, яка прагне стати повноправним членом ЄС, повинна насамперед побудувати Європу на своїй території, організувати життєдіяльність суспільства за єдиними стандартами ЄС [4, с. 18]. Тому кінцевою метою побудови соціально орієнтованої ринкової економіки в Україні повинно бути підвищення рівня і якості життя людей і доведення його до рівня економічно високорозвинених країн світу. Рівень життя – це показник добробуту людей, який передусім характеризує рівень споживання благ. Поняття якості життя є ширшим і, крім вказаного, передбачає всебічний розвиток людини та асоціюється з чинними соціальними стандартами та фінансовими можливостями країни [5, с. 153].

Важливим чинником розвитку людського капіталу виступає розмір заробітної плати працівників. Як свідчать дані (табл. 1), розмір середньомісячної номінальної заробітної плати постійно збільшується, така ж тенденція майже щороку характерна і для реальної заробітної плати, однак темпи росту останньої завжди є меншими. Зазначене означає, що значною мірою підвищення номінальної заробітної плати нівелюється інфляцією. Водночас, як підтверджено досвідом країн Центральної та Східної Європи, між рівнем заробітної плати й економічним зростанням в країні є тісний зв'язок, адже початок демократичних змін зафіксовано за умови, коли річний дохід на особу становить більше 1500 дол., а безповоротні економічні зміни – коли відповідний показник досягає 6–7 тис. дол. [6, с. 21].

Точкою відліку, базою обрахунку рівня заробітної плати працівників повинна бути мінімальна заробітна плата. З цього приводу варто зазначити, що в шести із двадцяти восьми країн членів ЄС її взагалі не встановлюють, а решту країн співдружності умовно поділяють на три групи [7]. До першої групи відносять країни, в яких розмір мінімальної заробітної плати не перевищує 500 євро, до другої – знаходиться в межах від 500 до 1000 євро, а до третьої – понад 1000 євро. При цьому найменшим є розмір мінімальної заробітної плати в Болгарії (261євро), тоді як в Україні у січні 2018 р. цей показник був у 2,4 раза меншим (108 євро).

Сам зміст і призначення мінімальної заробітної плати в Україні і країнах ЄС суттєво відрізняється. Якщо в останніх вона забезпечує збереження професійного здоров'я працівника, підвищення кваліфікації, підготовку до праці нового покоління, задоволення потреб сім'ї, тобто розширене відтворення робочої сили, то в Україні її розмір є недостатнім навіть для простого відтворення робочої сили безпосереднього працівника [8].

За висновками МВФ, Україна займає одне з останніх місць у світі за рівнем оплати праці, вона відноситься до трійки країн (куди входять також Вірменія та Індонезія), що характеризуються найменшим розміром мінімальної та середньої заробітної плати. До речі, 52% зарплат в Україні за розміром наближаються до мінімальної заробітної плати, тоді як у Грузії цей показник становить лише 2,8% [9].

Особливо складною є ситуація із заробітною платою у сільському господарстві, адже вже за 1990–1995 рр. суттєво змінилися галузеві співвідношення у розмірах оплати праці працівників. Якщо у 1990 р. індекс оплати праці працівника у сільському господарстві, мисливстві, лісовому господарстві становив 105,0% до середнього по економіці, то у грудні 1995 р. – лише 50,7%. Незважаючи на відносне зростання номінальної заробітної плати працівників сільського господарства, мисливства, лісового господарства у 2018 р., її абсолютне значення становило 7557 грн проти 8865 грн по економіці загалом, або лише 85,2%. Існуючий рівень заробітної плати в сільському господарстві не дозволяє реалізовувати функції заробітної плати: відтворювальну та стимулюючу.

Однією із причин зазначеного виступає той факт, що в сільському господарстві з самого початку ринкових перетворень значно погіршилися умови відтворення всіх факторів виробництва, насамперед трудових, через недосконалу цінову політику держави, адже ціни промислової продукції, що

споживається у сільському господарстві, в середньому за 1992–1994 рр. перевищували ціни реалізації продукції сільського господарства в 1,5 раза. Надалі суттєві відхилення останніх відзначалися у 1998 р., 2002 р., 2004–2006 рр., 2013 р. За період 2001–2017 рр. ріст цін на продукцію, що виробляється сільським господарством, становив 7 разів, тоді як на продукцію та послуги промисловості, що споживаються в галузі, – більш ніж 11 разів.

Підтвердженням низького рівня заробітної плати в Україні, знецінення людського капіталу є низька частка витрат на оплату праці у ВВП та витратах на виробництво продукції. Така тенденція є характерною для країн, що дотримуються політики дешевої робочої сили та недооцінки кваліфікованої праці. За період 1995–2018 рр. в структурі ВВП за категоріями доходу різко зменшилася частка витрат на оплату праці (із 43,5% до 39,2%). Для порівняння, вказаний показник у країнах ЄС становить близько 65% [6, с. 21].

Частка витрат на оплату праці у структурі операційних витрат в Україні у 2006–2011 рр. була 5–6%, тоді як у розвинених країнах Західної Європи – близько 45% [8]. Частка витрат на оплату праці у загальних витратах на виробництво продукції у сільськогосподарських підприємствах зменшилася із 33,6% у 1995 р. до 5,7% у 2018 р. Збільшити частку оплати праці у витратах на виробництво на підприємствах можливо за рахунок зменшення питомої ваги матеріальних витрат, а це вимагає впровадження інновацій усіх видів і, відповідно, зростання продуктивності праці.

Інтегральним індексом рівня життя, який використовується міжнародною спільнотою, є індекс людського розвитку (ІЛР). Починаючи із 2019 р. було змінено підходи до визначення складників окремих показників. Для визначення одного з компонентів ІЛР, а саме якості життя, відтепер використовують показник валового національного доходу (ВНД), розрахованого за паритетом купівельної

Таблиця 1

Динаміка основних соціально-економічних показників в Україні

Показники	Рік					
	1995	2000	2005	2010	2015	2018
Частка оплати найманих працівників у ВВП (за категоріями доходу)	43,5	42,3	49,1	48, 2	39,1	39,2*
Індекс середньомісячної номінальної заробітної плати по економіці в цілому	514,0	129,6	136,7	120,0	123,6	124,8
Індекс середньомісячної реальної заробітної плати по економіці в цілому	110,6	99,1	120,3	110, 2	109,0	112,5
Оплата праці штатних працівників сільського господарства до середнього показника по економіці в цілому, %	50,7	49,6	54,2	65,7	74,8	80,8
Індекс середньомісячної номінальної заробітної плати найманих працівників у сільському господарстві, мисливстві, лісовому господарстві	405,2	129,2	140,5	77, 2	129,5	124,4
Частка витрат на оплату праці у загальних витратах на виробництво продукції у сільськогосподарських підприємствах	33,6	13,7	14,4	9,1	5,0	5,7
Дані 2017 року						

Джерело: складено за даними [10]

Таблиця 2

Структура сукупних ресурсів домогосподарств України

	2000 р.		2010 р.		2018 р.	
	поселення		поселення		поселення	
	міські	сільські	міські	сільські	міські	сільські
Усього сукупних ресурсів, грн.	406,8	458,4	3605,1	3164,6	10121,5	9455, 2
Структура сукупних ресурсів, %						
Грошові доходи	75,3	54,0	93,1	82,4	92,6	83,9
У т.ч. оплата праці	46,6	18,7	54,1	32,0	60, 2	41,6
Доходи від продажу сільськогосподарської продукції	1,1	13,4	0,5	10,9	0,4	7, 2
Інші грошові доходи	27,6	21,9	38,5	39,5	32,0	35,1
Вартість спожитої продукції, отриманої з особистого підсобного господарства та від самозаготівель	8,0	34,9	1,7	12,9	1,1	9,6
Інші надходження	16,7	10,1	5, 2	4,7	6,3	6,5

*Джерело: складено за даними: [10] * на одне домогосподарство.*

спроможності (ПКС) 2011 р. [11]. За підсумками 2018 р. Україна посіла 88 позицію із 189 країн світу за ІЛР. За період 1990–2018 рр. для загального показника ІЛР характерна тенденція зростання із 0,705 до 0,750. Проте аналіз динаміки окремих складників ІЛР засвідчив таке. Якщо за досліджуваний період за першими двома складниками спостерігалося збільшення, зокрема, очікувана тривалість життя українця зросла на 2,1 року, а середня кількість років навчання – на 2,7 року, то третій складник, а саме ВНД на душу населення, скоротився більш ніж на чверть (25,6%). Принагідно додати, що за показником очікуваної тривалості життя при народженні Україна не надто відстає від відповідного показника у країнах Європи та Центральної Азії (72,0 проти 74,2), а за показником середньої кількості років навчання навіть випереджає цю групу країн (11,3 проти 10,2). А от за рівнем життя, що відображається у ВНД на душу населення, Україна майже вдвічі відстає від цієї групи країн, а від Казахстану – майже втричі (7,994 проти 15,498 та 22,168).

Рівень життя окремого громадянина визначається рівнем та структурою його сукупних ресурсів та витрат. Як свідчать дані (табл. 2), структура сукупних ресурсів сільських домогосподарств за 2000–2018 рр. була нестабільною і відрізнялася від відповідної по міських домогосподарствах. Передусім відмінними у них були обсяги сукупних доходів, а також темпи їхнього зростання.

Зокрема, за 2000–2018 рр. темп зростання сукупних доходів по сільських домогосподарствах становив 20,6 раза, тоді як по міських – 24,9 раза. У сільських домогосподарствах значно меншою, ніж у міських, є частка грошових доходів, хоча слід вказати на поступове скорочення вказаної різниці. Частка оплати праці у сукупних ресурсах сільських домогосподарств за досліджуваний період збільшилася із 18,7% у 2000 р. до 41,6% у 2018 р. Проте цей показник все ж залишається майже на третину меншим, ніж у міських жителів. Натомість у сільських домогосподарствах значно більшою є частка доходів від продажу сільськогосподарської продукції (7, 2% у 2018 р. проти 0,4% у міських домогосподарствах) та частка продукції, отриманої з особистого підсобного господарства та від самозаготівель (відповідно 9,6% та 1,1%).

Аналізуючи структуру сукупних витрат домогосподарств України (табл. 3), слід зауважити, що структура витрат домогосподарств (як міських, так і сільських) є нераціональною і далеко не відповідає структурі витрат у розвинутих країнах. Фактично у 2018 р. як у сільських, так і у міських жителів більше половини у структурі витрат становили витрати на продовольство, тоді як в економічно розвинених країнах ЄС встановлений рівень цього показника у 8–20% [8]. Особливостями витрат населення у сільських поселеннях є менший обсяг сукупних витрат та значно менша частка витрат на непродовольчі товари, ніж у міських поселеннях.

Суттєвим чинником розвитку людського капіталу в Україні виступає соціальна нерівність населення, адже збільшення нерівності призводить до збільшення втрат у людському розвитку. Підтвердженням зазначеного є введення показника нерівності людського розвитку (ІНЛР) в дослідженнях ПРООН, що представлені у Доповіді про людський розвиток [11]. Оскільки показник нерівності в Україні у 2017 р. становить 6,5%, це приводить до зменшення показника ІЛР із 0,750 до 0,701. Глибинні причини цього явища полягають у галузевій диференціації оплати праці працівників, у різних можливостях доступу до користування державним та суспільним майном, у майновій нерівності, що виникла під час здійснення процесів приватизації у країні, у недосконалій із соціального погляду політиці розподілу доходів, яка спрямована на задоволення потреб невеликого прошарку суспільства [12]. Сучасний стан диференціації доходів населення України умовно характеризують такі дані: 5% багатих українців мають у власності 65% багатства, 60% бідних людей – володіють п'ятьма відсотками багатства, а 35% осіб середнього класу – володіють 30% багатства [13, с. 6].

Таблиця 3

Структура сукупних витрат домогосподарств

	2000 р.		2010 р.		2018 р.	
	поселення		поселення		поселення	
	міські	сільські	міські	сільські	міські	сільські
Сукупні витрати,	547,3	528,1	3209,8	2765,6	8642,8	7618,7
Структура сукупних витрат, %:						
Споживчі сукупні витрати	93,8	92,5	91,0	87,4	93,1	90,0
Продовольчі товари	65,3	74,1	55,6	59,9	52,0	54,6
Непродовольчі товари	28,5	18,4	35,4	27,5	41,1	35,4
Оплата житла, комунальних продуктів та послуг	8,1	4,2	8,6	4,9	15,0	11,4
З них сума пільг та субсидій	2,5	1,8	0,6	0,5	3,0	4,0
Неспоживчі сукупні витрати	6,2	7,5	9,0	12,6	6,9	10,0

Джерело: складено за даними: [10]

У 2018 р. 41,1% сільських жителів отримували доходи до 3000 грн, тоді як серед міських частка таких осіб становила лише 26,4%. Натомість частка міських жителів із середньодушовим еквівалентним доходом понад 4800 грн становила більше третини, тоді як частка сільських із таким доходом не досягала і п'ятої частини. У сільській місцевості у 2005 р. 78,9% населення отримували грошові доходи, менші за прожитковий мінімум. До 2018 р. ця частка зменшилася до 7,1%, однак цей показник залишився більш ніж удвічі вищим, ніж у містах.

Висновки з проведеного дослідження. Прагнення України бути повноправним членом європейського співтовариства вимагає рішучих практичних дій щодо підвищення рівня та якості життя населення. Адже нині за рівнем життя, що відображається показником ВНД на душу населення, Україна майже вдвічі відстає від європейських країн.

Дослідженням встановлено, що попри наявність позитивних тенденцій у підвищенні рівня мінімальної заробітної плати він є недостатнім навіть для простого відтворення робочої сили працівника, а середня заробітна плата далеко не відповідає європейському рівню. Заробітна плата працівника сільського господарства становить лише 85,2% від середнього показника в економіці загалом. Такі показники рівня життя людей, як частка оплати праці у ВВП та у витратах на виробництво продукції, є низькими і не досягають рівня країн ЄС. Обґрунтовано, що в Україні рівень життя сільських жителів є значно гіршим, ніж міських. Так, у жителів сільських поселень меншими є обсяги сукупних доходів, а також темпи їх зростання, у них на третину меншою є частка оплати праці у сукупних доходах, ніж у жителів міст. За значного зменшення частки сільського населення з доходами, меншими за прожитковий мінімум, у 2018 р. до 7,1%, цей показник залишився більш ніж удвічі вищим, ніж у містах. Структура витрат домогосподарств (як міських, так і сільських) є нераціональною і далеко не відповідає структурі витрат у розвинутих країнах. Аналіз фактичних показників рівня життя населення, вивчення їхніх особливостей у міських та сільських поселеннях є базою формування управлінських рішень із метою адекватного вирішення наявних проблем у сфері забезпечення європейського рівня життя населення України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Europa 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. – Communication from the Commission, Brussels, 3 March 2010. URL: http://eur-lex.europa.eu/legal content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX: 52010DC2020&from=EN.

2. Угода про асоціацію з ЄС. 2017. URL: eu–ua.org/tekst–uhaly–pro–asotsiatsiatsiiu (дата звернення: 30.01.2020).

3. Розвиток людського капіталу на шляху до якісних реформ: аналітична доповідь / Піщуліна О., Юрочко Т., Міщенко М. [та ін.]; за ред. О. Піщуліної. URL:http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018LUD KAPITAL.pdf (дата звернення: 30.01.2020).

4. Аграрний сектор на шляху до євроінтеграції : монографія / авт. кол. : Бетлій М. та ін.; за ред. О. М. Бородіної. Ужгород : ІВА, 2006. 496 с.

5. Україна у 2005–2009 рр.: стратегічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку : монографія / за ред. Ю.Г. Рубана. К. : НІСД, 2009. 655 с.

6. Методологічні та прикладні аспекти праці та соціальної політики / За ред. Т.М. Кір'ян. К. : ДП «Вид-во «Соцінформ», 2008. 384 с.

7. Якою є мінімальна заробітна плата в країнах Європи. Цікаве дослідження. URL: https: //ukrreporter.cona.ua (дата звернення: 30.01.2020).

8. Інформаційно аналітичні матеріали до засідання НТСЕР до питання про стан реформування оплати праці. Київ. 2014. URL: www.ntser.gov.ua>split > files>content>p1–ps (дата звернення: 30.01.2020).

9. Порівняльний аналіз оподаткування фондів заробітної плати та видатків бюджету в окремих країнах СНД, ЄС, Азії, Латинської Америки. В. Дубровський, Я. Черкашин. Київ, 2018. URL: httpps: //rpr.org.ua>Dosllidzhennya–rosmir–derzhavy (дата звернення 30.01.2020).

10. Статистичний щорічник України за 2018 рік / за ред. І. Вернера. Київ : Державна служба статистики, 2019. 541 с.

11. Доповідь про стан людського розвитку – 2019. Нерівність у людському розвитку в 21 столітті Аналітична записка за країнами, що представлені в Доповіді про стан людського розвитку за 2019 рік. URL: Ukraine–(ukr)–HDR–2019.pdf (дата звернення: 30.01.2020).

12. Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні / За ред. В.М. Гейця. Х. : Форт, 2003. 440 с.

13. Черняк В. Держава повинна захищати справедливість, або що таке капіталізм із людським обличчям / В. Чернякю. *Голос України.* 2009. № 242 (4742), 19 груд. С. 6–7.

REFERENCES:

1. Europa 2020. (2010). A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. – Communication from the Commission, Brussels, 3 March 2010. URL: http://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC2020&from=EN (accessed 30 January 2020).

2. Uhoda pro asotsiatsiyu z YeS. (2017). [Association Agreement with the EU]. Available at: eu–ua.org/tekst–uhody–pro–asotsiatsiatsiiu (accessed 30 January 2020).

3. Pishchulina O., Yurochko T., Mishchenko M. (2018). Rozvytok lyudskoho kapitalu na hlyakhu do yakisnykh reform. [Human capital development on the path to quality reforms]: Analytical report. Kiev. Available at: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018LUD KAPITAL.pdf (accessed 30 January 2020).

4. Borodina O. (2006). Ahrarnyy sector na shlyakhu do yevrointehratsiyi [Agrarian sector on the road to European integration]. Uzhhorod: IBA. (in Ukrainian)

5. Ruban Yu. (2009). Ukrainian u 2005–2009 rr.: stratehichni otsinky suspilno-politychnoho ta sotsialno-ekonomichnoho rozvytku [Ukraine in 2005–2009: strategic assessments of socio-political and socio-economic development]. Kyiv : NISD. (in Ukrainian)

6. Kiryan T. (2008). Metodolohichni ta prykladni aspekty pratsi ta sotsialnoyi polityky [Methodological and applied aspects of labor and social policy]. Kyiv: DP «Vyd-vo «Sotsinform». (in Ukrainian)

7. Yakoyu ye minimalna zarobitna plata v krayinakh Yevropy. Tsikave doslidzhennya (2019). [What is the minimum wage in Europe. Interesting research]. Available at: httpps: //ukrreporter.cona.ua (accessed 30 January 2020).

8. Informatsiyino analitychni materialy do zasidannya NTSER do pytannya pro stan reformyvannya oplaty pratsi (2014). [Information analytical materials for the NTSER meeting on the issue of the state of remuneration reform]. Available at: www.ntser.gov.ua>split >files>content>p1–ps (accessed 30 January 2020).

9. Dubrovskyi Ya., Cherkashyn Ya. (2018). Porivnyalnyi analiz opodatkuvannya fondiv zarobitnoyi platy ta vydatkiv byudzhetu v okremykh krayinarh SND, YeS, Azii, Latynskoyi Ameryky. [Comparative analysis of payroll taxation and budget expenditures in CIS, EU, Asia, Latin America]. Available at: httpps: //rpr.org.ua> Dosllidzhennya–rosmir–derzhavy (accessed 30 January 2020).

10. Verner I. (2019). Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2018 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2018]. Kyiv :Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny. (in Ukrainian)

11. Dopovyd pro stan lyudskoho rozvytku – 2019. Nerivnist u lyudskomu rozvytku21 stolitti. Analitychna zapyska za krayinamy, shsho predstavleni v dopovydi pro stan lyudskoho rozvytku za 2019 rik. [Human Development Report 2019 Human Development Inequalities in the 21st Century Analytical Note on Countries presented in the 2019 Human Development Report]. Available at: Ukraine–(ukr)–HDR–2019.pdf (accessed 30 January 2020).

12. Geyets W. (2003). Transformatsiyini protsesy ta ekonomichne zrostannya v Ukraini. [Transformation processes and economic growth in Ukraine]. Kharkiv: Fort. (in Ukrainian)

13. Chernyak V. (2009). Derzhava povynna zakhychchaty spravedlyvyst, abo chcho take kapitalizm iz lyudskym oblychchyam [The state must protect justice, or what is capitalism with a human face].Golos Ukrainy. Vol. 242. 6–7.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ РИНКОВОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF MARKET ECONOMY

УДК 330.322
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-8

Бохонко І.В.
к.е.н., асистент кафедри менеджменту організацій
Національний університет «Львівська політехніка»
Жигало І.І.
к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту організацій
Національний університет «Львівська політехніка»
Слободюк А.
магістр
Національний університет «Львівська політехніка»

Bokhonko Iryna
National University «Lviv Polytechnic»
Zhygalo Ivan
National University «Lviv Polytechnic»
Slobodiuk Alla
National University «Lviv Polytechnic»

У статті досліджено стан інвестиційної привабливості України та особливості інвестиційного клімату на сучасному етапі розвитку. Інвестиційна привабливість України є одним з найважливіших елементів, на якому базується добробут держави, розвиток економіки, виробництва, підприємства та бізнесу. При сприятливих умовах інвестування в Україну це сприятеме розширенню ефективності інвесторів, розширенню механізмів та інструментів інвестування та затримці інвестиційних проектів. Буде розвиватися збільшення інвестицій в економіку України та соціально-економічний розвиток регіонів. Авторами виявлено основні причини погіршення інвестиційного середовища та запропоновано шляхи поліпшення його. Проаналізовано позиції України у міжнародному інвестуванні та її міжнародний рейтинг. На основі SWOT – аналізу здійснено аналіз інвестиційної привабливості та запропоновано вектор спрямованості стратегічного орієнтиру покращення інвестиційного клімату України.

Ключові слова: *інвестиційна привабливість, інвестиції, інвестиційний клімат України, стратегія, аналіз.*

В статье исследовано состояние инвестиционной привлекательности Украины и особенности инвестиционного климата на современном этапе развития. Инвестиционная привлекательность Украины является одним из важнейших элементов, на котором базируется благосостояние государства, развитие экономики, производства, предприятия и бизнеса. При благоприятных условиях инвестирования в Украине это сприятеме расширению эффективности инвесторов, расширению механизмов и инструментов инвестирования и задержке инвестиционных проектов. Будет развиваться увеличение инвестиций в экономику Украины и социально-экономическое развитие регионов. Авторами выявлены основные причины ухудшения инвестиционной среды и предложены пути улучшения его. Проанализированы позиции Украины в международном инвестировании и ее международный рейтинг. На основе SWOT – анализа осуществлен анализ инвестиционной привлекательности и предложено вектор направленности стратегического ориентира улучшения инвестиционного климата Украины.

Ключевые слова: *инвестиционная привлекательность, инвестиции, инвестиционный климат Украины, стратегия, анализ.*

The article deals with the state of investment attractiveness of Ukraine and peculiarities of the investment climate at the present stage of development. Today, attracting investment contributes to the introduction of new technologies, the renewal of worn-out fixed assets, the creation of new ones, jobs and other important components that contribute to the development of countries, their regions and industries. Striving for openness of the economy, increasing the competitiveness of national production, gaining confidence in participation in international financial exchange causes the world market the need to create conditions for attracting foreign investment. The hallmark of investment attractiveness is the importance of improvement investment climate thanks to a coherent set of interconnected activities policies of public institutions and private entities in the absence of external ones significant negative factors of influence. However, only one factor is sufficient dramatically reduce the country's attractiveness to investors. In conditions of investment deficit resources, an entity that has its own means or ability to attract them in one way or another, always faces the choice of region, industry and enterprise where it will be implemented investment project. The basis of this choice is to evaluate the investment attractiveness of the object investment. Such an assessment should answer the question of where, when and how much resources can be channeled by the investor in the investment realization process. The authors identified the main reasons for the deterioration of the investment environment and suggested ways to improve it. The positions of Ukraine in international investment and its international rating are analyzed. On the basis of the SWOT analysis, the investment attractiveness analysis was carried out and the vector of the strategic orientation of improving the investment climate of Ukraine was proposed. In order to overcome the shortcomings and further improve investment attractiveness of Ukraine, stimulation of foreign direct investment in the Ukrainian economy should become a key element of public policy and include improvement of the legal framework of investment activity, transparency of the privatization process, stimulation of attraction of investments in intellectual capital, development corporate governance, forming a positive image of the country for foreign investors.

Key words: *investment attractiveness, investment, investment climate of Ukraine, strategy, analysis.*

Постановка проблеми. Сьогодні Україна в час великих перетворень, нестабільності ступає великими кроками до нового етапу економічного розвитку. Процвітання країни в першу чергу залежить від загального добробуту населення, зростання життєвого рівня в країні. На все це значний вплив має інвестиційна привабливість держави для потенційних іноземних інвесторів. А вже від обсягів інвестування та напрямків вкладення капіталу значною мірою залежить розвиток соціально-економічних питань та економіки загалом. Будь-якій державі, яка хоче розвитку та процвітання дана проблема є дуже важливою. На сьогодні для економічного розвитку нашої держави обсяг внутрішніх фінансових ресурсів є недостатнім. У зв'язку з чим, привабливими стають кошти іноземних інвесторів.

Наявність сприятливого інвестиційного клімату забезпечує довіру та впевненість потенційних інвесторів у доцільності та безпечності вкладення фінансових ресурсів у потенційно привабливі об'єкти. Для його підвищення застосовують певні рішення, проте на сьогоднішній день цього не достатньо і клімат інвестицій залишається в негативній площині. Такий стан стримує Україну в модернізації економіки, виходу із системної кризи та зростання життєвого рівня населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика інвестиційного клімату України

активно досліджується та обговорюється з року в рік. Ухвалено низку законів та інших нормативно-правових актів.

Серед науковців, які досліджували питання, пов'язані з інвестиційною привабливістю слід відмітити таких, як Г.І. Рзаєв, В.О. Вакулова, які окреслили методики оцінки інвестиційної привабливості[1], Т.В. Кулініч, М.А. Мричко, які назвали можливі шляхи підвищення інвестиційної привабливості України[2], Г. Грицаєнко, М. Грицаєнко, які проаналізували інвестиційну привабливість України порівняно з країнами-колишніми республіками СРСР[3] та ін.

Великою популярністю сьогодні користуються результати аналізу інвестиційної привабливості країн, представлені відомими інвестиційними, посередницькими та консалтинговими компаніями і рейтинговими агентствами, а також великими корпораціями, біржами і фінансовими групами та бізнес-журналами, що представляють їхні інтереси.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження проблем інвестиційної діяльності в Україні, причини погіршення вітчизняного інвестиційного клімату та визначення шляхів його покращення. Досліджуючи динаміку залучення інвестицій в Україні важливо вирішити низку завдань, зокрема: обґрунтувати доцільність здійснення інвестування в економіку України; узагальнити проблеми, з якими зіштовхуються іноземні та національні інвестори. У роботі визначено найголовнішу серед існуючих деструктивних тенденцій це проблема нестачі інвестиційних ресурсів у економіці України та відсутність умов для створення сприятливого інвестиційного клімату. Висока інвестиційна привабливість є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності країни, забезпечення високих і стійких темпів економічного зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні механізми розвитку економічних систем, на які впливає ринок трансформації диктують необхідність реформування існуючих підходів до забезпечення фінансових ресурсів держави. Нестабільна економічна та політична ситуація в Україні, посилення негативних наслідків світової фінансової кризи потребує більш тісного розвитку та уваги керівництва країни процесам стабілізації економічного зростання.

Без регулярних вливань капіталу в економіку будь-якої країни, її функціонування неможливо. Примноження національного багатства є складним процесом, який залежить від сукупності невід'ємних один від одного факторів. Для того щоб вкладення грошових активів в галузі народного господарства здійснилося, необхідно, щоб цей процес був кимось ініційований. В якості інвесторів можуть виступати приватні особи, підприємства, фінансові посередники та держава.

На сьогоднішній день в Україні система державної підтримки інвестиційної діяльності потребує значних змін та доповнень, що негативно впливає на інвестиційну активність суб'єктів господарювання.

На сьогоднішній день в Україні інвестиційна активність внутрішніх та зовнішніх інвесторів значною мірою стримується за рахунок несприятливого інвестиційного клімату, який є наслідком цілого ряду факторів.

Суб'єкти інвестиційного процесу, перш ніж реалізувати інвестицію, оцінюють всі можливі ризики операції і її доцільність. Якщо інвестор бажає вкласти гроші в розвиток певного підприємства або проекту, він аналізує всю сукупність економічних, гуманітарних, політичних, демографічних, юридичних, екологічних та геополітичних чинників, які характеризують конкретну країну або її окремий регіон. Сукупність названих факторів і визначає інвестиційний клімат держави.

Якщо глянути на світовий ринок, то там попит на вільні інвестиційні ресурси значно перевищує пропозицію, тому держави прагнуть створювати максимально сприятливі умови для залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій.

Тому у багатьох країнах податковою системою передбачено низку пільг на оподаткування прибутку, диференціація податкових пільг в залежності від розмірів інвестицій, зниження податкових ставок в залежності від сфери вкладання коштів, а також зниження податків для підприємств з іноземними інвестиція. Всі ці рішення здатні привабити інвесторів.

Україна хоч і повільно, але впевнено піднімається у щорічному рейтингу «Ease of Doing Business»: на сьогодні Україна піднялась на 7 сходинок у легкості ведення бізнесу і посіла 64 місце з 190 країн, однак, українське право, що регулює діяльність суб'єктів економічної діяльності, залишається дуже негнучким. Перш ніж почати реалізацію будь-яких інвестиційних планів в Україні, варто знайти відповіді на низку питань юридичного характеру.

Основними причинами зниження активності інвестиційної діяльності в Україні є: несприятливий інвестиційний клімат; недосконала законодавча база; неналежна підготовка інвестиційних проектів та програм та їх недієвість; нерозвиненість інвестиційних інструментів та інвестиційного ринку.

Отож, важливим джерелом коштів для розвитку національної економіки є іноземні інвестиції. На рис. 1 представлено обсяг іноземних інвестицій в динаміці з 2010–2019 роки станом на перше півріччя.

З рис. 1 видно досить значні коливання обсягів іноземних інвестицій. За досліджуванні десять років найбільшими вони були на початку 2014 року, і у 2015 році відбулося різке зменшення обсягів.

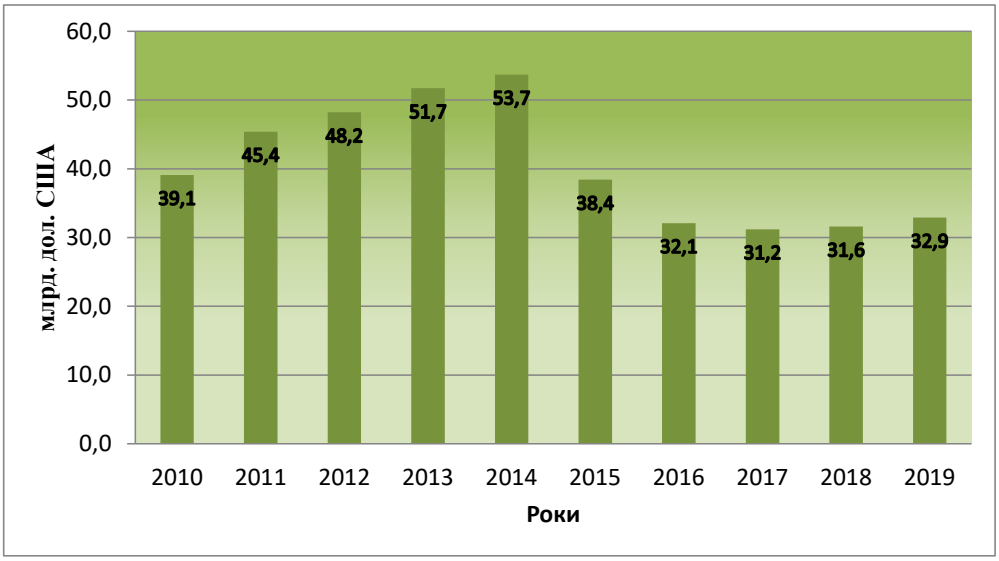


Рис. 1. Обсяг прямих інвестицій в економіці України впродовж 2010–2019 рр.

Джерело: складено за даними [6]

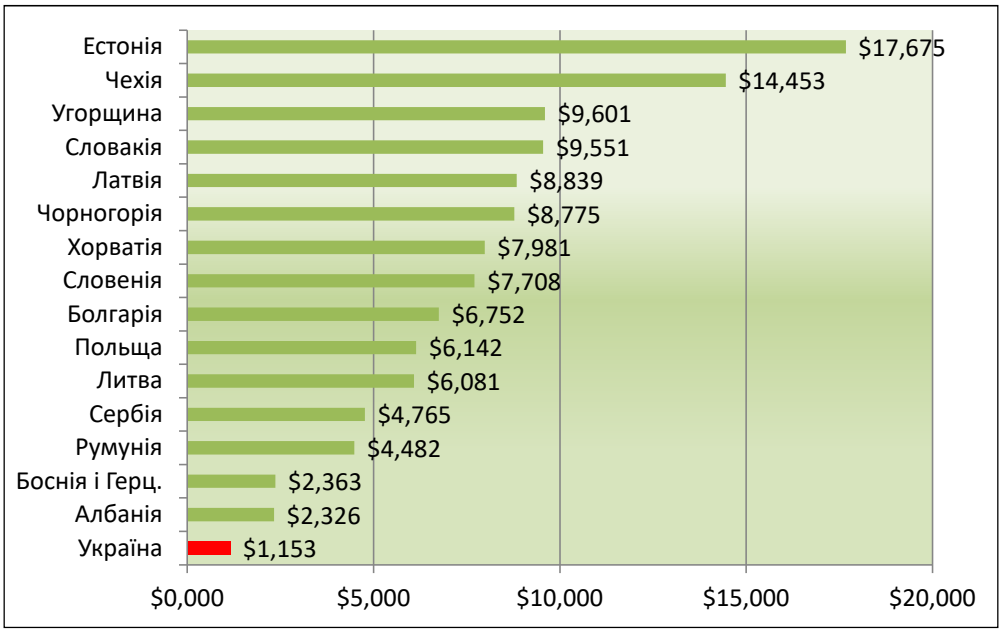


Рис. 2. Обсяг прямих іноземних інвестицій на душу населення станом на 2018 рік у дол. США

Джерело: складено за даними [7]

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в економіці України по регіонах станом на січень-червень 2019 року

Частини	Обсяги станом на		Темп приросту (+,-), млрд. дол. США
	01.01.2019	01.07.2019	
	млрд. дол.США		
Західна	2,93	2,99	+0,06
Східна	2,38	2,52	+0,14
Північна	2,45	2,51	+0,06
Південна	6,11	6,27	+0,16
Центральна	1,65	1,79	+0,14
м. Київ	17,37	17,66	+0,29

Джерело: складено на основі [6]

Враховуючи те, що на території України почалися військові дії, нестабільна політична ситуація змінилися в негативну сторону тенденція прямих іноземних інвестицій. Проте у 2019 році ми бачимо незначне, але зростання обсягів інвестицій.

Щоб оцінити обсяги іноземних інвестицій в Україні в порівнянні з іншими країнами світу розглянемо рис. 2. За даного рисунку ми бачимо, що обсяг прямих іноземних інвестицій на душу населення серед представлених країн в Україні найнижчий. Це говорить про те, що хоча динаміка залучення іноземних інвестицій в національну економіку є позитивною, проте на фоні інших держав, вона зростає дуже малими темпами.

Акумулюючи іноземний капітал та забезпечуючи доступ до сучасних технологій і менеджменту, регіональна політика залучення інвестицій націлена на вирішення соціальних програм, що є в регіоні, та є чинником забезпечення сталого економічного зростання.

Нами згруповано області України за географічним розміщенням так, що до західних областей зараховано Закарпатську, Львівську, Івано-Франківську, Чернівецьку, Тернопільську, Рівненську, Хмельницьку та Волинську області; до Східних областей – Харківську, Луганську, Донецьку області; до Південних областей Одеську, Херсонську, Миколаївську, Запорізьку та Дніпропетровську області; до Північних областей – Житомирську, Київську, Сумську, Чернігівську області; і до Центральних областей – Вінницьку, Черкаську, Кіровоградську, Полтавську області.

Окремо виділили місто Київ, оскільки він є лідером по надходженню іноземних інвестицій. Київ – найбільший економічний, фінансовий, науково-освітній та культурний центр України, що втілює сучасні світові тенденції суспільного розвитку та новітні технології, місто численних можливостей із комфортними умовами ведення бізнесу та проживання. Завдяки його промисловому, науковому та культурному потенціалу у місті зосереджується велика кількість провідних спеціалістів різноманітних галузей таких як: промисловість, інформаційні технології, торгівля, нерухомість, фінанси тощо, і здобувачів сучасної та якісної освіти[8].

Враховуючи дані, наведені в табл. 1, можемо знову ж таки підтвердити, що у 2019 році відбувається приріст прямих іноземних інвестицій. Адже Дніпропетровщина самодостатній регіон з потужним промисловим та науковим потенціалом, розвинутим сільськогосподарським виробництвом, високим рівнем розвитку транспорту і зв'язку, вигідним географічним положенням та багатими природними ресурсами.

Також досить непогано розвиваються західні області України. Тут найбільше здійснюють іноземних інвестицій у Львівську область. Високий рівень інвестування призводить до активізації діяльності суб'єктів господарювання у сфері інновацій. Так, за результатами дослідження науковців Кулиняка І.Я. та Копець Г.Р. [4, с. 68-69] Львівська область є найбільш інноваційно активною у промисловості у західній Україні. Також автори зазначають, що інвестиційний та інноваційний розвиток стимулює зростання конкурентоспроможності регіонів, міст, підприємств та організацій у сфері успішного здійснення інноваційних та інвестиційних проектів. Незважаючи на це, слід корегувати та оновлювати інноваційно-інвестиційну стратегію розвитку із врахуванням змінних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, ресурсних факторів, потреб замовників/споживачів інновацій (інвестицій).

Варто зазначити, що українське економічне середовище одночасно і приваблює і відштовхує. Хоча Україна й займає стратегічне географічне положення, має багаті природні ресурси та робочу силу з високим рівнем освіти, що робить її привабливим інвестиційним середовищем, вона ще не досягла свого очікуваного потенціалу через те, що не змогла звести до мінімуму втручання держави у дію ринків, усунути адміністративні перепони, що заважають веденню бізнесу, виконати намічені показники приватизації та стати привабливою для іноземних та внутрішніх інвесторів.

Потенційно Україна може бути однією з провідних країн Європи вкладання прямих та портфельних іноземних інвестицій. Цьому сприяє її великий внутрішній ринок, значний промисловий і сільськогосподарський потенціал, а також вигідність геополітичного розташування України на перехресті торговельних шляхів Європи та Азії.

В умовах структурної перебудови економіки Україна потребує у великих іноземних інвестиціях, що на даний момент є гострою проблемою. У більшості країн (США, Німеччина, Франція, Великобританія) саме іноземний капітал був каталізатором інвестиційної діяльності, який відігравав активну роль у розвитку та перебудові економіки. В останні роки така тенденція особливо характерна для економіки нових індустріальних країн Південно-Східної Азії. В обсязі промислового виробництва Бразилії частка спільних та іноземних підприємств у машинобудуванні, металургії, хімії та нафтохімії становить понад 30%. Україні слід використовувати досвід таких країн. Для залучення інвестиції на взаємовигідних умовах з метою вирішення проблем структурної трансформації, розвитку імпортозаміщення галузі та послідовне розширення експортного потенціалу держави.

Вигідне спрямування інвестиційних вкладень потребує чіткого виокремлення державою основних інвестиційних пріоритетів розвитку національної економіки, одним з яких є туризм як одна з найбільш динамічних та перспективних галузей світової економіки, яка істотно впливає

Рис. 3. Динаміка індексі інвестиційної привабливості України станом на 2009–2019 рр.

Джерело: за даними дослідження Європейської Бізнес Асоціації

на економічний розвиток держави та її регіонів, сприяє створенню нових робочих місць, є джерелом поповнення бюджету та припливу валютних надходжень, поєднує прибутковість з економічною рівновагою. Саме тому, враховуючи велике значення туристичної галузі, Українська держава задекларувала туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки [5, с. 148].

Удосконалення законодавчої та організаційної бази для підвищення спроможності механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату та формування основи для збереження та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки є актуальним питанням для подальшого покращення інвестиційного клімату в Україні.

На теперішній час в Україні створено законодавчу базу в сфері регулювання інвестиційної діяльності, яка поступово вдосконалюється з метою досягнення більшого притоку інвестицій та підвищення ефективності їх використання.

Так, Законом України «Про режим іноземного інвестування»[9] для іноземного інвестора в Україні встановлено національний режим інвестиційної та іншої господарської діяльності, тобто рівні умови діяльності з вітчизняним інвестором. Вказаним Законом іноземним інвесторам даються державні гарантії захисту їх капіталовкладень. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації, а їх реквізиція може бути здійснена лише у випадках стихійного лиха.

Важливими правовими документами, які регулюють взаємовідносини між суб'єктами інвестиційної діяльності, являються міждержавні угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій. Вказані договори є гарантом надання справедливого статусу інвестиціям та захисту їх на території іншої держави. Вони підписані з 70 країнами світу[10].

Для того, щоб оцінити відкритість економіки та інвестиційну привабливість двічі на рік Європейська Бізнес Асоціація вимірює індекс інвестиційної привабливості України. За результатами нової хвилі опитування індекс склав 2,85 балів з 5-ти можливих та опинився у негативній площині (рис.3). Причинами негативної тенденції стали трансформаційні процеси в Україні, які впливають на рішення підприємців щодо інвестицій. Для порівняння, показник попереднього періоду становив 3,07 та демонстрував нейтральне ставлення інвесторів до бізнес-клімату країни. Також, варто зазначити, що є труднощі, з якими зіштовхуються безпосередньо іноземні інвестори: необхідність регулярного поновлення дозволу на тимчасове перебування в країні, неможливість безпроблемної репатріації вкладеного капіталу, труднощі відкриття рахунків для нерезидентів, які передбачають необхідність підтвердження кожної трансакції тощо. Серед низки зрушень, що мають позитивне

відображення на інвестиційну діяльність країни варто виокремити наступні: розпочато судову реформу, прийнято закон про валютну лібералізацію, про товариство з обмеженою відповідальністю, вирішено питання щодо відшкодування ПДВ. Ключовими очікуваннями інвесторів від бізнесу залишаються: фактичне зняття обмежень із валютного врегулювання, боротьба з контрабандою та тіньовою економікою, судова реформа, політична стабільність, прозора приватизація, захист прав інтелектуальної власності, покращення інфраструктури.

Отож, узагальнюючи дані [7] виявлено, що головними перешкодами іноземних інвестицій в Україну є: розповсюджена корупція; недовіра до судової системи (інвестори не впевнені у захищеності свого бізнесу); монополізація ринків та захоплення влади олігархами; посилення адміністративного тиску правоохоронних органів; загальне нестабільність політичної ситуації; військовий конфлікт з Росією; обтяжливе та нестабільне законодавство; спільні інтереси політики та бізнесу; зростання трудової міграції з України.

Таким чином, узагальнюючи вище сказану інформацію та для більш яскравого бачення як позитивних, так і негативних сторін інвестиційного клімату України, ми провели SWOT-аналіз, табл. 2. Для того нами були оцінені сильні і слабкі сторони, можливості та загрози згідно спеціально розроблених шкал[11].

Далі визначали сумарні значення інтегральних оцінок по вертикалі (по стовпцям) та по горизонталі (по рядкам) SWOT-матриці[12, с. 119]. Результати розрахунку інтегральних оцінок наведено в табл. 3.

На основі значень інтегральних оцінок визначимо стратегічні орієнтири. Для цього побудуємо графік вектора спрямованості, який дають чітке уявлення про те, яким чином поєднання сильних і слабких сторін інвестиційного клімату визначає

Таблиця 2

SWOT-аналіз інвестиційного клімату України

Сильні сторони (S)		**Слабкі сторони (W)**	
Географічне розташування;	S_1	Ефективність та результативність діяльності державних інституцій;	W_1
Наділеність країни різноманітними природними ресурсами;	S_2	Неспроможність досягати домовленості з МВФ;	W_2
Кваліфікована робоча сила;	S_3		
Розмір ринку;	S_4	Відсутність зусиль зосереджених на розмежування політики та бізнес-інтересів;	W_3
Можливості (O)		**Загрози (T)**	
Економічний розвиток;	O_1	Масова корупція;	T_1
Покращення добробуту населення;	O_2	Недовіра до судової системи;	T_2
Зростання рівня заробітної плати;	O_3	Нестабільна валюта;	T_3
Технологічне переоснащення, зростання рівня інновацій, збільшення конкурентоспроможності	O_4	Військовий конфлікт з Росією;	T_4
		Обтяжливе та мінливе законодавство;	W_5

Таблиця 3

Інтегральні оцінки інвестиційного клімату України

			Можливості (O)				**Загрози (T)**					
			O_1	O_2	O_3	O_4	T_1	T_2	T_3	T_4	T_5	
Значимість (k_j)			5	5	4	5	5	5	4	4	5	187,75
Ймовірність (p_j)			0,95	0,95	0,75	0,95	0,95	0,75	0,75	0,75	0,95	
Сильні сторони (S)	Значимість (a_{si})		SO				ST					
	S_1	5	23,75	23,75	15	23,75	23,75	18,75	15	15	23,75	630,25
	S_2	5	23,75	23,75	15	23,75	23,75	18,75	15	15	23,75	
	$S3$	5	23,75	23,75	15	23,75	12	8	15	15	15	
	$S4$	4	19	12	12	12	12	8	12	12	15	
Слабкі сторони (W)	Значимість (a_{wi})		WO				WT					
	W_1	4	19	19	12	19	19	15	12	12	19	442,5
	W_2	4	19	12	12	12	12	8	12	12	15	
	W_3	5	23,75	23,75	15	23,75	23,75	18,75	15	15	23,75	
-24,75			524				548,75					

місце сучасного стану привабливості держави для потенційних іноземних інвесторів (рис. 4).

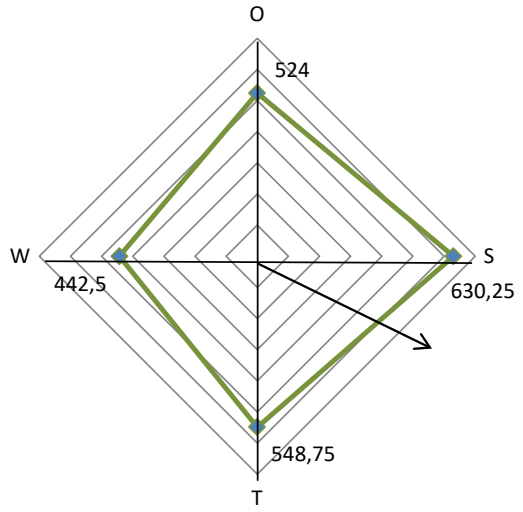


Рис. 4. Графік вектора спрямованості стратегічного орієнтиру покращення інвестиційного клімату України

Таким чином вектор розташувався у зоні ST. Це говорить про те, що для покращення інвестиційної привабливості України, державі необхідно поєднувати найзначніші загрози та сильні сторони інвестиційного клімату для його покращення. Грунтуючись на найвагоміших сильних сторонах, можна найбільш повно захиститися від зовнішніх загроз розвивати сильні сторони та ліквідовувати загрози.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах розвитку ринкової економіки одним із загальносвітових показників стабільного розвитку держави та її потенційних можливостей є рівень відкритості економіки та її інвестиційна привабливість. Це сукупність факторів, в яких функціонує національна економіка, які здатні зацікавити або ж відштовхнути потенційних інвесторів. Тому інвестиційна привабливість є головною умовою формування благополучного клімату держави.

На сьогоднішній день існує багато перешкод для інвестицій потенційних інвесторів. Проте, як свідчать результати опитування, впродовж останнього року відбулася низка позитивних зрушень, помітних для бізнесу. Так, топ-менеджери членських компаній Європейської Бізнес Асоціації відмічають лібералізацію валютного законодавства, відносну стабільність національної валюти та рівня інфляції, реалізацію ефективних методів протидії рейдерству, пожвавлення економіки та розвиток електронних сервісів, постійний діалог влади з бізнесом.

Провівши SWOT-аналіз інвестиційного клімату України, ми вияснили, що потрібно працювати у напрямку покриття сильними сторонами слабких сторін та намагатися їх ліквідувати.

Інвестори приходять у ту країну, де є привабливе середовище для розвитку бізнесу, де є всім зрозумілі і прозорі закони, спрямовані на підтримку бізнесу, де є інфраструктура для розвитку бізнесу. Що середовище розвиненіше, то привабливіше воно для прямих іноземних інвестицій. Зрозумілість, передбачуваність та впевненість у завтрашньому дні – ось що насамперед має дати країна інвесторові.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Рзаєв Г.І., Вакулова В.О. Методики оцінки інвестиційної привабливості на рівні країни та перспективи їх використання в економічному аналізі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 3 (1). С. 137–143.

2. Кулініч Т.В., Мричко М. А. Інвестиційна привабливість України та можливі шляхи її підвищення у сучасних умовах. *Національний університет «Львівська політехніка».* 2013. № 1. С. 80–93. URL: http://ena.lp.edu.ua /bitstream/ntb/23178/1/6-34-40.pdf (дата звернення: 11.01.2020)

3. Грицаєнко Г., Грицаєнко М. Інвестиційна привабливість України. Agricultural and resource economics: international scientific e-journal. 2017. Вип. 3, № 1. С. 80-93.

4. Кулиняк І.Я., Копець Г.Р. Метод аналізу ієрархій як інструмент оцінювання рівня інноваційної активності регіонів Західної України. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління.* 2017. № 873. С. 60-71.

5. Савіцька О.П., Савіцька Н.В., Кулиняк І.Я. Формування туристичної привабливості території. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: збірник науково-технічних праць.* 2012. Вип. 22.15. С. 148-154.

6. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) в економіці України по регіонах. *Державна служба статистики України*. 2019. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/zd/inv_zd/pi_ak_ks_reg_kv/pi_ak_ks_reg_kv_u/arh_pi_ak_ksvr_u.html (дата звернення: 08.01.2020).

7. Індекс інвестиційної привабливості України. *ЕВА*. 2019. URL: https://eba.com.ua/wpcontent/uploads/2019/07/Invest_UKR_1_half_2019.pdf (дата звернення 10.01.2020).

8. Повозник М. Лідер у сфері інвестиційної діяльності України. *Офіційний портал Києва*. 2018. URL: https://kyivcity.gov.ua/news/kiv__lider_u_sferi_investitsiyno_diyalnosti_ukrani__mikola_povoroznik_na_biznesforumi_u_londoni.html (дата звернення: 09.01.2020).

9. Про режим іноземного інвестування: Закон України від 31 травня 2016 р. № 1390-VIII /Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 11.01.2020).

10. Інвестиційний клімат України. *Міністерство юстиції*. 2019. URLhttps://minjust.gov.ua/m/str_11352 (дата звернення: 10.01.2020).

11. Фучеджи В.І. SWOT-аналіз як інструмент антикризового фінансового управління. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2013. № 9(2). С. 156-161. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2013_9(2)__31 (дата звернення: 11.01.2020).

12. Попов С. А., Сенча І. А. SWOT-аналіз як інструмент із визначення стратегічних орієнтирів інноваційного розвитку системи державного управління. *Ефективність державного управління*. 2013. № 37. С. 114-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2013_37_17 (дата звернення: 11.01.2020).

REFERENCES:

1. Rzaiev H.I., Vakulova V.O. (2016) Metodyky otsinky investytsiinoi pryvablyvosti na rivni krainy ta perspektyvy yikh vykorystannia v ekonomichnomu analizi [Methods for assessing investment attractiveness at country level and prospects for their use in economic analysis]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 3 (1), pp. 137–143.

2. Kulinich T. V., Mrychko M. A. (2013) Investytsiina pryvablyvist Ukrainy ta mozhlyvi shliakhy yii pidvyshchennia u suchasnykh umovakh [Investment attractiveness of Ukraine and possible ways to increase it in modern conditions]. *Natsionalnyi universytet "Lvivska politekhnika", vol.* 1, pp. 80–93. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/23178/1/6-34-40.pdf (accessed 11 January 2020).

3. Hrytsaienko H., Hrytsaienko M. (2017) Investytsiina pryvablyvist Ukrainy [Investment attractiveness of Ukraine]. *Agricultural and resource economics*, vol. 3, no.1, pp. 80-93.

4.Kulyniak I.Ya., Kopets H.R. (2017) Metod analizu iierarkhii yak instrument otsiniuvannia rivnia innovatsiinoi aktyvnosti rehioniv Zakhidnoi Ukrainy [The method of hierarchy analysis as a tool for assessing the level of innovation activity in the regions of Western Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika", vol.* 873, pp. 60-71.

5. Savitska O.P., Savitska N.V., Kulyniak I.Ya. (2012) Formuvannia turystychnoi pryvablyvosti terytorii [Formation of tourist attraction of the territory]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy: zbirnyk naukovo-tekhnichnykh prats,* vol. 22, no.15, pp. 148-154.

6. Priami investytsii (aktsionernyi kapital) v ekonomitsi Ukrainy po rehionakh. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy.* 2019. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/zd/inv_zd/pi_ak_ks_reg_kv/pi_ak_ks_reg_kv_u/arh_pi_ak_ksvr_u.html (accessed 8 January 2020).

7. Indeks investytsiinoi pryvablyvosti. *EBA*. 2019. URL: https://eba.com.ua/wpcontent/uploads/2019/07/Invest_UKR_1_half_2019.pdf (accessed 10 January 2020)

8. Povoznyk M. Lider u sferi investytsiinoi diialnosti Ukrainy. *Ofitsiinyi portal Kyieva*. 2018. URL: https://kyivcity.gov.ua/news/kiv__lider_u_sferi_investitsiyno_diyalnosti_ukrani__mikola_povoroznik_na_biznes-forumi_u_londoni.html (accessed 9 January 2020).

9. Pro rezhym inozemnoho investuvannia: Zakon Ukrainy vid 31.05.2016 r./ Verhovna rada Ukrainu. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80 (accessed 11 January 2020).

10. Investytsiinyi klimat Ukrainy. *Ministerstvo yustytsii*. 2019. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_11352 (accessed 10 January 2020).

11. Fuchedzhy V.I. (2013) SWOT-analiz yak instrument antykryzovoho finansovoho upravlinnia [SWOT analysis as a tool for crisis management]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, vol. 9, no. 2, pp. 156-161. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2013_9(2)__31 (accessed 11 January 2020).

12. Popov S. A., Sencha I. A. (2013) SWOT-analiz yak instrument iz vyznachennia stratehichnykh oriientyriv innovatsiinoho rozvytku systemy derzhavnoho [SWOT-analysis as a tool for defining strategic guidelines for innovative development of public administration]. *Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia*, no. 37, pp. 114-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2013_37_17 (accessed 11 January 2020).

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

STRATEGIC MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE AS A NECESSARY CONDITION OF PROVIDING FOOD SECURITY OF THE NATIONAL ECONOMY

УДК 005. 21:338.439-049.5
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-9

Вараксіна О.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія
Гедерім К.О.
студент
Полтавська державна аграрна академія
Золотих Я.Я.
студент
Полтавська державна аграрна академія

Varaksina Elena
Poltava State Agrarian Academy
Gederim Krystyna
Poltava State Agrarian Academy
Zolotykh Yanina
Poltava State Agrarian Academy

У статті розглянуто продовольчу безпеку як найважливішу, базисну та якісну складову частину національної безпеки країни. Продовольство розглядається як базовий показник життєдіяльності людини. Наголошено на важливості виробництва основної частини продовольства всередині країни за рахунок створення матеріальних, фінансових, трудових і соціально-економічних умов для зростання сільськогосподарського виробництва. Забезпечення продовольчої безпеки – це не тільки назріле питання, а й стратегічна проблема, з якою може зіткнутися будь-який уряд країни у проведенні своєї внутрішньої і зовнішньої політики. Зазначено, що процес становлення і розвитку стратегічного управління на підприємствах аграрного сектору є складним з огляду на багатогранність досліджуваного явища. Впровадження стратегічного підходу до управління на підприємствах аграрного сектору відбувається досить повільно. Сучасний вектор розвитку економіки вимагає нових підходів до формування шляхів відновлення економічного потенціалу аграрного сектору як основного сектору, що формує продовольчу безпеку української держави, та потужного виробника сировини для низки галузей народного господарства.

Ключові слова: *продовольча безпека, продовольство, стратегія, стратегічне управління, аграрний сектор.*

В статье рассмотрена продовольственная безопасность как важнейшая, базовая и качественная составляющая национальной безопасности страны. Продовольствие рассматривается как базовый показатель жизнедеятельности человека. Подчеркнута важность производства основной части продовольствия внутри страны за счет создания материальных, финансовых, трудовых и социально-экономических условий для роста сельскохозяйственного производства. Обеспечение продовольственной безопасности – это не только назревший вопрос, но и стратегическая проблема, с которой может столкнуться любое правительство страны в проведении своей внутренней и внешней политики. Отмечено, что процесс становления и развития стратегического управления на предприятиях аграрного сектора является сложным ввиду многогранности исследуемого явления. Внедрение стратегического подхода к управлению на предприятиях аграрного сектора происходит медленно. Современный вектор развития экономики требует новых подходов к формированию путей восстановления экономического потенциала аграрного сектора как главного сектора, формирующего продовольственную безопасность украинского государства, и мощного производителя сырья для ряда отраслей народного хозяйства.

Ключевые слова: *продовольственная безопасность, продовольство, стратегия, стратегическое управление, агарный сектор.*

The article considers food security as the most important, basic, and qualitative component of national security. Food is considered as a basic indicator of human life and activities. Food security should be considered as the most important, basic, and qualitative component of national security. Emphasis is placed on the importance of producing the bulk of food within the country through the creation of material, financial, labor and socio-economic conditions for the growth of agricultural production. Ensuring food security is not only an escalated question, but also a strategic issue that the government of any country may face in pursuing its domestic and foreign policies. Significance of development of the agrarian sector, which is to ensure the food independence of the country, is noted; its food security depends on state policy, economic situation, the global financial crisis and a number of natural factors that adversely affect the state of agriculture. It is noted that the process of formation and development of strategic management at agricultural enterprises is complex, given the multifaceted nature of the phenomenon under study. The implementation of the strategic approach to management in the agricultural sector is slow. It is emphasized that the most difficult conditions for strategic decision-making are the instability of the environment and the lack of confidence in success, therefore, the current task of agricultural enterprises is to ensure not only survival, but also continuous development, capacity building. The strategy aims to profit, thereby creating the basis for many agreements and social contracts that bind the enterprise to its owners. The modern vector of economic development requires new approaches to shaping the ways of restoring the economic potential of the agricultural sector, as the main one, and shaping the food security of the Ukrainian state and the powerful producer of raw materials for a number of sectors of the national economy.

Key words: *food security, food, strategy, strategic management, agrarian sector.*

Постановка проблеми. В умовах інтеграції України до світового європейського простору наявність стратегії на підприємстві – це запорука ефективності його виробництва та забезпечення конкурентоспроможності. Наявність чіткої стратегії особливого значення набуває для підприємств аграрного сектору, важливість якого полягає у забезпеченні продовольчої незалежності країни, продовольча безпека якої залежить від політики держави, економічного становища, світової фінансової кризи та цілої низки природних чинників, які негативно впливають на стан сільського господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці стратегічного управління присвячені праці багатьох як вітчизняних, так і закордонних учених: І. Ансоффа, В. Василенка, Л. Забродської, З. Шершньової, О. Скібіцького та багатьох інших.

Проблему продовольчої безпеки поглиблено вивчали такі науковці, як Н. Басюркіна, В. Береговий, П. Борщевський, І. Гнатюк, О. Гойчук, Б. Пасхавер, П. Саблук та інші. Водночас питання стратегічного управління аграрним підприємством відзначаються багатоаспектністю та потребують подальшого вивчення.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування стратегічного управління як необхідної умови існування аграрного підприємства та першочерговості забезпечення продовольчої безпеки країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нестабільна політична ситуація в країні, відсутність сталого розвитку економіки, соціальна напруженість у суспільстві та низка інших потенційно дискомфортних факторів останнім часом набувають виняткового значення у житті нашої держави та кожного українця.

У зв'язку з цим у різних аспектах виникає проблема безпеки, тобто захисту важливих інтересів особистості, суспільства, держави в періоди економічних і політичних потрясінь та соціально-економічних перетворень. У науковій літературі виділяють різні види безпеки: геополітичну, оборонну, суспільну, економічну, демографічну, екологічну, інформаційну, інтелектуальну, науково-технічну, а також продовольчу безпеку [1].

Продовольчу безпеку слід розглядати як найважливішу, базисну та якісну складову часттину національної безпеки країни (рис. 1).

Як відомо з трактування Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО) – світової організації, що опікується сільським господарством і продовольством, «продовольча безпека забезпечена у тому разі, коли всі особи в будь-який час мають фізичний та економічний доступ до безпечного і повноцінного продовольства, достатнього, щоб задовольнити свої фізіологічні потреби і переваги, які необхідні для активного та здорового життя» [2].

Продовольча безпека країни як невід'ємна частина національної безпеки посідає одне з особливих місць серед різних її видів, оскільки продовольство розглядається як базовий показник життєдіяльності людини, за відсутності якого неминуче настають голод і смерть. Рівень і якість харчування населення характеризують ступінь

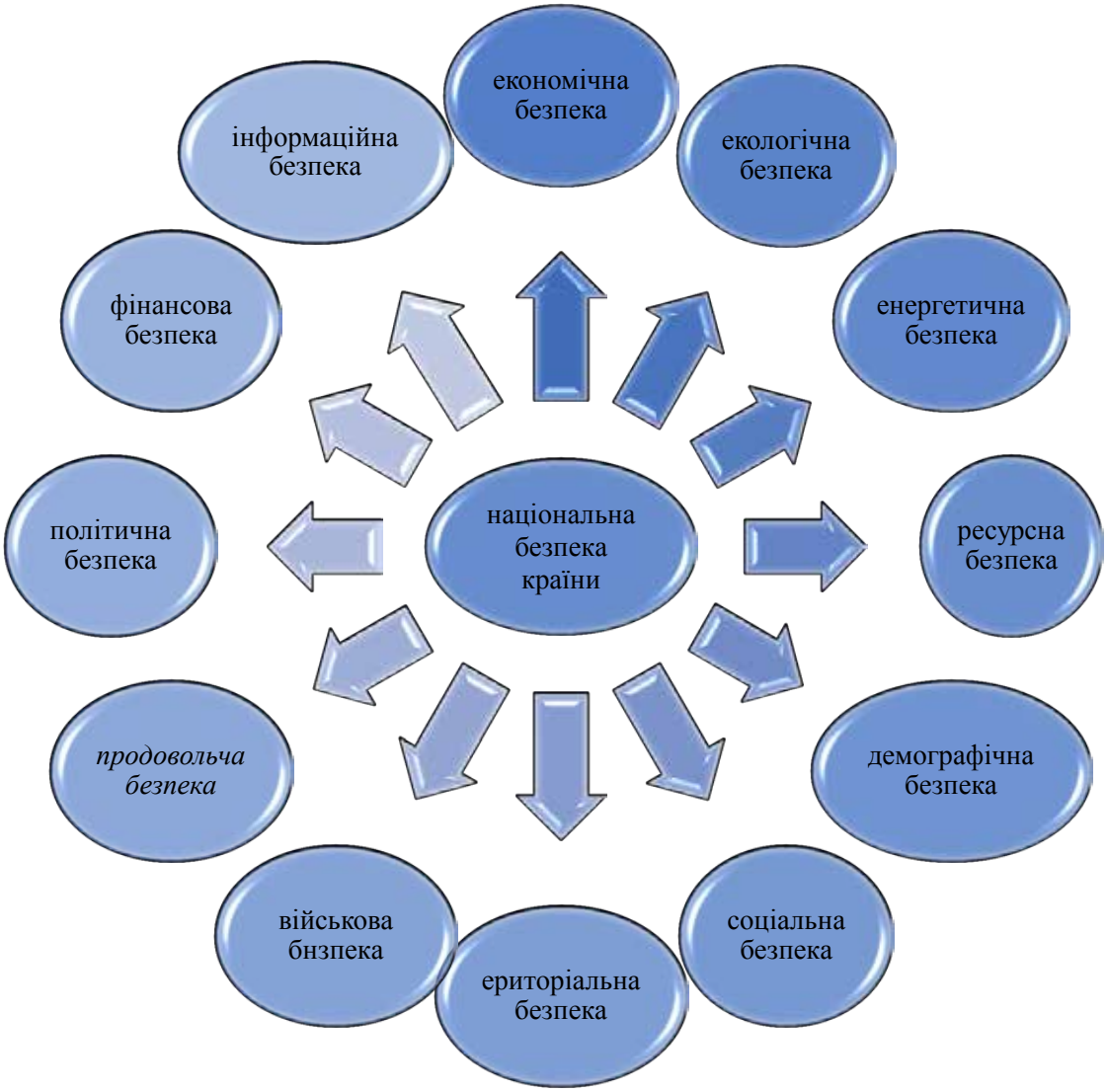


Рис. 1. Продовольча безпека у структурі національної безпеки

Джерело: систематизовано та доповнено авторами

його соціально-економічного розвитку і на 70% визначають здоров'я та тривалість життя людини. Ця проблема в останнє десятиліття набула особливої ваги [3, с. 43–50].

Тому вважаємо за доцільне доповнити структуру національної безпеки такими елементами, як ресурсна безпека, демографічна безпека, інформаційна безпека та фінансова безпека. Забезпечення оптимального рівня продовольчої безпеки як складової частини економічної безпеки національної економіки зумовлює необхідність тісного взаємозв'язку всіх її складників. А продовольчу безпеку потрібно виокремити в окремий та важливий структурний елемент національної безпеки.

Світовий банк ввів в обіг поняття хронічного і тимчасового підриву продовольчої безпеки. Хронічний підрив продовольчої безпеки країни настає тоді, коли вона не може виробити і не в змозі закупити продовольство на зовнішньому ринку через низький рівень своїх валютних доходів. Тимчасовий підрив продовольчої безпеки країни може настати, за оцінками банку, у разі періодичних порушень доступу (з різних причин) до світових продовольчих ресурсів, спекулятивних підйомів світових цін або конкурентного зниження валових доходів [4].

Головна ідея, що формує базисні принципи забезпечення продовольчої безпеки, полягає в тому, щоб основну частину продовольства виробляти всередині країни за рахунок створення матеріальних, фінансових, трудових і соціально-економічних умов для зростання сільськогосподарського виробництва, а також визначення оптимального співвідношення між вітчизняним виробництвом та імпортом.

Насамперед продовольча безпека залежить від територіальної спільності населення і має багаторівневу ієрархію, в основі якої – суб'єкт, що вирішує продовольчу проблему. У центрі проблеми, як відзначалося вище, перебуває людина з потребами у харчуванні, без задоволення яких неможливо здійснювати продуктивну діяльність і відтворення.

Для забезпечення оптимального рівня продовольчої безпеки України необхідна стратегія, захист таких державних інтересів, як соціальна стабільність, задоволення потреби в харчуванні, незалежність від імпорту, розвиток власного виробництва продовольчих товарів, створення резервних запасів для стабілізації продовольчого забезпечення [5, с. 189–191].

Стратегічний підхід за ринкової економіки є необхідною умовою існування підприємств, оскільки тільки він дає змогу усвідомлено приймати на себе прийнятний рівень ризику, забезпечувати зростання і високу прибутковість на перспективу [6, с. 92].

Таким чином, забезпечення продовольчої безпеки – це не тільки назріле питання, а й стратегічна проблема, з якою може зіткнутися будь-який уряд країни у проведенні своєї внутрішньої і зовнішньої

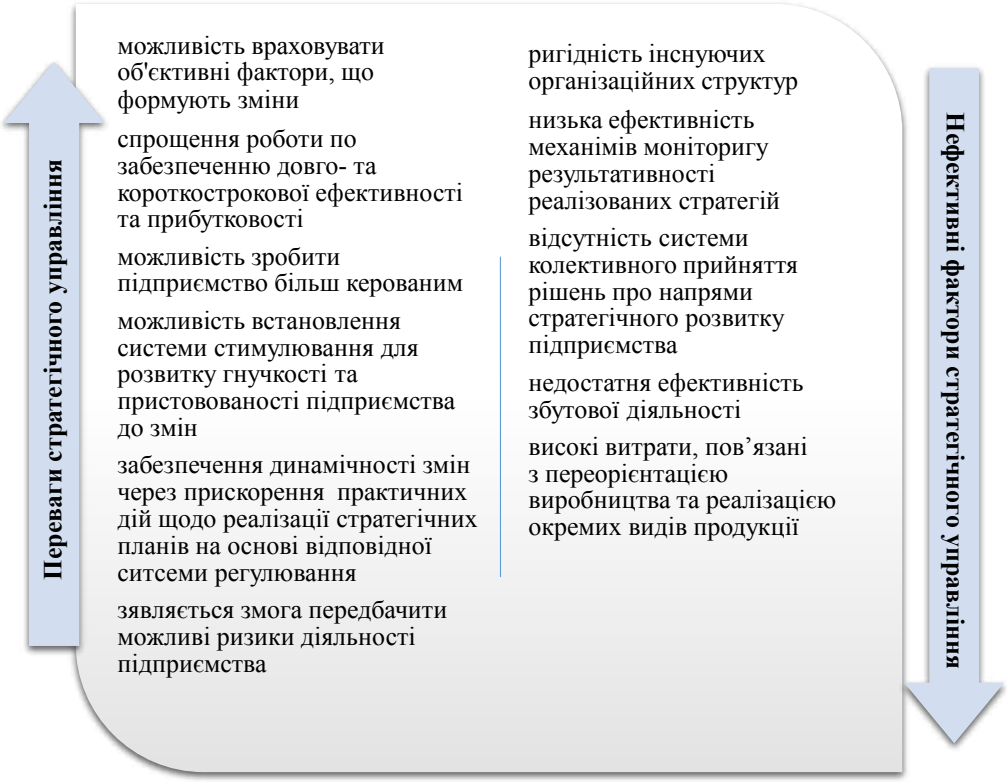


Рис. 2. Переваги та недоліки стратегічного управління аграрним підприємством

Джерело: [7]

політики. Не може йтися ні про яку стабільність у країні, якщо держава не в змозі забезпечити своїх громадян достатнім і повноцінним рівнем споживання основних продуктів харчування.

Вчені-економісти наголошують на низці чинників, що спричиняють сповільнення розвитку аграрних підприємств, та водночас на перевагах стратегічного управління підприємством, зокрема й аграрним (рис. 2).

Процес становлення і розвитку стратегічного управління на підприємствах аграрного сектору є складним з огляду на багатогранність досліджуваного явища. При цьому стратегічне управління можна розглядати як сукупність елементів, взаємодія між якими забезпечує формування і досягнення цілей під час реалізації стратегії розвитку організації; процес, націлений на досягнення стратегічної відповідності між організацією та зовнішнім середовищем [8, с. 139].

Основними векторами стратегічного розвитку аграрного сектору мають стати [9]:

– приватна власність на землю;

– введення мита на експорт непереробленої сировини – зерна, олійних культур, соняшнику, сої;

– інвестиції в сучасну логістику – автомобільну і водну;

– зниження до мінімуму державного регулювання аграрного бізнесу в Україні;

– просування для фермерів і аграріїв на рівні держави найважливіших наукових досягнень і технологій, які дадуть змогу поліпшити якість продуктів, збільшити виробництво й ефективно протидіяти змінам клімату;

– аграрна освіта;

– розвиток і просування агарного консалтингу на рівні держави;

– доступні фінансові ресурси;

– зниження податкового тиску;

– технічне переозброєння аграрного бізнесу та переробної промисловості, впровадження сучасних технологій, таких як автоматизація, енергоефективність, віддалений контроль ресурсів онлайн;

– розвиток тваринництва, теплиць, садівництва й овочівництва, а також зберігання та переробної промисловості;

– «блакитна революція»;

– зелена енергетика;

– істотне нарощування західних інвестицій в аграрний сектор України.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, в умовах глобалізаційних процесів вкрай назрілим питанням є забезпечення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору як надійного виробника якісної сировини для промислової, переробної та низки інших галузей національної економіки і головного гаранта забезпечення продовольчої безпеки української держави. Стратегічний підхід за ринкової економіки є необхідною умовою існування аграрного підприємства, а стратегічне управління підприємством стає найважливішою передумовою формування успішного менеджменту в умовах наявних вимог забезпечення постійного розвитку підприємств. Продовольчу безпеку слід виокремити в окрему складову частину економічної безпеки, пріоритетність якої пов'язана з якістю життя українського суспільства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аверченко В.А., Вермель Д.Ф., Масленникова О.А. Правові, соціально-економічні та науково-технічні аспекти. Продовольча безпека. Москва, 2001. 479 с.

2. Food security. New solutions for the twenty-first century : Proc. from the symp. honoring the tenth anniversary of theworld food prize / ed. by El Obeid A.E. Ames. Iowa state univ : Press, 1999. № 5. P. 23. (дата звернення: 26.02.2020).

3. Купинець Л.Є. Якість і безпечність харчових продуктів як домінанта розвитку продовольчого комплексу. Економіка харчової промисловості. 2009. № 1. С. 43–50.

4. Дорош М. М. АПК України як складова світової продовольчої проблеми. Економіка України. 2008. №8. С. 62–66.

5. Фімяр С.В. Сучасні концептуальні положення економічної й продовольчої безпеки. Збірник наукових праць Черкаського Державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2008. Вип. 21. С. 189–191.

6. Ігнатьєва І.А. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Знання України, 2005. 202 с.

7. Вяткіна Т.Г. Методологія розроблення стратегії управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств. Економіка та держава. 2014. № 6. С. 68–73.

8. Сіменко І.В. Стратегічне управління сільськогосподарським підприємством на основі концепції організаційних змін. Економіка АПК. 2011. № 6. С. 139–143.

9. Експерт озвучив українську стратегію продовольчої безпеки. Сучасні технології без альтернативи. URL: http://www.farming.org.ua/%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80 (дата звернення: 26.02.2020).

REFERENCES:

1. Averchenko V.A. (2001) Pravovi, socialjno-ekonomichni ta naukovo- tekhnichni aspekty. Prodovoljcha bezpeka [Legal, socio-economic and scientific and technical aspects. Food security]. Moscow: Knowledge. (in Russian)

2. Prodovoljcha bezpeka. (1999) Novi rishennja dvadcjatj pershogho stolittja: Zbirnyk sympoziumu, prysvjachenogho desjatij richnyci svitovoji premiji prodovoljstva [Food security. New solutions for the twenty-first century : Proceedings of the symp. honoring the tenth anniversary of theworld food prize] (eds. A.E. Ames), USA, Iowa, № 5. p. 23.

3. Kupinets L.E. (2009) Jakistj i bezpechnistj kharchovykh produktiv jak dominanta rozvytku prodovoljchogho kompleksu [Food quality and safety as the dominant development of the food complex] . Economics of the food industry, no.1, pp. 43–50.

4. Dorosh M.M. (2008) APK Ukrajiny jak skladova svitovoji prodovoljchoji problem [AIC of Ukraine as a component of the world food problem] . Ukraine economy, no. 8, pp. 62–66.

5. Fimyar S.V. (2008) Suchasni konceptualjni polozhennja ekonomichnoji j prodovoljchoji bezpeky [Modern Conceptual Provisions of Economic and Food Security]. Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences, no. 21, pp. 189–191.

6. Ignatieva I.A. (2005) Strateghichnyj menedzhment: teorija, metodologhija, praktyka: monoghrafija [Strategic management: theory, methodology, practice: monograph]. Kyiv: Knowledge of Ukraine. (in Ukrainian)

7. Vyatkina T.G. (2014) Metodologhija rozroblennja strateghiji upravlinnja resursnym potencialom siljsjkoghospodarsjkykh pidpryjemstv [Methodology for developing a strategy for managing the resource potential of agricultural enterprises]. Economy and the state, no. 6, pp. 68–73.

8. Symenko I.V. (2011) Strateghichne upravlinnja siljsjkoghospodarsjkym pidpryjemstvom na osnovi koncepciji orghanizacijnykh zmin [Strategic management of an agricultural enterprise based on the concept of organizational change]. APK economy, no. 6, pp. 139–143.

9. Ekspert ozvuchyv ukrajinsjku strateghiju prodovoljchoji bezpeky. Suchasni tekhnologhiji bez aljternatyvy [The expert voiced Ukraine's food security strategy. Modern technologies with no alternative]. Available at: http://www.farming.org.ua/%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80 (accessed 26 February 2020).

РОЛЬ ДЕРЖАВИ У РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

THE ROLE OF STATE IN THE DEVELOPMENT OF THE METALLURGICAL INDUSTRY: GLOBAL AND UKRAINIAN EXPERIENCE

УДК 338.12
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-10

Венгер В.В.
к.е.н., старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник відділу секторальних прогнозів та кон'юнктури ринків
ДУ «Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України»

Venger Vitalii
Institute for Economics and Forecasting
National Academy of Sciences of Ukraine

У статті розкрито роль держави у розвитку металургійної галузі України. Зокрема, розглянуто світовий досвід державної політики стосовно розвитку металургійної галузі в Китаї, США, Японії, Індії, країнах ЄС. Доведено, що зазначені країни-виробники металопродукції, на відміну від України, відносять металургійну галузь до пріоритетних галузей економіки та ніколи не випускають її зі сфери державного впливу, навіть якщо підприємства повністю знаходяться у приватній власності, адже у критичні моменти власники найбільших корпорацій завжди діють в інтересах держави. Виявлено, що більшість промислово розвинених країн, з метою випуску продукції з високою доданою вартістю та зниження шкідливого впливу на навколишнє середовище модернізували свої металургійні підприємства ще наприкінці XX ст. Цьому передувала дієва промислова політика держави, спрямована насамперед на інноваційну перебудову галузі. З метою подальшого розвитку металургійної галузі України запропоновано розробити та запровадити Державну програму її модернізації та розвитку.

Ключові слова: *промисловість, металургійна галузь, світовий досвід, промислова політика держави, державне регулювання, модернізація.*

В статье раскрыта роль государства в развитии металлургической отрасли Украины. В частности, рассмотрен мировой опыт государственной политики по развитию металлургической отрасли в Китае, США, Японии, Индии, странах ЕС. Доказано, что указанные страны-производители металлопродукции, в отличие от Украины, относят металлургическую отрасль к приоритетным отраслям экономики и никогда не выпускают ее из сферы государственного воздействия, даже если предприятия полностью находятся в частной собственности, ведь в критические моменты владельцы крупнейших корпораций всегда действуют в интересах государства. Выявлено, что большинство промышленно развитых стран с целью выпуска продукции с высокой добавленной стоимостью и снижения вредного воздействия на окружающую среду модернизировали свои металлургические предприятия еще в конце XX в. Этому предшествовала эффективная промышленная политика государства, направленная прежде всего на инновационную перестройку отрасли. С целью дальнейшего развития металлургической отрасли Украины предложено разработать и внедрить Государственную программу ее модернизации и развития.

Ключевые слова: *промышленность, металлургическая отрасль, мировой опыт, промышленная политика государства, государственное регулирование, модернизация.*

The paper focuses on the role of state in the development of the metallurgical industry of Ukraine. In particular, the experience of public policy regarding the development of metallurgical industry in China, USA, Japan, India, the EU countries was reviewed. The study found that China's main growth factor was growing demand for metal products in the country. This was preceded by an active industrial policy of China, backed by a strong flow of foreign investment (about USD 80 billion annually). Japan has also implemented a unique metallurgical development policy. Thanks to such a policy today, the technical level of production capacity of Japanese steelmaking enterprises is much higher than that of the US and Western European steelmaking enterprises. India is considered a leader in the use of direct iron recovery technologies. This very technology is being promoted by the Indian authorities as a basis for further expansion of production capacity in the metallurgical industry of the country. Today, the US metallurgical industry also produces high quality and competitive metal products. This was preceded by an industrial policy of the state, aimed primarily at closing large factories and building mini-factories, which, as a rule, are more adaptable to market needs and have proven to be more efficient from an economic point of view. Besides, despite the restrictions and prohibitions, the US metallurgical industry has often received government support in the following types: state guarantees on loans; special tax regime; the Buy American Program; grants for technologies development; payment of social transfers (retirement benefits, medical services); grants for the opening of new steel production facilities and the like. The state aid program for metallurgical companies in the EU also has a long history. The following types of assistance can be provided in the EU today: aid for environmental programs; conducting scientific research; staff training; aid for the closure of steelmaking enterprises or facilities. There proved to be no programs for development of metallurgical industry in Ukraine. Moreover, there is no Ministry of Industrial Policy, which should define the strategic vision of the industry. At the same time, the exclusion of the industry from the state priorities of the economic development of the country does not reduce, but on the contrary, increases the socio-economic burden not only of metallurgical enterprises, but also of the state, only delaying it in time.

Key words: *industry, metallurgical industry, global experience, state industrial policy, state regulation, modernization.*

Постановка проблеми. Сучасні тенденції економічного розвитку свідчать, що основою економіки багатьох розвинених країн є базові галузі промисловості, в тому числі й чорна металургія, продукція якої продовжує залишатися головним конструкційним матеріалом у світі. За таких умов країни, що мають власну металургійну базу, отримують важливі економіко-стратегічні переваги. До цих країн належить і Україна. Проте сьогодні замість ефективного використання наявних економіко-стратегічних переваг перед Україною стоїть завдання пошуку оптимального шляху розвитку підприємств вітчизняної металургії. У цьому контексті досить важливим є світовий досвід, який у своєму арсеналі має широкий спектр заходів та методів розвитку чорної металургії як на рівні галузі, так і на рівні окремих підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку металургійної галузі України присвячено значна кількість наукових праць. Зокрема, В. Большаков та Л. Тубольцев [1] розглядають стан металургійної галузі України з урахуванням тенденцій розвитку світової металургії. І. Заблодська та О. Кудріна [2] визначають

стратегічні пріоритети розвитку металургії України за оптимістичним та песимістичним сценаріями. Т. Власюк [3] досліджує питання щодо визначення потенціалу розвитку металургійної галузі України на світовому ринку. О. Хижняк [4] вивчає виробничо-господарський потенціал металургійних підприємств України в умовах економічної кризи а також ведення антитерористичних дій на сході країни.

Водночас низка питань, що стосуються насамперед ролі держави у розвитку металургійної галузі в контексті застосування світового досвіду, залишаються не досить дослідженими.

Постановка завдання. Метою статті є визначення ролі провідних металургійних країн світу, таких як Китай, Японія, Індія, США та країни ЄС, у розвитку металургійної галузі. Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання: узагальнити світовий досвід провідних країн-виробників металопродукції та визначити їхній вплив на розвиток металургійної галузі; розглянути вітчизняний досвід державного регулювання металургійної галузі; провести порівняльний аналіз отриманих результатів та запропонувати напрями подальшого розвитку вітчизняної металургійної галузі. У дослідженні використано методи аналізу та синтезу, порівняння та узагальнення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Не секрет, що сьогодні світовим лідером у виплавці сталі є Китай. Чорна металургія Китаю за останні двадцять років продемонструвала надзвичайно високі темпи зростання і стала одним із головних локомотивів розвитку світового металургійного виробництва. Так, якщо на початку 90-х рр. XX ст. виробництво сталі в Китаї становило 78 млн т, то на початку 2000-х рр. її виробництво збільшилося майже в три рази (до 220 млн т сталі на рік). Сьогодні обсяги виробництва сталі в Китаї становлять 928,3 млн т [5].

Основним чинником зростання металургійної галузі Китаю стало збільшення попиту на металопродукцію всередині країни. Цьому передувала активна промислова політика Китаю. Так, починаючи з 90-х рр. XX ст. понад 65% інвестицій уряд країни спрямовував на капітальне будівництво і технічне переозброєння всіх галузей економіки – від гірничо-металургійних підприємств до виробництва продукції військового призначення і товарів довгострокового користування, науки, космосу, що стало основою зростаючого попиту на металопродукцію. Тобто масштабна індустріалізація китайської промисловості, підкріплена потужним потоком зовнішніх інвестицій (близько 80 млрд дол. США/рік) і доходів від експорту (30 млрд дол. США/рік) забезпечила високу динаміку зростання обсягів металургійного виробництва [6, с. 129–130].

Активна інвестиційна політика (лише протягом 2001–2005 рр. у металургійну галузь Китаю було інвестовано понад 17 млрд дол. США) держави стала й основою модернізації металургійної галузі Китаю. При цьому найбільш динамічний розвиток спостерігається серед малих та середніх підприємств із річною потужністю від 0,5 до 3,0 млн т сталі в рік. Частка крупних заводів у загальній структурі виробництва сталі становить трохи більше 40%.

На наш погляд, промислова політика Китаю щодо прискореного зростання металургійної галузі має певні недоліки. Зокрема, наявність великої кількості виробничих потужностей у кризові періоди може призвести до перевиробництва або до їх недозавантаження. Про це попереджають державні регулюючі органи Китаю, вказуючи металургійній галузі на необхідність збалансованого підходу до розширення виробничих потужностей, яке може перевищити споживчі властивості внутрішнього ринку та загострити екологічні проблеми. З метою нівелювання вищезазначених можливих наслідків уряд Китаю посилив протекціоністські заходи щодо внутрішнього ринку металопродукції шляхом встановлення високих ставок ввізного мита та зменшення квот на імпортну продукцію.

Також китайська металургія отримує від держави певну підтримку у вигляді субсидій (наприклад, повернення ПДВ за здійснення експортних операцій). Зокрема, за даними американського інституту чавуну і сталі, лише протягом 2000–2010 рр. металургійні компанії Китаю отримали від близько 52 млрд дол. США у вигляді державних субсидій. Проте Китайська асоціація чавуну і сталі постійно спростовує ці дані.

Дещо інша модель промислової політики щодо металургійної галузі реалізовувалася у Японії. Так, після Другої світової війни металургійна галузь Японії почала відновлюватися фактично з «нуля». Початковий внутрішній попит на металопродукцію забезпечувався масштабним капітальним будівництвом у 1960–1970 рр., коли в країні було побудовано 20 нових крупних металургійних заводів. Проте через світову енергетичну кризу в 1970-х рр. розвиток металургійної галузі Японії призупинився, а в 1980-х рр. відбувся ще більший спад, пов'язаний з уповільненням загальних темпів економічного розвитку та зменшенням випуску металомісткої продукції – морських суден, різноманітних машин і обладнання, скороченням обсягів капітального будівництва. Незважаючи на вищезазначені труднощі, в 1990-х рр. чорна металургія Японії вийшла на рівень 95–110 млн т виробництва сталі в рік [7]. Сьогодні технічний рівень виробничих потужностей металургійних підприємств Японії є значно вищим порівняно з металургійними підприємствами США та країн Західної Європи.

Для металургійної галузі Японії характерна висока виробнича і територіальна концентрація. В Японії, як і в США, утворені не окремі центри, а крупні металургійні райони. Проте на відміну від США всі ці центри і райони розташовані

на морському узбережжі. Причому деякі з металургійних комбінатів побудовано на спеціально намитих для цієї цілі майданчиках. Таким чином, Японія, в якій практично відсутня сировинна база та яка з великим запізненням почала індустріалізацію своєї промисловості, буквально за 10–15 років досягла такого рівня розвитку, якого інші країни з наявними сировинним ресурсами не можуть досягти й сьогодні. Завдяки такій політиці розташування металургійні підприємства одночасно перетворювалися в порти для прийому великих морських суден, які постачали сировину і паливно-енергетичні ресурси з Австралії, Індії, Китаю та інших країн, і відправлення готової продукції до країн Європи та США.

Сьогодні конкурентоспроможність японської металопродукції на світовому ринку забезпечується двома найважливішими факторами: по-перше, ефективним використанням іноземних науково-технічних інновацій, що суттєво скорочує витрати виробництва і відставання від провідних країн світу; по-друге, створенням власного потужного сектору НДДКР у найбільших корпораціях та університетах. Саме завдяки останньому Японія за технологічним рівнем випереджає інші країни світу, а в металургійній галузі суттєво збільшилася частка продукції з високою доданою вартістю, що ще більше закріпило позиції металургійних підприємств на світовому ринку сталі.

Також на увагу заслуговує політика розвитку індійської металургії. Індія вважається лідером із використання технологій прямого відновлення заліза. Саме така технологія пропагується індійською владою як основа для подальшого нарощування виробничих потужностей у металургійній галузі країни. Це пов'язано насамперед із наявністю в країні значних запасів високоякісної залізної руди.

Зростання виробництва сталі та виробничих потужностей у країні відбувається завдяки високому рівню споживання готового прокату. Це зумовлено тим, що органи державної влади Індії розробили заходи щодо розвитку економіки та активізації промисловості країни. У план входить повномасштабна модернізація внутрішньої інфраструктури, доріг, портів, аеропортів, будівництво автомобільної галузі, збільшення обсягів виробництва побутової техніки, житлового будівництва, особливо у сільській місцевості, що сприяє формуванню внутрішнього попиту на продукцію галузі чорної металургії.

За даними World Steel Association, металургійна промисловість Індії стрімко розвивається декілька десятиліть підряд. Причому за останні 19 років виробництво сталі в країні знизилося лише один раз – у 1998 р. Більше того, у період світової фінансово-економічної кризи 2008–2009 рр. індійська металургія у числі тих, які не тільки не погіршили свої виробничі показники, а, навпаки, їх збільшили [8].

Багатообіцяючі темпи приросту споживання і виробництва сталі в Індії наприкінці 2000-х рр. залучили в країну багато світових металовиробників. Нині адміністраціями низки штатів країни підписано з національними та іноземними компаніями 222 меморандуми про взаємодопомогу, в яких йдеться про створення потужностей з виробництва 276 млн т сталі в рік до 2020 року із загальним обсягом інвестицій понад 200 млрд дол. США [6, с. 133].

Досить цікавим з погляду нашого дослідження є досвід реалізації промислової політики у США. Так, чорна металургія США почала своє існування у 1970-х роках і з тих пір протягом значного періоду займала перше місце у світі з виробництва чавуну та сталі. Найбільших обсягів виробництва було досягнуто на початку 1970-х рр. (132 млн т) [9], після цього всі основні показники чорної металургії почали знижуватися. Наслідком такого зниження стало те, що в середині 1970-х рр. на фоні світової енергетичної кризи уряд підняв питання про реструктуризацію підприємств металургійної галузі. Так, якщо на початку 1970-х рр. у країні працювало 45 металургійних заводів і комбінатів з річною потужністю понад 1млн т кожний, то після реорганізації металургійної галузі практично всі крупні підприємства закрилися, а натомість було побудовано міні-заводи, які, як правило, швидше адаптуються до потреб ринку і проявили себе більш ефективно з економічного погляду. У 1992 р. у США нараховувалося 65 міні-заводів загальною встановленою потужністю майже в 25 млн т на рік, а всього у США в 2001 р. функціонувало 144 підприємства чорної металургії загальною потужністю 119 млн т сталі на рік [6, с. 132].

Крім широкого розповсюдження міні-заводів, у США спостерігається підвищений інтерес до будівництва заводів з виробництва заліза прямого відновлення.

Варто зазначити, що металургійна галузь США попри обмеження й заборони досить часто отримувала й підтримку з боку держави. Зокрема, державні субсидії у США надаються як на федеральному рівні, так і на рівні окремих штатів [10, с. 120].

Весною 2018 р. американський президент Д. Трамп, звинувативши іноземних виробників у демпінгу, підписав указ про введення ввізного мита на сталь (25%) та алюміній (10%) [11]. Він підкреслив, що це рішення захищає національну безпеку США. Крім 25%-го мита на вітчизняну металопродукцію, у США діють ще такі антидемпінгові заходи, як [12]: феросилікомарганець – 163% до листопада 2023 р.; арматура – 41,69% до листопада 2023 р.; прокат вуглецевий гарячекатаний плоский в рулонах – для МК «Азовсталь» – 81,43%, ММК ім. Ілліча – 155%, інші – 237,91% до грудня 2020 р.; сталеві труби – 7,47 % до 10.07.2019 р.; катанка з вуглецевої сталі

для ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» та ПАТ «Єнакіївський металургійний завод» – 44,03%, інші – 34,98%.

На продовження національної політики захисту національного виробника на початку 2019 р. Д. Трамп підписав новий указ «Про посилення купівельних преференцій для інфраструктурних проектів» [13]. Відповідно до цього указу, керівники американських агентств зобов'язані заохочувати організації, які використовують сталь, залізо, цемент, алюміній та продукцію, що виробляється у США. Указ спрямований на практичне виконання слогану «Купуй американське» у проектах, які використовують федеральну фінансову допомогу. Зокрема, виступаючи в Білому домі перед підписанням зазначеного указу, Д. Трамп сказав: «Ми хочемо, аби американські дороги, мости, залізничні шляхи та все інше було побудоване з американського заліза, американської сталі, американського бетону та американськими руками». Таким чином, американська металургія розвивається під повним захистом з боку держави, користуючись значними пільгами, гарантіями та державною допомогою.

Програма державної допомоги металургійним компаніям у ЄС теж має довгу історію. Останнім часом можливості надання такої допомоги було серйозно обмежено. Проте до липня 2002 р. всі види допомоги в металургійному секторі регулювалися окремим Кодексом допомоги в металургії. Із липня 2002 р. підприємствам металургійної промисловості в ЄС можуть надаватися такі види допомоги, як: на екологічні програми; проведення наукових досліджень; навчання персоналу; допомога на закриття підприємств або потужностей із виробництва сталі [14, с. 161].

Незважаючи на відсутність прямої підтримки, Європейська комісія з метою захисту внутрішнього ринку в липні 2018 року ввела попередні захисні заходи в межах розслідування відносно металопродукції. Загалом предмет розслідувань включав 28 видів металургійної продукції, до 23 з яких вводяться попередні заходи у вигляді тарифної квоти терміном на 200 днів. Таке рішення Європейська комісія пояснила необхідністю запобігти наслідкам від введення тарифів США [15].

Тарифні квоти застосовувалися на основі принципу «first come, first served» (перший прийшов – перший отримав), а після того, як квота вичерпувалася, до наступних постачальників застосовувалося мито у розмірі 25%. Крім України, під дію захисних заходів потрапила продукція з Бразилії, Китаю, Єгипту, Індії, Індонезії, Малайзії, Молдови, Саудівської Аравії, ПАР, Македонії, Туреччини та В'єтнаму.

Відповідно до рішення Європейської комісії, під дію захисних заходів потрапили 11 видів української металопродукції, зокрема: гарячекатані листи і полоси, холоднокатані листи, заготівка стальна квадратна, прутики, нержавіюча арматура та легкі секції, катанка з нелегованої та легованої сталі, кутики і спеціальні профілі, труби для газопроводів, профільні секції, безшовні нержавіючі труби, нелегована проволока.

Оцінивши реальні загрози, Європейська комісія з 2 лютого 2019 р. на період до 30 червня 2021 р. ввела нові захисні заходи відносно імпорту 26 видів металопродукції. До цього переліку потрапили й 14 видів вітчизняної металопродукції [16]. Принцип застосування квот залишився таким самим.

Слід зазначити, що застосування захисних заходів об'єктивно принесе вигоду європейським металургійним заводам, оскільки через збільшення цін на імпортну металопродукцію зросте попит на продукцію європейських виробників, що приведе до зростання обсягів виробництва.

Розвиток вітчизняної металургійної галузі протягом усього періоду незалежності відбувався у межах реалізації промислової політики України, яка більшістю фахівців характеризується як ситуативна, фрагментарна, безсистемна, нецілеспрямована, пролобістська, стратегічно невиразна, конформістська [17, с. 20]. Вона не вписується в рамки відомих у світі класичних моделей «жорсткої» чи «м'якої» політики. У ній присутні окремі елементи як однієї, так і іншої, причому елементи «жорсткої» моделі є результатом трансформації радянських адміністративних методів управління до нових умов, а елементи «м'якої» – спробою впровадити суто ринкові регулятори у далеке від ринкового вітчизняне інституційне середовище.

З моменту отримання Україною незалежності вітчизняна металургійна галузь знаходилася в центрі дискусій серед фахівців-практиків, учених, а також на різних рівнях органів державної влади та управління. Зокрема, ще в 1995 р. Постановою Верховної Ради України від 17.10.1995 р. було прийнято «Концепцію розвитку гірничо-металургійного комплексу України до 2010 року» [18]. В її основу було покладено програми розвитку промислового комплексу України, пропозиції заінтересованих міністерств і відомств, підприємств, наукових і проектних організацій галузі та Національної академії наук. Проте, незважаючи на досить амбітні плани, цілі Концепції так і залишилися до кінця не реалізованими.

Суттєві надії покладалися на Державну програму розвитку та реформування гірничо-металургійного комплексу на період до 2011 року, затверджену постановою Кабінету Міністрів України від 28.07.2004 р. № 967 [19]. Проте не всіх запланованих показників було повністю досягнуто. Зокрема, не вдалося повністю оновити виробничі потужності металургійних підприємств, що зумовило подальше використання застарілих

ресурсо- та енерговитратних технологій, зорієнтованих на випуск ординарного металопрокату рядових марок сталі.

Ще одним документом, який передбачав перспективні напрями модернізації підприємств металургійної галузі України, була «Галузева програма енергоефективності та енергозбереження на період до 2017 року» [20], затверджена Наказом Міністерства промислової політики України № 152 від 25.02.2009 р. Для її реалізації запропоновано 227 енергозберігаючих заходів за всіма підгалузями металургійної галузі України. Однак, оскільки моніторинг виконання цієї програми ніхто не здійснював, оцінити її вплив на розвиток металургійної галузі є досить складним завданням.

Сьогодні в Україні відсутні будь-які програми розвитку металургійної галузі України. Більше того, відсутнє й міністерство промислової політики, яке б мало опікуватися стратегічним баченням розвитку галузі. Водночас виключення галузі з числа державних пріоритетів економічного розвитку країни не зменшує, а, навпаки, збільшує соціально-економічний тягар не лише металургійних підприємств, а й держави, відтерміновуючи його лише в часі.

На наш погляд, недовиконання запланованих стратегічними довгостроковими та короткостроковими документами заходів із реалізації перспективних напрямів модернізації металургійних підприємств пов'язане насамперед зі втратою державою важелів впливу на розвиток галузі. Не зайвим буде нагадати, що практично повна приватизація металургійних підприємств привела до зміни поставлених перед ними цілей і завдань. На перший план вийшло завдання отримання прибутку, внаслідок чого інвестиції спрямовуються на заходи, які можуть забезпечити підтримання наявного обладнання в працездатному стані та його окупність протягом короткострокового періоду [6, с. 53].

Однак використання державного програмного підходу дало можливість навіть в умовах повної приватизації металургійних підприємств сформувати напрями підвищення технічного рівня та забезпечити зменшення енергомісткості металургійного виробництва. Навіть неповна реалізація науково-технічних заходів з розвитку галузі довела їхню доцільність та ефективність.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений порівняльний аналіз ролі держави у розвитку металургійної галузі свідчить про таке. Провідні країни-виробники, на відміну від України, відносять металургійну галузь до пріоритетних галузей економіки та ніколи не випускають її зі сфери державного впливу, навіть якщо підприємства повністю знаходяться у приватній власності, адже у критичні моменти власники найбільших корпорацій завжди діють в інтересах держави.

Виходячи із пріоритетності, більшість промислово розвинених країн із метою випуску продукції з високою доданою вартістю та зниження шкідливого впливу на навколишнє середовище модернізували свої металургійні підприємства ще наприкінці XX ст. Цьому передувала дієва промислова політика держави, спрямована насамперед на інноваційну перебудову галузі.

Оскільки металургійна галузь України характеризується низкою комплексних проблем: структурною недосконалістю та технологічним відставанням, незадовільним технічним станом більшості основних виробничих потужностей, недостатнім розвитком внутрішнього ринку споживання металопродукції та залежністю від кон'юнктури світового ринку сталі, то у найближчій перспективі вітчизняним чиновникам доведеться переглянути свої пріоритети у бік формування чітких і зрозумілих заходів державного впливу на неї. Тобто металургійна галузь України у середньострокові і довгостроковій перспективі повинна зберегти роль провідної і потужної галузі вітчизняної промисловості, враховуючи необхідність забезпечення металопродукцією суміжних галузей, особливо машинобудування і будівництва. Для цього, на наш погляд, необхідно розробити Державну програму її модернізації та розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Большаков В.І., Тубольцев Л.Г. Чорна металургія і національна безпека України. Вісник НАН України. 2014. № 9. С. 48–58.

2. Заблодська І.В., Кудріна О.Ю. Модернізація промислового сектора, як стратегічний напрямок розвитку економіки регіону. Ефективна економіка. № 2. 2014. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3382 (дата звернення: 10.01.2020).

3. Власюк Т.О. Металургійна галузь України на світовому ринку: проблеми та пріоритети. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2016. № 3. С. 91–103.

4. Хижняк О.С. Сучасний стан металургійних підприємств України: проблеми і перспективи розвитку. Молодий вчений. 2017. № 5. С. 762–768.

5. Steel Statistical Yearbook 2019. World Steel Association. URL: https://www.worldsteel.org./en/dam/jcr:7aa2a95d-448d-4c56-b62b-b2457f067cd9/SSY19%2520concise%2520version.pdf (дата звернення: 15.01.2020).

6. Федотов Д.М., Тищенко Е.Б. Модернизация предприятий черной металлургии (мировой опыт). Вопросы экономики и права. 2015. № 5. С. 129–133. URL: law-journal.ru/files/pdf/201505/201505_129.pdf (дата звернення: 22.01.2020).

7. Steel Statistical Yearbook 2000. World Steel Association. URL: https://www.worldsteel.org./en/dam/jcr:18a77bd2-7c38-4fc5-8aef-963553c3cb0f/Steel%2520statistical%2520yearbook%25202000.pdf (дата звернення: 10.12.2019).

8. Steel Statistical Yearbook 2011. World Steel Association. URL: https://www.worldsteel.org./en/dam/

jcr:c12843e8-49c3-40f1-92f1-9665dc3f7a35/Steel%2520statistical%2520yearbook%25202011.pdf. (дата звернення: 12.12.2019).

9. Steel Statistical Yearbook 1985. World Steel Association. URL: https://www.worldsteel.org./en/dam/jcr:25fb9686-2c56-47da-9cdd-4dac03f02d90/Steel%2520statistical%2520yearbook%25201985.pdf (дата звернення: 15.12.2019).

10. Рябоконь О. Держпідтримка ГМК: світовий досвід у світлі розвитку гірничо-металургійного комплексу України. Дзеркало тижня. URL: https://dt.ua/ECONOMICS/derzhpidtrimka_pidpriemstv_gmk_svitoviy_dosvid_u_svitli_rozvitku_girnicho-metalurgiynogo_kompleksu_u.html/ (дата звернення: 22.12.2019).

11. Трамп подписал указ о пошлинах на сталь и алюминий. Кореспондент. URL: https://korrespondent.net/business/economics/3948995-tramp-podpysal-ukaz-o-poshlynakh-na-stal-y-aluimynyi (дата звернення: 12.01.2020).

12. Перелік чинних антидемпінгових, компенсаційних та захисних заходів щодо української продукції. Мінекономрозвитку. URL: http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=082485da-0071-490a-9ec0-a5e520b3ca02&title=CHinniAntidempingovi-KompensatsiiniTaZakhisniZakhodiSchodoUkrainskoiProduktsii (дата звернення: 12.02.2020).

13. Трамп стимулирует потребление американской стали в США. Мінпром. URL: https://www.minprom.ua/news/250949.html?utm_source=abomus.com.ua&utm_medium=referral&utm_campaign=news (дата звернення: 12.10.2019).

14. Оцінка наслідків угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС. Міжнародний центр перспективних досліджень. К., 2007. 320 с.

15. ЕС ввел квоты на 11 видов металлопродукции Украины. Кореспондент. URL: https://korrespondent.net/business/economics/3991540-es-vvel-kvoty-na-11-vydov-metalloproduktsyy-ukrayny (дата звернення: 12.10.2019).

16. Еврокомиссия ввела трехлетние квоты на украинскую стальную продукцию / УНИАН. URL: https://www.unian.net/economics/other/10431051-evrokomissiya-vvela-trehletnie-kvoty-na-ukrainskuyu-stalnuyu-produkciyu.html (дата звернення: 12.10.2019).

17. Кіндзерський Ю. Проблеми розвитку промисловості та розбудови ефективної промислової політики в Україні. Економіст. 2012. № 12. С. 20–25.

18. Постанова Верховної Ради України «Про Концепцію розвитку гірничо-металургійного комплексу України до 2010 року» URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/385/95-вр (дата звернення: 12.10.2019).

19. Постанова Кабінету Міністрів України « Про затвердження Державної програми розвитку та реформування гірничо-металургійного комплексу на період до 2011 року» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/967-2004-%D0%BF (дата звернення: 12.10.2019).

20. Наказ Міністерства промислової політики України «Щодо Галузевої програми енергоефективності та енергозбереження на період до 2017 року» URL: http://consultant.parus.ua/?doc=0918FAC322 (дата звернення: 15.10.2019).

REFERENCES:

1. Bol'shakov V.I., Tubol'tsev L.H. (2014) Chorna metalurhiya i natsional'na bezpeka Ukrayiny [Ferrous metallurgy and national security of Ukraine]. *Visnyk NAN Ukrayiny*, no. 9, pp. 48-58.

2. Zablods'ka I.V., Kudrina O.Yu. (2014) Modernizatsiya promyslovoho sektora, yak stratehichnyy napryamok rozvytku ekonomiky rehionu [Modernization of the industrial sector as a strategic direction of economic development of the region]. *Efektyvna ekonomika*, no. 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3382 (accessed 10 January 2020).

3. Vlasyuk T.O. (2016) Metalurhiyna haluz' Ukrayiny na svitovomu rynku: problemy ta priorytety [Metallurgical industry of Ukraine in the world market: problems and priorities]. *Naukovyy visnyk Natsional'noyi akademiyi statystyky, obliku ta audytu*, no. 3, pp. 91-103.

4. Khyzhnyak O.S. (2017) Suchasnyy stan metalurhiynykh pidpryyemstv Ukrayiny: problemy i perspektyvy rozvytku [Present state of metallurgical enterprises of Ukraine: problems and prospects of development]. *Molodyy vchenyy*, no. 5, pp. 762-768.

5. Steel Statistical Yearbook 2019. *World Steel Association*. URL: https://www.worldsteel.org./en/dam/jcr:7aa2a95d-448d-4c56-b62b-b2457f067cd9/SSY19%2520concise%2520version.pdf (accessed 15 January 2020).

6. Fedotov D.M., Tishenko E.B. (2015) Modernizaciya predpriyatij chernoj metallurgii (mirovoj opyt) [Modernization of ferrous metallurgy enterprises (world experience)]. *Voprosy ekonomiki i prava*. no. 5. pp. 129-133. URL: law-journal.ru/files/pdf/201505/201505_129.pdf (accessed 22 January 2020).

7. Steel Statistical Yearbook 2000. *World Steel Association*. URL: https://www.worldsteel.org./en/dam/jcr:18a77bd2-7c38-4fc5-8aef-963553c3cb0f/Steel%2520statistical%2520yearbook%25202000.pdf (accessed 10 December 2019).

8. Steel Statistical Yearbook 2011. World Steel Association. URL: https://www.worldsteel.org./en/dam/jcr:c12843e8-49c3-40f1-92f1-9665dc3f7a35/Steel%2520statistical%2520yearbook%25202011.pdf (accessed 12 December 2019).

9. Steel Statistical Yearbook 1985. *World Steel Association*. URL: https://www.worldsteel.org./en/dam/jcr:25fb9686-2c56-47da-9cdd-4dac03f02d90/Steel%2520statistical%2520yearbook%25201985.pdf (accessed 15 December 2019).

10. Ryabokon' O. Derzhpidtrymka pidpryyemstv HMK: svitovyy dosvid u svitli rozvytku hirnycho-metalurhiynoho kompleksu Ukrayiny [State support of MMC: world experience in light of development of mining and metallurgical complex of Ukraine]. *Dzerkalo tyzhnya*. URL: https://dt.ua/ECONOMICS/derzhpidtrimka_pidpriemstv_gmk_svitoviy_dosvid_u_svitli_rozvitku_ girnicho-metalurgiynogo_kompleksu_u.html (accessed 22 December 2019).

11. Tramp podpisal ukaz o poshlinah na stal i alyuminij [Trump signed a decree on duties on steel and aluminum]. *Korespondent*. URL: https://korrespondent.net/business/economics/3948995-tramp-podpysal-ukaz-o-poshlynakh-na-stal-y-aluimynyi (accessed 12 January 2020).

12. Perelik chynnykh antydempinhovykh, kompensatsiynykh ta zakhysnykh zakhodiv shchodo ukrayins'koyi

produktsiyi [List of current anti-dumping, countervailing and safeguard measures for Ukrainian products]. *Minekonomrozvytku*. URL: http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=082485da-0071-490a-9ec0-a5e520b3ca02&title=CHinniAntidempingovi-KompensatsiiniTaZakhisniZakhodiSchodoUkrainskoiProduktsii (accessed 12 February 2020).

13. Tramp stimuliruet potreblenie amerikanskoj stali v SShA [Trump boosts US steel consumption in the US]. *Minprom*. URL: https://www.minprom.ua/news/250949.html?utm_source=abomus.com.ua&utm_medium=referral&utm_campaign=news (accessed 12 October 2019).

14. Otsinka naslidkiv uhody pro vil'nu t orhivlyu mizh Ukrayinoyu ta YeS [Assessment of the consequences of a free trade agreement between Ukraine and the EU] (2007). *Mizhnarodnyy tsentr perspektyvnykh doslidzhen'*.

15. ES vvel kvoty na 11 vidov metalloprodukcii Ukrainy [The EU introduced quotas for 11 types of metal products in Ukraine]. *Korespondent*.. URL: https://korrespondent.net/business/economics/3991540-es-vvel-kvoty-na-11-vydov-metalloproduktsyy-ukrayny (accessed 12 October 2019).

16. Evrokomissiya vvela trehletnie kvoty na ukrainskuyu stalnuyu produkciyu [The European Commission has introduced three-year quotas for Ukrainian steel products]. *UNIAN*. URL: https://economics.unian.net/other/10431051-evrokomissiya-vvela-trehletnie-kvoty-na-ukrainskuyu-stalnuyu-produkciyu.html (accessed 12 October 2019).

17. Kindzers'kyy Yu. (2012) Problemy rozvytku promyslovosti ta rozbudovy efektyvnoyi promyslovoyi polityky v Ukrayini [Problems of industrial development and development of effective industrial policy in Ukraine]. *Ekonomist*, no. 12, pp. 20-25.

18. Postanova Verkhovnoyi Rady Ukrayiny “Pro Kontseptsiyu rozvytku hirnycho-metalurhiynoho kompleksu Ukrayiny do 2010 roku” ["On the Concept of Development of Mining and Metallurgical Complex of Ukraine by 2010"]. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/385/95-вр (accessed 12 October 2019).

19. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny «Pro zatverdzhennya Derzhavnoyi prohramy rozvytku ta reformuvannya hirnycho-metalurhiynoho kompleksu na period do 2011 roku» [On Approval of the State Program of Development and Reform of Mining and Metallurgical Complex for the Period up to 2011]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/967-2004-%D0%BF (accessed 12 October 2019).

20. Nakaz Ministerstva promyslovoyi polityky Ukrayiny «Shchodo Haluzevoyi prohramy enerhoefektyvnosti ta enerhozberezhennya na period do 2017 roku» [On the Sectoral Program for Energy Efficiency and Energy Saving for the Period to 2017]. URL: http://consultant.parus.ua/?doc=0918FAC322 (accessed 15 October 2019).

СТАН УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ ТА ЙОГО АНТИКРИЗОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

THE STATE OF THE UKRAINIAN MILK AND DAIRY MARKET AND ITS ANTI-CRISIS REGULATION IN THE GLOBALIZATION CONDITIONS

УДК 338.43
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-11

Єрмак С.О.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва і торгівлі
Одеський національний політехнічний університет

Yermak Svitlana
Odessa National Polytechnic University

У статті проаналізовано динаміку поголів'я корів в Україні загалом за 2016–2019 роки та за секторами утримування за 2017–2018 роки, структуру виробництва молока за всіма категоріями господарств за регіонами України у 2017–2018 роках. Порівняно показники якості молока в країнах ЄС та в Україні згідно з ДСТУ 3662-97, розглянуто зміни у зв'язку з упровадженням нового ДСТУ 3662:2015 «Молоко-сировина коров'яче. Технічні умови». Досліджено середньозважені закупівельні ціни від сільськогосподарських підприємств за окремими ґатунками молока-сировини, виявлено зростання цін та розглянуто основні фактори, які вплинули на це. Розглянуто сутність і динаміку Українського молочного індексу за 2016–2019 роки. Виявлено, що молочна галузь України перебуває у кризовому становищі, розроблено низку антикризових пропозицій щодо врегулювання ринку молока та молочної продукції країни в умовах глобалізації, які стануть можливими за умов ефективної державної підтримки.

Ключові слова: *молоко, молочна продукція, поголів'я корів, якість продукції, антикризове регулювання, інноваційні технології, кооперативи, глобалізація.*

В статье проанализирована динамика поголовья коров в Украине в целом за 2016–2019 годы и по секторам содержания за 2017–2018 годы, структура производства молока по всем категориям хозяйств по регионам Украины в 2017–2018 годах. Проведено сравнение показателей качества молока в странах ЕС и Украине по ДСТУ 3662–97, рассмотрены изменения в связи с внедрением нового ДСТУ 3662:2015 «Молоко-сырье коровье. Технические условия». Исследованы средневзвешенные закупочные цены от сельскохозяйственных предприятий по отдельным сортам молока-сырья, выявлен рост цен и рассмотрены основные факторы, которые повлияли на это. Рассмотрена сущность и динамика Украинского молочного индекса за 2016–2019 годы. Выявлено, что молочная отрасль Украины находится в кризисном состоянии, разработан ряд антикризисных предложений по урегулированию рынка молока и молочной продукции страны в условиях глобализации, которые станут возможными при условии эффективной государственной поддержки.

Ключевые слова: *молоко, молочная продукция, поголовье коров, качество антикризисное регулирование, инновационные технологии, кооперативы, глобализация.*

The dynamics of cow livestock in Ukraine as a whole for 2016–2019 and by holdings for 2017–2018, the structure of milk production by all categories of farms by regions of Ukraine in 2017–2018 were analyzed in the article. Milk quality indicators in EU and Ukraine according to DSTU 3662-97 have been compare considers changes due to the implementation of the new DSTU 3662: 2015 "Cow's milk raw material. Specifications". The weighted average purchase prices from dairy farms with the division into extra, higher and first grades were investigated. Price increases were identified and the main factors that influenced it were examined. The main of these is the lack of raw milk, which is caused by a decrease in the actual number of animals in Ukraine. The essence and dynamics of the Ukrainian Dairy Index for 2016–2019 are considered. It is revealed that the dairy industry of Ukraine is in a crisis situation, which was affected by globalization, the closure of certain markets and unstable political and economic situation. A number of anti-crisis proposals have been developed to regulate the country's milk and dairy market in the context of globalization, including increasing milk production by increasing the number of cows and their productivity. Improving the quality of milk through the introduction of innovative technologies in the dairy sector, such as the innovative principles of the Voluntary milking system (VMS), modular dairy mini-factories, non-tethered cow holding system, semi-automatic and automatic animal movement control system, voluntary milking system, robotic milking machine manipulator, functional food creation, spreads production, cooperative development projects with a focus on supporting family farmers etc. The association of producers in cooperatives is progressive, which is confirmed by world practice. Implementation of all anti-crisis measures is possible only with effective state support, such as: regulation of issues of agricultural cooperation at the legislative level, which will ensure a level playing field for domestic producers with foreign ones on the world markets; in the case of the opening of the land market – access of farmers to cheap loans to create the opportunity to buy land and introduce special government programs for preferential lending.

Key words: *milk, dairy products, cows, product quality, anti-crisis regulation, innovative technologies, cooperatives, globalization*

Постановка проблеми. Молочна галузь є однією із провідних та корисних для населення галузей промисловості. Від її розвитку залежить насамперед здоров'я населення країни і рівень соціальної напруги в регіонах та сільській місцевості. На жаль, тенденцією останніх років є скорочення виробництва молока і молочної продукції та обсягів їх реалізації. Причинами кризових явищ галузі за [11; 12] є непрогнозована аграрна політика, відсутність стратегічного плану розвитку молочної галузі на національному рівні та спекуляції навколо відкриття ринку землі. Наслідками таких тенденцій можуть бути зниження бюджетних надходжень, втрата джерела валютної виручки, перетворення України з нетто-експортера в нетто-імпортера, втрата робочих місць та зниження соціальної стабільності на селі. Тому для подолання цієї кризи необхідний ретельний аналіз сучасного стану виробництва та реалізації молока та молочної продукції, виявлення причин негативних явищ та розроблення певних заходів з антикризового регулювання молочної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми якості українського молока у своїх роботах підіймали такі українські дослідники, як В.П. Галушко, С.І. Канцевич, О.В. Сень, І.М. Суха, І.В. Тернавська та ін. Дослідженням стану та тенденцій розвитку ринку молока та молочної продукції займалися С.В. Васильчак, О. Жупінас, Т.Л. Керанчук, Ю.В. Кернасюк, Т.П. Павлоцька,

Рис. 1. Динаміка поголів'я корів в Україні в 2016–2019 рр., млн голів

Джерело: розроблено за даними [6]

С.В. Тивончук та ін. Проте, зважаючи на швидку мінливість ринкової кон'юнктури та зміни й невизначеність економічної та політичної ситуації в країні, глобалізаційні процеси, дослідження молочного ринку та галузі повинні мати постійний характер із метою своєчасного прийняття актуальних антикризових рішень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану ринку молока та молочної продукції в Україні та розроблення певних заходів з його антикризового регулювання в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загалом український ринок молока та молочних продуктів залежить від розвитку тваринництва. Поголів'я корів є основним джерелом отримання молока, також важливою є їхня продуктивність. Незважаючи на позитивні фактори розвитку молочної галузі, що зумовлені територіальними особливостями, Україна поступово втрачає свій потенціал. Так, у період із 1990 р. і дотепер поголів'я рогатої худоби зменшилося в 6,8 раза через зменшення торговельно-експортних можливостей, що загалом залежать від конкурентних цін, які в Україні не можуть бути нижчими через низку економіко-технологічних обставин. Станом на 01 січня 2019 року в країні налічується 1967,6 тис.корів, що на 3,6% менше, ніж у минулому році (див. рис. 1).

При цьому 76% корів, або 1499,7 тис. голів, зосереджено у домогосподарствах, що на 3,3%, або на 51,5 тис. корів, менше, ніж налічувалося у січні 2018 року (див. рис. 2).

Натомість у організованих господарствах спад молочного стада призупинився. Станом на 1 січня поточного року у цьому секторі утримується 467,9 тис. корів, що на 1,3 тис., або 0,3%, більше порівняно з минулорічною датою.

Нині організований сектор із виробництва молока представлений 2130 сільгосппідприємствами, з них: 752 підприємства утримують до 50 корів, у середньому припадає 15–16 корів на одне господарство; 244 підприємства мають стада від 50 до 99 корів, або на одне підприємство в середньому припадає 75 корів; 877 ферм мають від 100 до 499 корів, де середня чисельність на одну ферму – 230 корів; 188 комплексів з дійним стадом – від 500 до 999 корів, або в середньому 655 корів і 69 великотоварних ферм із чисельністю понад 1000 голів кожна, в середньому 1570 голів на одну ферму.

На одну корову в Україні в середньому припадає видоювання 4800 кг молока [10], що є меншим за світові показники. Середньорічний надій молока в Німеччині становить 6300 кг на рік, в Ізраїлі – 13000 кг на рік, у Сполучених Штатах Америки – 8500 кг на рік.

Спадаюча тенденція щодо поголів'я відобразилася на обсягах загального виробництва

Рис. 2. Поголів'я корів за секторами утримування у 2017–2018 роках, тис. голів

молока в Україні (див. табл. 1). Так, у 2018 році всіма категоріями господарств України вироблено 10098,8 тис. тонн молока, що на 1,8% менше, ніж у відповідному періоді 2017 року. В тому числі індивідуальним сектором – 7338,8 тис. тонн молока, що на 2,3%, або 176 тис. тонн, менше від обсягів 2017 року. Зменшилося виробництво молока у сільгосппідприємств на 0,2%, або на 5,7 тис. тонн, порівняно з роком пізніше. Всього у минулому році сільськогосподарськими підприємствами та фермами вироблено 2760 тис. тонн молока, що становить 27% від загальних обсягів виробництва.

Така структура виробництва, де лише 27% виробляється сільськогосподарськими підприємствами, є критичною і суттєво впливає на якість молока. В Україні на молокопереробні підприємства переважно надходить молоко першого та другого ґатунків. У розвинутих країнах таке молоко навіть не приймають на переробку. Якщо порівнювати, то рівень бактеріального обсіменіння молока вищого ґатунку за українськими стандартами значно вищий за максимально допустимий європейським стандартом якості, і лише молоко вищого ґатунку відповідає вимогам ЄС за кількістю соматичних клітин.

Порівняння показників якості молока в Україні (за попереднім стандартом ДСТУ 3662-97) та країнах ЄС наведено у таблиці 2.

У липні 2018 року набув чинності ДСТУ 3662: 2015 «Молоко – сировина коров'яче. Технічні умови», який спрямований на підвищення вимог до якості молока і врегулювання використання молока другого сорту тільки в певних цілях. Документ призваний уніфікувати українські та європейські вимоги, врегулювати значення основних мікробіологічних показників, адаптувати технологічні вимоги до сучасних реалій і скасувати застарілі норми в цій сфері. Основні зміни у стандарті:

– молоко для промислового перероблення буде класифікуватися на екстра, вищий та перший ґатунки (але поки що прийнято рішення залишити другий ґатунок, щоб дати фермерам час на модернізацію виробництв, до 1 січня 2020 року);

Таблиця 1

Виробництво молока в Україні у 2017–2018 роках

тис. тонн

Регіони	Усі категорії господарств			С/г підприємства з урахуванням ферм			Господарства населення		
	2017 рік	2018 рік	Темп зміни 2018 до 2017 року, %	2017 рік	2018 рік	Темп зміни 2018 до 2017 року, %	2017 рік	2018 рік	Темп зміни 2018 до 2017 року, %
Україна	10280,5	10098,8	98,23	2765,7	2760	99,79	7514,8	7338,8	97,66
Вінницька	851,3	827,1	97,16	198,1	206,3	104,14	653,2	620,8	95,04
Волинська	411,9	390,8	94,88	83,5	87,2	104,43	328,4	303,6	92,45
Дніпропетровська	300,7	294,1	97,81	70,4	70,9	100,71	230,3	223,2	96,92
Донецька	190,2	186,3	97,95	77,1	71,2	92,35	113,1	115,1	101,77
Житомирська	547,7	552,4	100,86	112	115,2	102,86	435,7	437,2	100,34
Закарпатська	325,2	345,5	106,24	2,9	1,5	51,72	322,3	344	106,73
Запорізька	260,7	243,9	93,56	36,8	37,2	101,09	223,9	206,7	92,32
Івано-Франківська	463,5	441,1	95,17	18,5	17,1	92,43	445	424	95,28
Київська	435,9	435,6	99,93	223,9	224,5	100,27	212	211,1	99,58
Кіровоградська	305,6	307,3	100,56	57,7	61,3	106,24	247,9	246	99,23
Луганська	124,8	127,1	101,84	33,3	30,9	92,79	91,5	96,2	105,14
Львівська	528,3	505,5	95,68	28,2	27,7	98,23	500,1	477,8	95,54
Миколаївська	342,2	335,4	98,01	41,6	46,3	111,30	300,6	289,1	96,17
Одеська	348,6	335,2	96,16	32,7	32,7	100,00	315,9	302,5	95,76
Полтавська	792,4	765,4	96,59	424,6	397,3	93,57	367,8	368,1	100,08
Рівненська	433,3	416,7	96,17	78,9	76,1	96,45	354,4	340,6	96,11
Сумська	416	410,1	98,58	176,3	173,5	98,41	239,7	236,6	98,71
Тернопільська	451,4	449,6	99,60	72,8	79,2	108,79	378,6	370,4	97,83
Харківська	522,5	526,6	100,78	240	240,1	100,04	282,5	286,5	101,42
Херсонська	293,3	284,5	97,00	42,7	45,2	105,85	250,6	239,3	95,49
Хмельницька	596,7	625	104,74	161	169,4	105,22	435,7	455,6	104,57
Черкаська	507,9	484,1	95,31	300,6	291,5	96,97	207,3	192,6	92,91
Чернівецька	281,6	272,9	96,91	14	13,2	94,29	267,6	259,7	97,05
Чернігівська	548,8	536,6	97,78	238,1	244,5	102,69	310,7	292,1	94,01

Джерело: розроблено автором за даними [7]

Таблиця 2

Порівняння показників якості молока в країнах ЄС та Україні (за ДСТУ 3662-97)

Параметри якості молока в країнах ЄС згідно з Постановою ЄС 853/2004				Параметри якості молока в Україні згідно з ДСТУ 3662-97		
Класифікація	**КСК (тис. см³)**	**Бактеріальне обсіменіння (тис. см³)**	**Кількість кишкових паличок**	**Класифікація**	**КСК (тис. см³)**	**Бактеріальне обсіменіння (тис. см³)**
Дуже добре	<100	<30	<25	-	-	-
Добре	100-200	30-50	25-50	-	–	-
Середнє	200-350	50-300	50-100	-	-	-
Стерпне	350-500	300-500	100-400	Екстра	<400	≤100
				Вищий	≤400	≤300
Непридатне	>500	>500	>400	Перший ґатунок	≤600	≤500
				Другий ґатунок	≤800	≤3000

Джерело: [5]

– максимальний вміст соматичних клітин ≤600 тис/см;

– кількість мезофільних аеробних та факультативно анаеробних мікроорганізмів ≤500 тис. КУО/см;

– температуру замерзання встановлено мінус 0,520 °С для всіх ґатунків;

– охолодження молока до 6 °С (температуру не встановлюють за умови перероблення молока не пізніше, ніж за 2 год після доїння);

– строк зберігання з моменту доїння з урахуванням часу на транспортування встановлено: за температури не вище, ніж 4 °С – 24 год; не вище ніж 6 °С – 18 год.

Основні зміни стосуються поступового приведення вимог до якості молока-сировини у відповідність із більш високими нормами, в кінцевому підсумку – з так званим стандартом 100/400 (100 – це кількість умовних одиниць мезофільних аеробних і факультативно анаеробних мікроорганізмів на 1 см3, 400 тис. соматичних клітин в 1 см3 молока домогосподарств з 4,1 млн), що відповідає європейським положенням.

Найбільш ефективним способом забезпечення умов для підвищення якості молока може стати об'єднання виробників у кооперативи, що підтверджується міжнародним досвідом. Так, наприклад, виручка новозеландського молочного гіганта Fonterra у 2015 році становила 17,4 млрд дол. США, а обяг переробки досяг 21,6 млн тонн. До складу компанії входять близько 10,5 тис. ферм. Саме біржа Fonterra встановлює ціну на молоко, на яку орієнтується увесь світ. Ще один приклад успішної молочної кооперації – американська Dairy Farmers of America. Кооператив об'єднує 15 тис. фермерів із 48 штатів. У 2016 році обсяг переробки компанії становив 17,1 млн тонн, виручка сягнула 13 млрд доларів. Вдалий приклад кооперації в Нідерландах – Friesland Campina. За 2016 рік компанія переробила 10 млн тон молока, її виручка становила 13,4 млрд дол. США. Перелік успішної молочної кооперації можна продовжувати: це і датський кооператив Arla Foods, латвійський Pienas LT, польський Mlekovita [2]. Об'єднання фермерів у кооперативи дасть можливість запровадження певних інновацій у молочний сектор, таких як інноваційні принципи системи добровільного доїння молочних корів Voluntary milking system (VMS), модульні молочні міні-заводи, безприв'язна система утримання корів, системи напівавтоматичного та автоматичного контролю пересування тварин, система добровільного доїння, роботизований маніпулятор доїльної установки, створення продуктів функціонального харчування, виробництво спредів, проекти із розвитку кооперативів із фокусом на підтримку сімейних фермерів та ін. [1].

Вітчизняні аграрії часто з недовірою ставляться до питань кооперації, за великим рахунком через минулий негативний досвід. Питання розвитку кооперативів неодноразово піднімалися і Мінагропродом, і різними організаціями, і компаніями на численних заходах. Крім усього, в Україні є низка успішних кооперативів у молочному секторі.

У серпні 2017 року переробне підприємство ТОВ «Тернопільський молокозавод» та виробники молока ТОВ «Дзендзелівське» і ТОВ «Кищенці» створили перший в Україні кооператив для виробництва молочних продуктів з молока екстра-ґатунку. Перший проект кооперації виробників та переробників молока в Україні було запроваджено за підтримки Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (Food and Agriculture Organization, FAO), Європейського банку реконструкції та розвитку й Асоціації виробників молока. У межах кооперативу підприємство зобов'язується викупати всі обсяги молока екстра-ґатунку, виробленого партнерами. Також виробники молока отримуватимуть частину прибутку від реалізації продукції, яка буде вироблена з їхньої сировини.

Що стосується цін на сировину, то уже другий рік поспіль закупівельні ціни на молоко дуже високі. Переробники борються за підвищення вимог до параметрів якості молока, яке надходить на переробку, однак кількість якісного молока зростає дуже повільно. Воно й не дивно, адже закупівельні

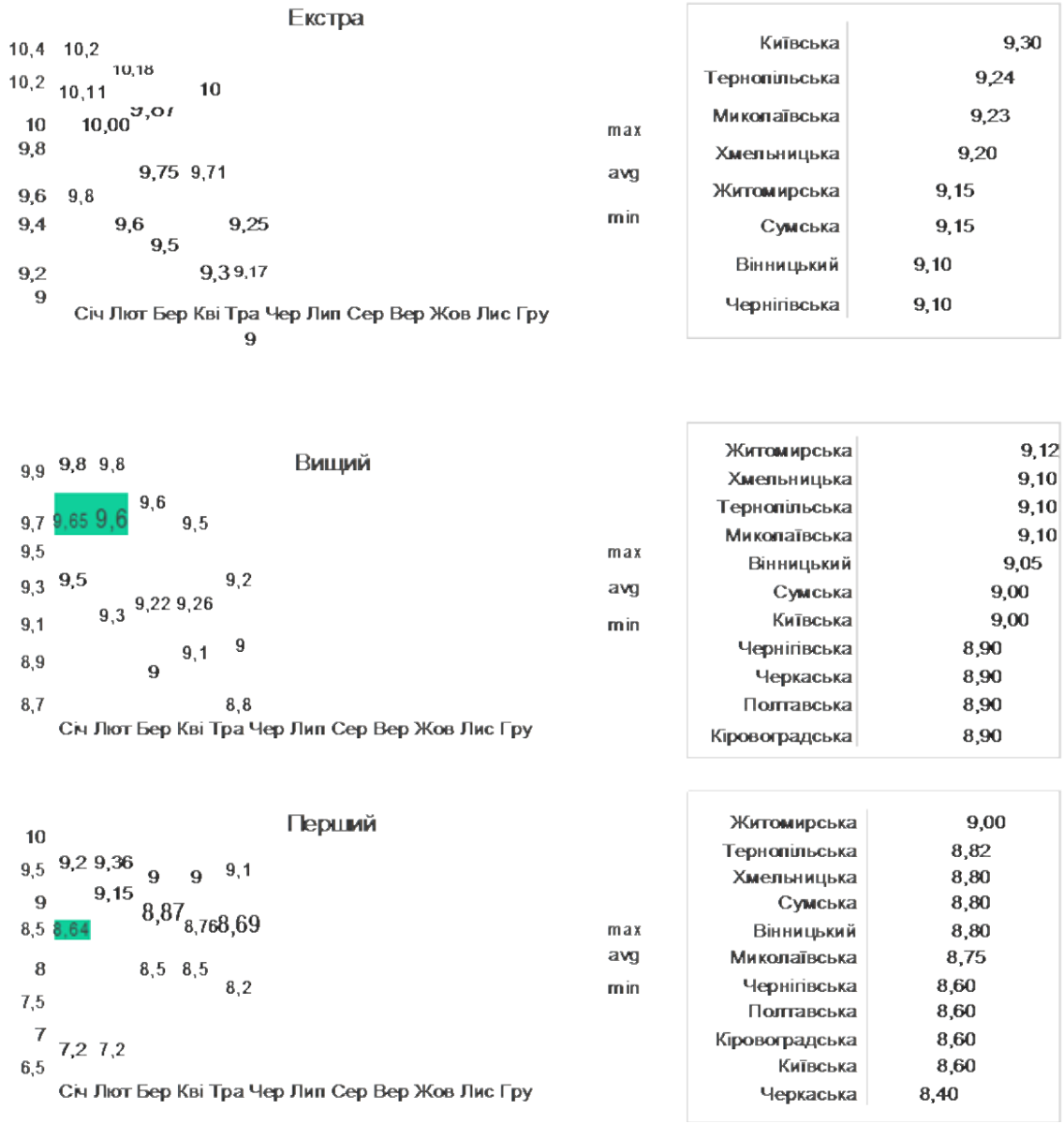


Рис. 3. Середньозважені закупівельні ціни від сільськогосподарських підприємств станом на 25.05.2019

Джерело: [7]

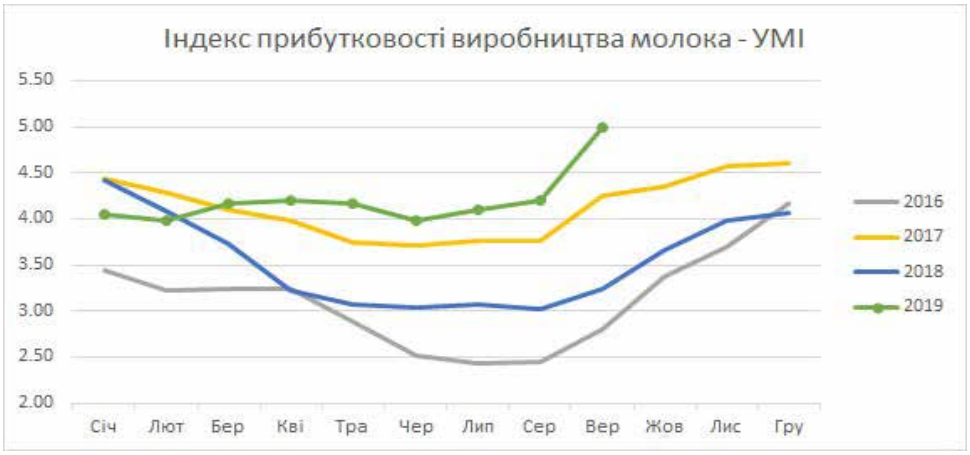


Рис. 4. Динаміка Українського молочного індексу у 2016–2019 роках

Джерело: [8]

ціни на молоко екстра, вищого та першого ґатунків практично однакові (див. рис. 3).

Діапазон закупівельних цін на молоко базисної жирності між ґатунками становить:

– екстра ґатунку – від 9,30 до 10,25 грн/кг;
– вищого ґатунку – від 9,10 до 10,0 грн/кг;
– першого ґатунку – від 9,30 до 9,70грн/кг.

Різниця в ціні на молоко відчутна лише за другим ґатунком від сільгосппідприємств та від господарств населення: від с/г підприємств – від 5,50 до 8,89 грн/кг, середня 7,01 грн/кг, на 3% нижче, від аналогічної дати минулого року; від господарств населення – від 4,5 до 6,13 грн/кг, середня 5,12 грн/кг, на 5% нижче, ніж рік тому.

Якщо у першому півріччі 2019 року спостерігалася тенденція до поступового зниження закупівельних цін на молоко-сировину, то у першій половині вересня ціни відновили своє зростання.

Станом на 18 вересня 2019 року екстраґатунок подорожчав на 30 коп. та досяг середньої ціни 10,5 грн/кг. Найбільше подорожчав вищий ґатунок. Його зростання становило 51 коп., а середня ціна піднялася до 9,84 грн/кг. Примітно, що цей клас молока в нинішньому сезоні реагував на підвищення цін останнім з усіх та характеризувався відносно млявим зростанням. Проте зараз розрив у ціні з екстраґатунком скорочено до різниці у 66 коп. (у середньому 55−65 коп.). Перший ґатунок додав у ціні 24 коп. та досяг 9,49 грн/кг. При цьому його різниця з вищим становила 35 коп. Середньозважена ціна трьох ґатунків встановлена на рівні 9,94 грн/кг.

На зростання цін на молоко впливає низка факторів. Основний з них, за словами аналітика Асоціації виробників молока Володимира Андрійця, – нестача молока. У поточному році відзначається неповноцінність сезону великого молока, що зумовлено зменшенням дійного поголів'я тварин в Україні. Інший і не менш важливий – вплив зовнішньої торгівлі, активність якої несподівано посилилася через появу нового «вікна можливостей» для експорту молочних продуктів до країн СНД, і контракти на поставки вже підписано. Ще один несподіваний чинник – відсутність запасів сухого молока у великих операторів ринку, що створює додатковий попит на внутрішньому [9].

Хоча підвищення цін на молоко деякою мірою посприяло зростанню його прибутковості. Так, у серпні Український молочний індекс (УМІ) виріс аж на 18,7 %. (див. рис. 4).

УМІ – це відношення ціни на сире молоко першого ґатунку до вартості концентрованого кормового раціону у професійних господарствах, що показує динаміку умовної прибутковості виробництва молока [8]. Андрій Ярмак, економіст департаменту технічного співробітництва продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО), вказує на те, що абсолютне значення УМІ аналізувати немає сенсу – воно ні про що не говорить, а ось динаміка УМІ дуже чітко показує зміни в прибутковості виробництва молока безвідносно інфляції та девальвації, адже ці два важливих фактори враховані у рівнянні через зміну цін кормів та молока. При цьому залежно від змін у рівнях ефективності в окремих господарствах УМІ може зростати швидше або повільніше. Таке зростання індексу у вересні він пояснює таким чином [8].

1. Зростання УМІ відбувалося на тлі падіння виробництва молока і втрати ринків збуту, а отже, й ускладнення ситуації для українських переробників, які виявилися затиснутими між зростанням конкуренції на ринках збуту кінцевої продукції та зменшенням пропозиції сировини.

2. Погіршення фінансового стану переробників внаслідок вищезазначеної ситуації може призвести до погіршення стану розрахунків за молоко, тоді як власні кооперативні проекти з переробки фермерами рухаються зараз не так швидко, як планувалося (ринок землі ж бо);

3. Збільшення прибутковості не приводило до збільшення інвестицій у молочне виробництво, адже зараз усі чекають на відкриття ринку землі і бережуть гроші на те, щоб викупити актив, який вони і так вважають давно своїм. Недивно, що більшість професійних виробників молока проти впровадження ринку землі в принципі;

4. Підвищення УМІ відбувалося не стільки за рахунок зростання ціни на молоко, скільки за рахунок падіння цін на зернові та протеїнові шроти. Але всі ж розуміють, що більшість фермерів виробляє ці зернові та олійні самостійно, і в значно більшому обсязі, ніж потрібно для годівлі власної худоби. Тому зменшення ціни на них, з одного боку, – це зменшення собівартості виробництва (бо на собівартість потрібно відносити по ціні, а не по собівартості вирощування), а з іншого боку – це зменшення доходів від продажу зернових та олійних, що є важливим джерелом доходів господарств;

5. Зменшення сезонних цінових коливань, що відбувалося останніми роками, зараз знову посилюється, що є негативним для галузі загалом, бо вимагає залучення додаткових фінансових ресурсів.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що молочна галузь України перебуває у кризовому становищі.

З метою подолання кризи, що є наслідком глобалізації, закриття певних ринків збуту та нестабільної політико-економічної ситуації в країні, необхідне підвищення обсягів виробництва молока за рахунок прирощення поголів’я корів та їхньої продуктивності, переорієнтування видів і якості молочної продукції до вимог нових ринків.

Для поліпшення якості молока-сировини та підвищення продуктивності корів доцільним є запровадження форми співробітництва у вигляді

кооперативів, що дасть можливість обміну досвідом і знаннями, спільної закупівлі і використання інноваційного обладнання та технологій для виробництва, охолодження та зберігання молока, зменшення транспортних витрат на заготівлю молока, покращення та дотримання гігієнічних стандартів отримання молока, залучення державної фінансової допомоги.

Але для впровадження всіх необхідних заходів потрібна ефективна державна підтримка, а саме: врегулювання питань про сільськогосподарську кооперацію на законодавчому рівні, що забезпечуватиме рівні конкурентні умови вітчизняних виробників із зарубіжними на світових ринках; у разі відкриття ринку землі – доступ сільгоспвиробників до дешевих кредитів для створення можливості купівлі земельних дільниць та запровадження спеціальних державних програм із пільгового кредитування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єрмак С.О., Бугаєнко О.В. Реалізація стратегії інноваційного розвитку молокопереробного підприємства з урахуванням концепції «smart farm». *Актуальні проблеми економіки.* 2016. №12(186). С. 138–146.

2. Жупінас О. Як створити в Україні потужний молочний кооператив. URL: http://avm-ua.org/uk/post/ak-stvoriti-v-ukraini-potuznij-molocnij-kooperativ (дата звернення: 22.02.2020).

3. Rabobank представив топ-20 молочних компаній світу в 2019 році URL: http://milkua.info/uk/post/rabobank-predstaviv-top-20-molocnih-kompanij-svitu-v-2019-roci (дата звернення: 19.02.2020).

4. ТОП-10 українських виробників молочної продукції. URL: https://agroreview.com/news/top-10-ukrayinskyh-vyrobnykiv-molochnoyi-produkciyi (дата звернення: 19.02.2020).

5. Svitlana Yermak, Oleksandr Bavyko, Olena Boiko, Nataliia Vasiutkina (2019). Problems of ensuring milk quality in Ukraine in terms of European standards implementation. Journal of Hygienic Engineering and Design, Vol. 27, pp. 15–21.

6. Від кількості до якості: аналіз ринку молочної продукції в Україні URL: https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/ot-kolichestva-k-kachestvu-analiz-rynka-molochnoj-produkcii-v-ukraine (дата звернення: 19.02.2020).

7. Вісник молочників. Випуск №1(85) 31 січня 2019 р.

8. У вересні прибутковість виробництва молока зросла до небачених 18,7 %. URL: *Аграрне інформаційне агентство «Agravery».* http://agravery.com/uk/posts/show/u-veresni-pributkovist-virobnictva-moloka-zrosla-do-nebacenih-187 (дата звернення: 20.02.2020).

9. Ціни на молоко активно зростають. *Agroreview від 27.07.2019.* URL: https://agroreview.com/news/ciny-na-moloko-aktyvno-zrostayut (дата звернення: 20.02.2020).

10. Тернавська І.Б. Сучасний стан та ефективність виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах регіону. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва.* 2015. №2. С. 76–82. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2015_2_16 (дата звернення: 22.02.2020).

11. Svitlana Yermak (2017). Problems of innovative activity development at food industry enterprises of Ukraine. Journal of Hygienic Engineering and Design, Vol. 21, pp. 96–102.

12. Аналіз молочної галузі України. URL: http://milkua.info/uk/post/analiz-molocnoi-galuzi-ukraini (дата звернення: 19.02.2020).

13. Natorina A. The adaptive management system of marketing commodity policy. *Baltic Journal of Economic Studies.* 2019. Vol. 5. № 1. 131–136 pp. URL: http://baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/610/pdf DOI: 10.30525/2256-0742/2019-5-1-131-136 (дата звернення: 19.02.2020).

14. Business Risk in Changing Dynamics of Global Village 2: Monograph / Edited by Nataliia Marynenko, Pradeep Kumar, Iryna Kramar. Nysa: Publishing Office University of Applied Sciences in Nysa, 2019. 514 p. DOI: http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/29283 (дата звернення: 19.02.2020).

REFERENCES:

1. Yermak S.O., Bugaenko O.V. Realizatsiia stratehii innovatsiinoho rozvytku molokopererobnoho pidpryiemstva z urakhuvanniam kontseptsii «smart farm» [Implementation of the strategy of innovative development of the dairy enterprise taking into account the concept of "smart farm"]. Aktualni problemy ekonomiky [Current problems of the economy]. 2016. № 12(186). pp. 138–146.

2. Zhupinas O. Yak stvoryty v Ukraini potuzhnyi molochnyi kooperatyv [How to create a powerful dairy cooperative in Ukraine]. (in Ukrainian). URL: http://avm-ua.org/uk/post/ak-stvoriti-v-ukraini-potuznij-molocnij-kooperativ (accessed 22 February 2020).

3. Rabobank predstavyv top-20 molochnykh kompanii svitu v 2019 rotsi [Rabobank introduced the top 20 dairy companies in the world in 2019]. URL: http://milkua.info/uk/post/rabobank-predstaviv-top-20-molocnih-kompanij-svitu-v-2019-roci (accessed 19 February 2020).

4. TOP-10 ukrainskykh vyrobnykiv molochnoi produktsii [TOP-10 Ukrainian dairy producers]. URL: https://agroreview.com/news/top-10-ukrayinskyh-vyrobnykiv-molochnoyi-produkciyi (accessed 19 February 2020).

5. Svitlana Yermak, Oleksandr Bavyko, Olena Boiko, Nataliia Vasiutkina (2019). Problems of ensuring milk quality in Ukraine in terms of European standards implementation. Journal of Hygienic Engineering and Design, Vol. 27, pp. 15–21.

6. Vid kilkosti do yakosti: analiz rynku molochnoi produktsii v Ukraini [From quantity to quality: analysis of the dairy market in Ukraine]. URL: https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/ot-kolichestva-k-kachestvu-analiz-rynka-molochnoj-produkcii-v-ukraine (accessed 19 February 2020).

7. Visnyk molochnykiv [Bulletin of the milkmen]. №1(85). January 31, 2019.

8. U veresni prybutkovist vyrobnytstva moloka zrosla do nebachenykh 18,7 % [In September, the profi-

tability of milk production increased to an unprecedented 18.7%]. URL: http://agravery.com/uk/posts/show/u-veresni-pributkovist-virobnictva-moloka-zrosla-do-nebacenih-187 (accessed 20 February 2020).

9. Tsiny na moloko aktyvno zrostaiut [Milk prices are rising actively]. Agroreview від 27.07.2019. URL: https://agroreview.com/news/ciny-na-moloko-aktyvno-zrostayut (accessed 20 February 2020).

10. Ternavskaya I.B. Suchasnyi stan ta efektyvnist vyrobnytstva moloka v silskohospodarskykh pidpryiemstvakh rehionu [Current status and efficiency of milk production in agricultural enterprises in the region]. Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryiemnytstva [Problems and prospects of entrepreneurship development]. 2015. №2. pp. 76–82. URL: http:/ /nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2015_2_16 (accessed 20 February 2020).

11. Svitlana Yermak (2017). Problems of innovative activity development at food industry enterprises of Ukraine. Journal of Hygienic Engineering and Design, Vol. 21, pp. 96–102.

12. Analiz molochnoi haluzi Ukrainy [Analysis of the dairy industry in Ukraine]. URL: http://milkua.info/uk/post/analiz-molocnoi-galuzi-ukraini (accessed 19 February 2020).

13. Natorina A. The adaptive management system of marketing commodity policy. Baltic Journal of Economic Studies. 2019. Vol. 5. № 1. 131–136 pp. URL: http://baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/610/pdf DOI: 10.30525/2256-0742/2019-5-1-131-136 (accessed 19 February 2020).

14. Business Risk in Changing Dynamics of Global Village 2: Monograph / Edited by Nataliia Marynenko, Pradeep Kumar, Iryna Kramar. Nysa: Publishing Office University of Applied Sciences in Nysa, 2019. 514 p. DOI:http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/29283(accessed 19 February 2020).

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ НАСЕЛЕННЯ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF PROVIDING SOCIAL SECURITY FOR POPULATION

УДК 338:330.342.1
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-12

Зіброва О.В.
старший викладач кафедри публічного управління та підприємництва
Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Zibrova Olena
National Aerospace University named after M.E. Zhukovsky
"Kharkiv Aviation Institute"

Відсутність досліджень взаємозв'язку корпоративної соціальної безпеки як чинника, що має вплив на забезпечення соціальної безпеки населення, обумовила актуальність роботи. У статті розкрито наукові погляди щодо трактування поняття соціальної безпеки населення. Охарактеризовано, розкрито роль органів державної влади та приватних підприємств у формуванні ефективно діючої системи соціального захисту України. Доведено, що соціальну відповідальність у забезпеченні соціальної безпеки необхідно розглядати в розрізі різних суб'єктів власності. Розглянуто чинники, які мають вплив на соціальну відповідальність бізнесу. Наведено проблеми та особливості ведення соціально відповідального бізнесу в Україні. Практична цінність статті полягає у запропонуванні запровадження етичних принципів ведення господарської діяльності як найбільш важливого елементу соціальної відповідальності задля підвищення рівня соціальної безпеки населення.

Ключові слова: *соціальна відповідальність, рівень, соціальна безпека, населення, суб'єкти власності.*

Отсутствие исследований взаимосвязи корпоративной социальной безопасности как фактора, который влияет на обеспечение социальной безопасности населения, обусловило актуальность работы. В статье раскрыты научные взгляды касательно трактовки понятия социальной безопасности населения. Охарактеризована, раскрыта роль органов государственной власти и частных предприятий в формировании эффективно действующей системы социальной защиты Украины. Доказано, что социальную ответственность в обеспечении социальной безопасности необходимо рассматривать в разрезе различных субъектов собственности. Рассмотрены факторы, которые влияют на социальную ответственность бизнеса. Приведены проблемы и особенности ведения социально ответственного бизнеса в Украине. Практическая ценность статьи заключается в предложении внедрения этических принципов ведения хозяйственной деятельности как наиболее важного элемента социальной ответственности с целью повышения уровня социальной безопасности населения.

Ключевые слова: *социальная ответственность, уровень, социальная безопасность, население, субъекты собственности.*

In modern conditions the existing negative trends in the social sector as well as accumulated social problems create a lot of threats and restrain further development of society; therefore it is crucial to implement the practice of cooperation among the state, business, society and individual, which would enhance the mutual responsibility of all participants of social life by creating the conditions for further stable development of the society based on the widest range of interests. Literature's review showed the lack of studies concerning the characteristics of corporate social responsibility to ensure social security of the population, so the study of its level with the aim of developing measures and prevent threats that can destabilize the social and other areas stipulated to the purpose of the study. Social responsibility in providing social security should be considered in the context of all counterparts, i.e. national, regional or local authorities, business, population, social institutions, non-profitable social funds; social organizations, etc. This is because social security is the safety of a person, society and state from internal and external threats, therefore we need to determine the basis of social responsibility. Corporate social responsibility in a market environment is applied through different directions: social responsibility to employees, social responsibility to the state, social responsibility to the society of the region, territories in which the enterprise operates. The study has shown that corporate social responsibility has a great influence on social security of the population, so if to increase the level of social responsibility of business, as well as to transfer to the enterprises part of the expenses for the implementation of social policy of the state, it can significantly improve the quality of life of the population. In the conclusions the author emphasizes that there is a close relationship between the components of social security and the types of social responsibility of business, so the adherence to ethical principles of doing business will allow increasing the level of social security of the population.

Key words: *social responsibility, level, social security, population, property subjects.*

Постановка проблеми. Нині в Україні посилюється рівень соціальної напруги, знижуються добробут та життєвий рівень населення. Негативні тенденції в соціальній сфері та накопичені соціальні проблеми створюють багато загроз та стримують подальший розвиток суспільства. Все це може стати причинами порушення рівноваги та стабільності.

Неспроможність держави одноосібно та своєчасно реагувати на загострення наявних загроз і появу нових потребує активізації соціальної відповідальності всіх суб'єктів забезпечення соціальної безпеки. Сьогодні вкрай важливим є запровадження практики взаємодії держави, бізнесу, суспільства, людини, яка б дала змогу посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя шляхом створення умов для подальшого стабільного розвитку суспільства, заснованого на врахуванні якнайширшого кола інтересів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питання соціальної безпеки займались такі науковці, як А. Гриненко, А. Колот, О. Новікова, О. Сиченко [1; 2]. Однак, незважаючи на вагомість цього питання, існує низка проблем, серед яких актуальним є дослідження стану забезпечення соціальної безпеки в Україні задля розроблення заходів та недопущення загроз, які можуть дестабілізувати соціальну та інші сфери.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення взаємозв'язку корпоративної соціальної безпеки як чинника, що має вплив на забезпечення соціальної безпеки населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначення засад соціальної відповідальності держави, бізнесу та населення щодо забезпечення соціальної безпеки перш за все потребує з'ясування поняття соціальної безпеки.

Термін «соціальна безпека» зафіксовано на нормативному рівні. Так, згідно з Методичними рекомендаціями щодо розрахунку рівня економічної безпеки України, «соціальна безпека – це стан розвитку держави, за якого держава здатна забезпечити гідний і якісний рівень життя населення незалежно від віку, статі, рівня доходів, сприяти розвитку людського капіталу як найважливішої складової економічного потенціалу країни» [3].

Також безпеку визначають як стан соціально-економічної системи, рівень її рівноваги й спроможності до життя та стійкого відтворення основних системних елементів, які забезпечують її функціонування [4]. Варто зазначити, що під станом захищеності слід розуміти відсутність системоруйнівних загроз, які не можуть бути органічно усунуті в рамках економічної стратегії, яка є іманентна певній соціально-економічній системі [5].

У найзагальнішому розумінні соціальна безпека – це стан гарантованої правової та інституційної захищеності життєво важливих соціальних інтересів людини, суспільства й держави від зовнішніх та внутрішніх загроз. При цьому значення критеріїв соціальної захищеності перебувають не нижче межових значень, що становлять загрозу для національної безпеки країни. Дефіцит соціальної безпеки загрожує втратою соціальних норм, зростанням нетерпимості, екстремізму й насильства в суспільстві. Він не тільки несе серйозні негативні наслідки для здоров'я, добробуту та соціального самопочуття людей, але й знижує ефективність функціонування економічної системи.

Соціальну відповідальність у забезпеченні соціальної безпеки правомірно розглядати в розрізі суб'єктів, зокрема державних, регіональних, місцевих органів влади; бізнесу; населення; установ соціальної сфери; позабюджетних соціальних фондів; громадських організацій. З огляду на те, що соціальна безпека – це безпека людини, суспільства й держави від внутрішніх і зовнішніх загроз, необхідно визначати основи соціальної відповідальності.

В основу світової практики ведення бізнесу покладено етичні підходи до суспільства, співробітників, навколишнього середовища. У світі відбувається переформатування сприйняття бізнесу не лише з боку його прибутковості, але й з урахуванням ціни, наслідків отримання прибутку, соціальної та екологічної складових частин. Важливою характеристикою соціальної відповідальності є прагнення організації впроваджувати соціальні та екологічні питання у свій процес прийняття рішень та бути підзвітною за впливи, які її рішення й дії справляють на суспільство та навколишнє середовище. Це передбачає як етичну, так і прозору поведінку, котра сприяє сталому розвитку, враховує інтереси зацікавлених сторін, відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки, впроваджена у діяльність організації та практикується у її відносинах [6].

У формуванні ефективно діючої системи соціального захисту України важливу роль можуть відігравати не тільки органи державної влади, але й приватні підприємства. Таким чином, людина чи група людей може формувати власний механізм соціального захисту себе або своїх підлеглих. В цьому разі значно збільшується соціальна роль підприємства. Це відбувається завдяки багатьом напрямам, які можуть бути використані. Так, застосування накопичувального пенсійного страхування й страхування життя стає ефективним інструментом мотивації персоналу в умовах, коли держава не може гарантувати фінансову підтримку ні працездатним, ні, тим більше, пенсіонерам. Рівень соціальної відповідальності бізнесу у цьому разі значно зростає. Особливо це відчутно в сучасних умовах нашої держави, коли економічні показники знижуються, підприємства повертаються до тіньової зайнятості, а найбільш кваліфіковані працівники покидають нашу країну [7].

Основною умовою соціально відповідального бізнесу є реалізація сумлінної ділової практики стосовно основних груп стейкхолдерів, а базовим рівнем – дотримання законодавства України. Як не дивно, але саме ухилення від вимог законодавства у сфері оплати праці, сплати податків, порушення кадрових питань призводить до загострення проблеми безробіття, бідності, недофінансування соціальної сфери, неспроможності населення отримувати в майбутньому достатній розмір пенсійного забезпечення, якісну освіту та медичні послуги. Водночас не варто забувати про те, що перш за все це є обов'язком власників і керівників підприємств, які здійснюють свою діяльність згідно із законодавством України. Розширений рівень соціальної відповідальності бізнесу передбачає додаткову відповідальність, не визначену законодавчими актами. Це й підвищення кваліфікації працівників, й додаткові виплати працівникам, й медичне та пенсійне страхування за рахунок підприємства, й турбота про громаду та довкілля понад норми, визначені законодавством. Соціально відповідальна компанія демонструє успішну діяльність за умов корисності свого виробництва, випуску продукції для суспільства, а найголовніше, без завдання шкоди навколишньому середовищу. Одним із каналів поширення соціальної відповідальності у світі є Глобальний договір ООН (United Nations Global Compact), тобто ініціатива Організації Об'єднаних Націй, спрямована на сприяння соціальній відповідальності бізнесу

й підтримку вирішення підприємницькими колами проблем глобалізації та створення стабільнішої та всеохоплюючої економіки.

Соціальна відповідальність корпорації в ринковому середовищі реалізується через різні напрями, а саме через соціальну відповідальність перед працівниками, соціальну відповідальність перед державою, соціальну відповідальність перед суспільством регіону, територій, на яких працює підприємство.

Соціальна відповідальність перед працівниками передбачає створення якісних і безпечних умови праці, гідну, чесну, адекватну оплату праці й систему мотивації та заохочення, справедливу систему надбавок і компенсацій, корпоративну культуру, відносини, екологію праці.

Соціальна відповідальність підприємства перед державою передбачає своєчасну сплату податків, відрахувань, штрафів та інших платежів.

Соціальна відповідальність перед суспільством регіону, територій, на яких працює підприємство, передбачає ініціативні та компенсаційні витрати та програми щодо участі у суспільному житті, його розвитку, покращення умов існування громади на територіях, що оточують підприємство [8].

Під участю в житті суспільства зазвичай розуміється діяльність підприємств у вирішенні найбільш поширених проблем, таких як недолік фінансування та соціального захисту найбільш уразливих груп населення, недолік фінансування освітньо-культурних установ та заходів, недолік фінансування муніципальних і загальнодержавних соціальних програм. Участь компаній у житті суспільства найчастіше асоціюється з фінансуванням соціальних проєктів, що приводить до не завжди правильного ототожнення понять «соціально відповідальний бізнес» і «благодійність».

Незважаючи на переваги соціально відповідального бізнесу, в Україні його розвиток відбувається повільними темпами, про що свідчать низький рівень оплати праці, тінізація заробітної плати, недотримання законодавства стосовно соціально-трудових відносин, зростаючі розміри заборгованості з виплати заробітної плати, тому сьогодні існує необхідність розроблення законодавства для побудови правових рамок соціальної відповідальності, але з урахуванням особистої соціальної відповідальності кожного працюючого, менеджера, керівника підприємства.

Недотримання законодавства у соціально-трудовій сфері, зокрема несплата податкових платежів і єдиного соціального внеску в разі неоформлення працівника на роботу та виплати заробітної плати у «конвертах», є основною загрозою, мінімізація якої є справою всіх суб'єктів забезпечення соціальної безпеки.

Соціальна відповідальність і соціальна безпека перебувають у тісному взаємозв'язку. Соціальна відповідальність є складовою частиною соціально-економічної безпеки, водночас є фактором впливу на її рівень. Соціальна відповідальність є гарантом соціальної безпеки загалом та особистої безпеки людини зокрема, засобом підтримання й зміцнення соціальної злагоди, цілісності суспільства, держави [9].

Висновки з проведеного дослідження. Якщо провести паралель між компонентами соціальної безпеки й видами соціальної відповідальності бізнесу, то можна побачити, що дотримання етичних принципів ведення господарської діяльності дасть змогу підвищити рівень соціальної безпеки населення, зокрема:

– економічна відповідальність бізнесу сприятиме забезпеченню безпеки проживання, навчання, зайнятості, відпочинку, здоров'я, харчування;

– правова відповідальність бізнесу дасть змогу підвищити рівень безпеки зайнятості та криміногенної безпеки;

– етична відповідальність бізнесу спрямована на формування особистої безпеки;

– філантропічна відповідальність бізнесу націлена на забезпечення безпеки проживання, навчання, відпочинку, здоров'я.

– Отже, задля забезпечення соціальної безпеки населення шляхом активізації соціальної відповідальності бізнесу доцільно:

– розробити державну та регіональні програми активізації соціальної відповідальності бізнесу;

– ввести систему податкових пільг для підприємств, які здійснюють соціально відповідальну діяльність;

– запропонувати програму лояльного кредитування соціальних програм підприємств;

– удосконалити процедуру ведення соціального діалогу;

– проводити конкурси серед соціально відповідальних підприємств;

– пропагувати принципи соціально відповідального бізнесу економічними, організаційними й соціально-психологічними методами;

– поширювати міжнародні стандарти й системи управління соціальною відповідальністю бізнесу в Україні.

Всі компанії, які реалізують стратегію корпоративної соціальної відповідальності, справді роблять багато хорошого для суспільства та впроваджують демократичні й людські принципи у свою діяльність.

Отже, як бачимо, соціальна відповідальність бізнесу досить сильно вливає на соціальну безпеку населення, тому якщо підвищувати рівень соціальної відповідальності бізнесу, а також перенести на підприємства частину витрат на реалізацію соціальної політики держави, то можна значно підвищити якість життя населення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гнибіденко І., Колот А., Новікова О. та ін. Соціальна безпека: теорія та українська практика : монографія. Київ : КНЕУ, 2006. 292 с.

2. Сиченко О. Соціальна безпека в системі національної безпеки держави *Наукові праці. Державне управління*. 2012. Т. 186. № 174. С. 34–38. URL: http://official.chdu.edu.ua/article/view/98212/93538 (дата звернення: 10.02.2020).

3. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України, затверджені Наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29 жовтня 2013 року № 1277. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13/stru (дата звернення: 11.02.2020).

4. Предборський В. Економічна безпека держави : монографія. Київ : Кондор, 2005. 391 с.

5. Охріменко О., Іванова Т. Соціальна відповідальність : навчальний посібник. Київ : НТУУ «КПІ», 2015. 157 с. URL: https://ela.kpi.ua/handle/123456789/12436 (дата звернення: 05.02.2020).

6. Завора Т. Соціальна відповідальність як чинник забезпечення соціальної безпеки держави. URL: http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/186/1/%D0%97%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B0_%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8_2016.pdf (дата звернення: 02.02.2020).

7. Дєліні М. Напрями підвищення корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_15/1/32.pdf (дата звернення: 12.02.2020).

8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Житомир : вид-во А. Капусти, 2005. 302 с.

9. Нагорняк І. Вплив соціальної відповідальності на рівень безпеки соціально-економічної системи. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (22–24 вересня 2016 року). Тернопіль : Крок, 2016. С. 209–212. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/18122 (дата звернення: 13.02.2020).

REFERENCES:

1. Sotsialna bezpeka: teoriia ta ukrainska praktyka : monohrafiia. (2006) [Theory and Ukrainian Practice] I. Hnybidenko, A. Kolot, O. Novikova ta in. K. : KNEU (in Ukranian).

2. Sychenko O. (2012) Sotsialna bezpeka v systemi natsionalnoi bezpeky derzhavy [Social security in the national security system of the state]. Naukovi pratsi. Derzhavne upravlinnia, pp. 34–38. URL: http://official.chdu.edu.ua/article/view/98212/93538 (accessed 10 February 2020).

3. Metodychni rekomendatsii shchodo rozrakhunku rivnia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy, zatverdzheni nakazom Ministerstva ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy vid 29.10.2013 № 1277 [Methodological recommendations for calculating the level of economic security of Ukraine, approved by order of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13/stru (accessed 11 February 2020).

4. Predborskyi V. (2005) Ekonomichna bezpeka derzhavy : monohrafiia. [Economic security of the state]. Kyiv : Kondor (in Ukranian).

5. Okhrimenko O., Ivanova T. (2015) Sotsialna vidpovidalnist : navchalnyi posibnyk [Social responsibility]. Kyiv : NTUU “KPI”, 157 p. URL: https://ela.kpi.ua/handle/123456789/12436 (accessed 5 February 2020).

6. Zavora T. Sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk zabezpechennia sotsialnoi bezpeky derzhavy [Social responsibility as a factor in ensuring social security of the state]. URL: http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/186/1/%D0%97%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B0_%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8_2016.pdf (accessed 2 February 2020).

7. Dielini M. Napriamy pidvyshchennia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti ukrainskoho biznesu [Directions for enhancing corporate social responsibility of Ukrainian business]. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_15/1/32.pdf (accessed 12 February 2020).

8. Kotler F. (2005) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist. Yak zrobyty yakomoha bilshe dobra dlia vashoi kompanii ta suspilstva [Corporate social responsibility. How to do the best possible for your company and society]. Zhytomyr : vyd-vo A. Kapusty. (in Ukranian)

9. Nahorniak I. Vplyv sotsialnoi vidpovidalnosti na riven bezpeky sotsialno-ekonomichnoi systemy [The impact of social responsibility on the level of security of the socio-economic system]. Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii „Formuvannia mekhanizmu zmitsnennia konkurentnykh pozytsii natsionalnykh ekonomichnykh system u hlobalnomu, rehionalnomu ta lokalnomu vymirakh“, 22–24 veresnia 2016 roku. Ternopiil : Krok, 2016. pp. 209–212. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/18122 (accessed 13 February 2020).

«БРІДЖ»-МОДЕЛЬ КВАРТАЛЬНОГО ПРОГНОЗУ ВВП УКРАЇНИ
BRIDGE MODEL OF UKRAINIAN QUARTERLY GDP FORECAST

УДК 330.43:330.55
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-13

Зомчак Л.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики
Львівський національний університет імені Івана Франка
Ракова А.С.
магістр
Львівський національний університет імені Івана Франка

Zomchak Larysa
Ivan Franko National University of Lviv
Rakova Anastasia
Ivan Franko National University of Lviv

У статті реалізовано модель короткострокового прогнозу ВВП України на основі десяти показників соціально-економічного стану України з І кварталу 2002 року по ІІ квартал 2019 року. Оскільки вхідна статистика зібрана з різною частотою (ВВП – це квартальний показник, а, наприклад, індекс споживчих цін чи середня заробітна плата оприлюднюється щомісяця), то застосовано «брідж»-модель, яка з'єднує змінні різної частоти. За допомогою процедури автоматичного вибору моделі "PCGets", що базується на стратегії моделювання «від загального до конкретного», кількість показників для квартального прогнозу ВВП скорочено до чотирьох, таких як капітальні інвестиції, імпорт, реальні доходи населення та обсяг сільськогосподарської продукції. Отриманий за допомогою «брідж»-моделі квартальний прогноз ВВП України у псевдореальному часі на ІІ квартал 2019 року на 0,04% відхиляється від емпіричного значення ВВП, що свідчить про високу якість прогнозу.

Ключові слова: *реальний ВВП, «брідж»-модель, «брідж»-рівняння, прогноз, різночастотні дані, наукастинг.*

В статье реализована модель краткосрочного прогноза ВВП Украины на основе десяти показателей социально-экономического состояния Украины с I квартала 2002 года по II квартал 2019 года. Поскольку входящая статистика собрана с разной частотой (ВВП – это квартальный показатель, а, например, индекс потребительских цен или средняя заработная плата обнародуется ежемесячно), то применена «бридж»-модель, которая соединяет переменные разной частоты. С помощью процедуры автоматического выбора модели "PCGets", которая базируется на стратегии моделирования «от общего к частному», количество показателей для квартального прогноза ВВП сокращено до четырех, таких как капитальные инвестиции, импорт, реальные доходы населения и объем сельскохозяйственной продукции. Полученный с помощью «бридж»-модели квартальный прогноз ВВП Украины в псевдореальном времени на II квартал 2019 года на 0,04% отклоняется от эмпирического значения ВВП, что свидетельствует о высоком качестве прогноза.

Ключевые слова: *реальный ВВП, «бридж»-модель, «брідж»-уравнение, прогноз, разночастотные данные, наукастинг.*

GDP as the main indicator of the country's economic development is used by structures on the macro level for making managerial decisions. However, the official value of the Ukrainian GDP is published by the State Statistics Service with the quarterly periodic, so for decision-making between the publishing periods the forecasts are used. Such sort term predictions for the near feature or the resent past in economics are called nowcastings. The article implements the short-term forecast model of Ukraine's GDP based on ten indicators of socio-economic condition of Ukraine, namely: real GDP, industrial output, capital investment, average wage, retail turnover, agricultural output, consumer price index and producer price index of industrial output, export and import of goods and services. The indicators are collected for the period from the first quarter of 2002 to the second quarter of 2019. Since the input statistics are collected with different frequency (GDP is a quarterly indicator, and, for example, consumer price index or average wage is disclosed monthly), the bridge model is applied, which combines variables of different frequency. In general, the main equation of the bridge model (bridge equation) can be represented as an autoregressive distributed lag model (ADL). Standard bridge models are in the form of simple linear equations, it makes it easier to understand the relationship between the included indicators and the forecast, but bridge models can include a small number of explanatory variables. By means of the procedure of automatic selection of the "PCGets" model based on the "from general to specific" modeling approach, the number of indicators for the quarterly GDP forecast is reduced from ten to four, namely, capital investment, imports, real household income and agricultural output. The forecast of the Ukrainian GDP for the next three quarters is estimated with the bridge model. The quarterly forecast of Ukraine's GDP in pseudo real time for the 2nd quarter of 2019 received with the bridge model deviates by 0.04% from the empirical value of GDP, which indicates the high quality of the forecast.

Key words: *real GDP, bridge model, bridge equation, forecast, mixed frequency data, nowcasting.*

Постановка проблеми. Офіційну статистику щодо ВВП України оприлюднюють із квартальною частотою та затримкою, пов'язаною зі специфікою опрацювання статистичної інформації. Більш того, перше оприлюднене значення ВВП зазвичай є першою оцінкою, а пізніше часто уточняється. Однак для ухвалення рішень на макрорівні, особливо у сфері кредитно-фінансової політики, потрібно володіти оперативною інформацією щодо динаміки макроекономічного стану в країні, тому виникає потреба прогнозувати значення макроекономічних показників на поточний період, такі прогнози відомі як наукастинги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Задля поточного прогнозу ВВП необхідно звернути увагу на макроекономічні показники, які впливають на ВВП та доступні набагато швидше, ніж оприлюднені значення реального ВВП, тобто такі, які оприлюднюють, наприклад, щомісяця. Як правило, це такі показники, як обсяг промислового виробництва, реальний обсяг роздрібного товарообігу, опитування підприємств та споживачів, фінансові показники. Тоді щомісячні показники можна конвертувати до квартальної частоти та використати в моделі. Такі моделі успішно застосовують для прогнозуванні економічної активності розвинених країн (наприклад, К. Бенковскіс [1] використовує «брідж»-моделі, щоби прогнозувати зростання ВВП в Латвії, С. Ріетте [2] застосував «брідж»-модель для прогнозу ВВП Бельгії, С. Маріано – Філіпін [3]). Г. Руїнстлер та Ф. Седилот [4] доходять висновку, що ці моделі значно підвищують якість прогнозів порівняно з традиційними прогнозами за допомогою ARIMA-моделі. А. Баффігі та інші науковці [5] зазначають, що отримані результати кращі, ніж ті, що отримані за іншими одномірними моделями, якщо доступні щомісячні показники прогнозного періоду. С. Шумахер порівняв два підходи

до опрацювання даних різної частоти, а саме MIDAS та «брідж»-модель, на основі даних щодо Єврозони [6]. М. Дірон [7] використовує «брідж»-модель для оцінювання псевдоданих у режимі реального часу, а також оцінює відносну важливість чотирьох можливих помилок вимірювання для процесу прогнозування (специфікація моделі, неправильна екстраполяція щомісячних даних, щомісячні зміни до інформації та перегляд ВВП).

Під час роботи з «брідж»-моделями (з огляду на те, що вони можуть включати невелику кількість чинників) дуже важливо визначити найбільш інформативні змінні серед набору показників. Згідно з роботою Дж. Бай і С. Нг [8] додаткові показники (отже, додаткові прогнози) можуть погіршити точність прогнозу та тільки додають шуму. А. Гірарді зі співавторами [9] підтвердив, що таргетування предикторів є найкращим способом для поліпшення прогнозу, як і Т. Кітлінськи [10]. Д. Лампроу [11] підтвердив, що трьох найважливіших місячних індикаторів достатньо для прогнозу квартального ВВП Греції. Т. Готз та Т. Кнещ [12] інтегрували, окрім економічних показників, результати пошуку в «Гуглі» задля отримання прогнозу ВВП Німеччини.

Р. Голінелі та Г. Парігі [13] будували «брідж»-моделі для кожного з основних компонентів ВВП, для яких вхідні змінні вибирались за допомогою процедури автоматичного вибору, що дає змогу економетрично використовувати велику кількість макроекономічних часових рядів. Ця процедура, яка називається «від загального до конкретного», була реалізована за допомогою автоматичного вибору в роботі К. Хувер та С. Перез [14], а також поліпшена такими авторами, як Х. Кролзіг та Д. Генрі [15]. Такі моделі оцінюються з використанням квартальних середніх місячних даних як пояснювальних змінних.

Постановка завдання. Задля квартального прогнозу ВВП України зібрано статистку про реальний ВВП, обсяг промислової продукції, капітальних інвестицій, експорт та імпорт товарів та послуг, обіг роздрібної торгівлі, середню заробітну плату, індекс споживчих цін та індекс цін виробників промислової продукції, обсяг продукції сільського господарства та доходи населення з І кварталу 2002 року по ІІ квартал 2019 року [16; 17]. Оскільки статистика зібрана з різною частотою (деякі показники квартальні, а інші щомісячні), то для прогнозу потрібно застосувати один із методів роботи на різночастотних даних. «Брідж»-моделі – це лінійні регресійні моделі, які з'єднують (звідси слово «брідж» у назві, що означає «міст» у перекладі з англійської) змінні більшої частоти (у нашому разі ті, що зібрані зі щомісячною частотою) та змінні меншої частоти (квартальні), що дає змогу отримувати ранні оцінки прогнозу змінних більшої частоти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загалом головне рівняння моделі («брідж»-рівняння) можна представити як авторегресійну дистрибутивно-лагову модель (ARDL):

$$Y_{t+h} = \mu + \sum_{j=1}^{p} \rho_j Y_{t-j} + \sum_{i=1}^{n} \sum_{j=0}^{q} \beta_{i,j} X_{i,t-j}^{Q} + \varepsilon_t, \quad (1)$$

де Y_t – квартальні прогнозні значення; μ – константа; $\beta_{i,j}$ – параметри авторегресії; ρ_j – коефіцієнти моделі; $X_{i,t}^{Q}$ – набір щомісячних предикторів, зведених до квартальної частоти; ρ – кількість періодів авторегресії; n – кількість предикторів; q – кількість лагів для пояснювальних змінних.

Такі параметри як константа μ, параметри ρ_j та коефіцієнти $\beta_{i,j}$ оцінюють за допомогою звичайного методу найменших квадратів.

Стандартні «брідж»-моделі мають перевагу з точки зору їх інтерпретації. Оскільки вони мають форму простих лінійних рівнянь, це полегшує розуміння зв'язку між включеними показниками та прогнозом, значно спрощує оцінювання поточної економічної ситуації на основі обмеженої кількості розширених показників. Серед недоліків «брідж»-моделей варто назвати той факт, що вони можуть включати лише невелику кількість пояснювальних змінних, що спричиняє проблему вибору показників та ризик нехтувати деякими показниками, які б могли покращити точність прогнозу.

У літературі можна зустріти різні методи відбору змінних для моделі. Алгоритм вибору, який часто використовується в рамках «брідж»-моделей, запропонований у роботі Х. Кролзіг та Д. Генрі [15], є загальноприйнятою стратегією моделювання, що має назву "PCGets". Цей алгоритм починається із загальної необмеженої моделі, яка зазвичай визначається на основі примітивних економетричних моделей, що оцінюються за допомогою методу найменших квадратів. Неефективні змінні видаляють послідовно та роблять цикл тестів, щоби перевірити правильність скорочення. На останньому етапі порівнюються моделі, щоби вибрати остаточну модель.

Головний недолік цієї процедури полягає в необхідності попереднього відбору обмеженої кількості змінних (для забезпечення достатньої кількості ступенів вільності). Ф. Седілот та Н. Пейн [18] запропонували спосіб усунення цього недоліку шляхом формування рейтингу довільного набору предикторів на основі відношення детермінації для моделі з ВВП як предикатора. На наступному кроці будують ARDL-модель з усіх можливих комбінацій чотирьох перших в рейтингу змінних. Цей метод відомий як метод із «жорстким порогом».

Метод із «м'яким порогом» (алгоритм еластичної сітки) запропонували Х. Зоу та Т. Хестлі [19]. Він доповнює стандартну лінійну модель штрафами й дає змогу встановити нульові коефіцієнти для неінформативних змінних, тому модель може включати довільну кількість змінних.

Застосуємо процедуру автоматичного вибору моделі, що базується на стратегії моделювання «від загального до конкретного» й називається “PCGets”, де виокремлюють загальну вихідну модель, що містить усі релевантні змінні, включаючи максимальну довжину лагу незалежних та залежних змінних. Процедура автоматичного вибору моделі складається з чотирьох основних етапів:

– оцінювання параметрів та тестування загальної вихідної моделі;

– процес попереднього пошуку для видалення незначущих змін у загальній вихідній моделі;

– процедура багатопроменевого пошуку, яка генерує унікальну модель;

– тестування отриманих результатів для перевірки надійності.

Серед рівнянь, вибраних процедурою “PCGets”, зберігаються тільки деякі залежно від їх статистичних властивостей та економічного змісту. Рівняння з нелогічними знаками коефіцієнтів відкидаються.

Таблиця 1

Середньоквадратичні помилки моделей

Показник	I	II	III	AR	Примітивні моделі
Реальний ВВП	0,32	0,31	0,23	0,38	0,51
Обсяг промислової продукції	0,49	0,47	0,45	0,57	0,68
Капітальні інвестиції	1,14	1,07	0,71	1,28	1,73
Середня заробітна плата	1,56	1,48	1,21	1,44	2,52
Обіг роздрібної торгівлі	0,63	0,57	0,55	0,67	0,76
Обсяг сільськогосподарської продукції	0,41	0,41	0,34	0,45	0,59
ІЦВ	0,26	0,19	0,19	0,33	0,45
ІСЦ	0,23	0,23	0,23	0,23	0,28
Доходи населення	0,8	0,77	0,71	0,87	1,24
Експорт товарів і послуг	1,23	1,13	1,13	1,31	1,54
Імпорт товарів і послуг	1,46	1,32	1,27	1,62	2,07

Таблиця 2

Оцінені параметри «брідж»-моделі для реального ВВП України

Змінна	Коефіцієнт	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Доходи населення	0,1146	0,0416	2,7544	0,0064
Імпорт	1,4428	0,0656	21,9872	0,0000
Капітальні інвестиції	0,5704	0,0965	5,9059	0,0000
Сільське господарство	0,3319	0,0602	5,5186	0,0000
R-squared	0,9836			

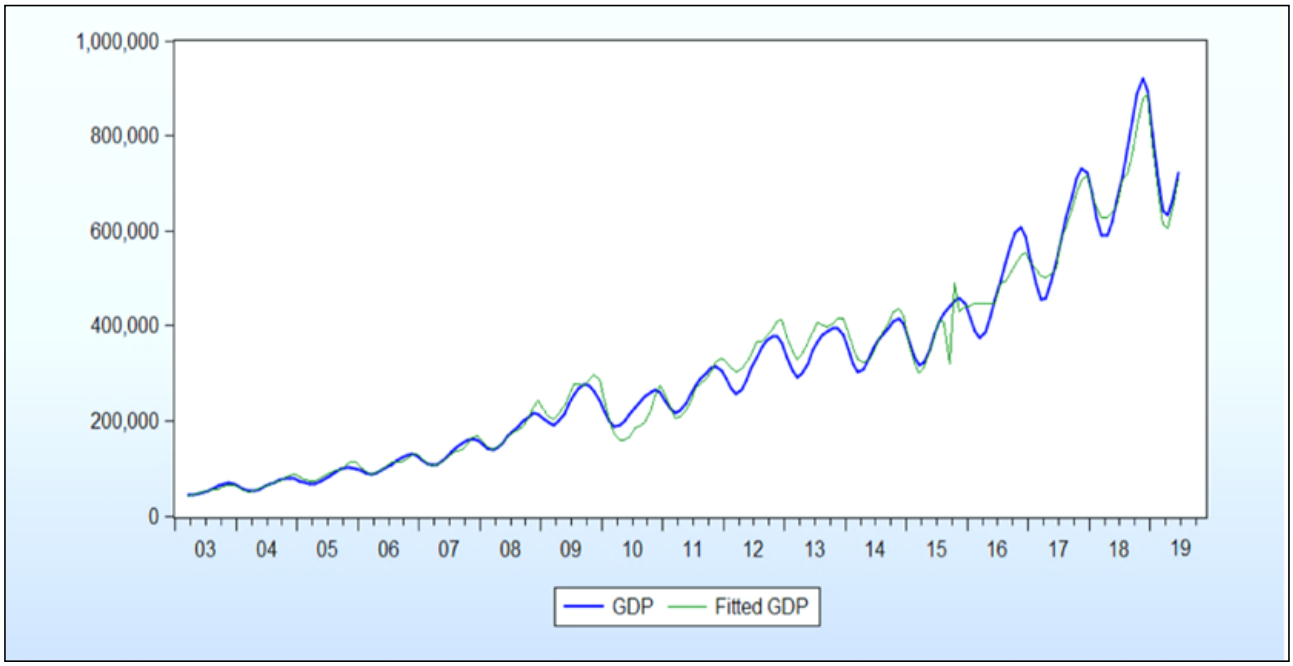


Рис. 1. Динаміка розрахованого реального ВВП

Одне рівняння вважають кращим, ніж інше, якщо воно охоплює більш широкий спектр інформації.

Рівняння можуть бути змінені, щоби врахувати лагову структуру змінних. Додаткові лаги залежної змінної можуть бути враховані для усунення послідовної кореляції в залишках.

Прогнози поза вибіркою виконуються для визначення остаточних рівнянь. Ковзні прогнози були виконані за весь доступний період із прогнозами на квартал. Коефіцієнти переоцінюються на кожному етапі. Це дає змогу будувати наукасти після публікації нової інформації.

У ковзних прогнозах, коли відсутні дані за кілька місяців останнього кварталу, значення за квартал розраховується як ковзне середнє останніх доступних спостережень за три місяці.

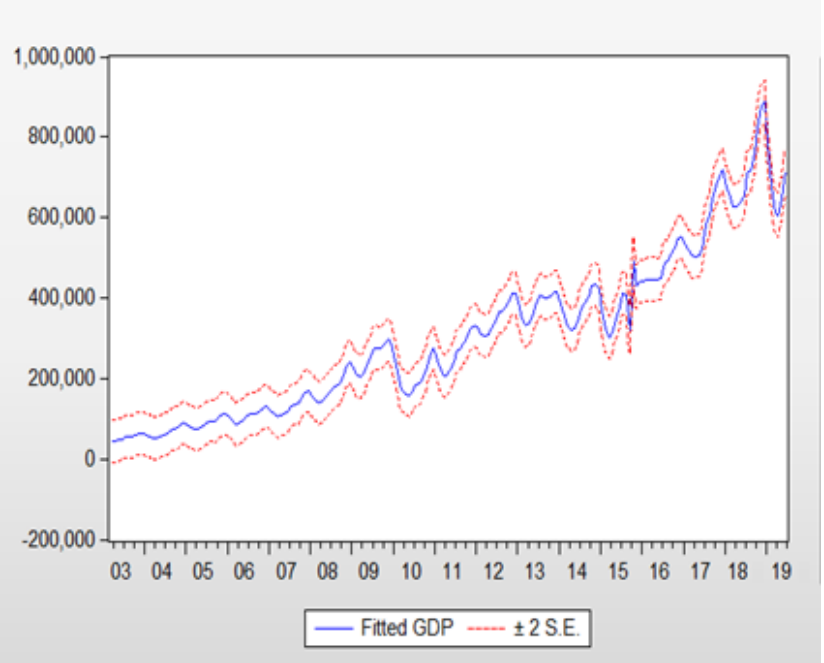


Рис. 2. Прогнозні параметри реального ВВП України

Таблиця 3

Результати прогнозування ВВП України за допомогою «брідж»-моделі

Горизонт прогнозу	ВВП України, млн. грн.	
	Прогноз	Емпіричне значення
II квартал 2019 року	870 306	873 803
III квартал 2019 року	896 847	
IV квартал 2019 року	953 676	

Для оцінювання ефективності моделі було порівняно результати кожного «брідж»-рівняння, AR-моделі та примітивні прогнози (прогноз дорівнює останньому спостереженню). Результати представлені в табл. 1.

Для всіх рівнянь середньоквадратичні помилки «брідж»-рівнянь нижчі, ніж у авторегресійній та примітивних моделях.

Точність прогнозів збільшується з кожним прогнозом: здебільшого найменша помилка спостерігається для третього прогнозу.

Для сукупного ВВП середньоквадратичну помилку першого й другого прогнозу знаходять через рівняння (табл. 2, рис. 1), що об'єднує компоненти.

Основне «брідж»-рівняння реального ВВП для України виглядає таким чином:

$$GDP = C(1)\cdot DN + C(2)\cdot IM + C(3)\cdot KI + C(4)\cdot SG,$$

де *DN* – доходи населення, *IM* – імпорт, *KI* – капітальні інвестиції, *SG* – обсяг продукції сільського господарства.

У явному вигляді рівняння прогнозу ВВП України таке:

$$GDP = 0{,}1146\cdot DN + 1{,}4428\cdot IM + 0{,}5704\cdot KI + 0{,}3319\cdot SG.$$

На основі «брідж»-рівняння можна зробити прогноз ВВП України на третій та четвертий квартал 2019 року (рис. 2).

Аналогічно прогноз ВВП України зроблено для горизонту, що дорівнює трьом, тобто з II кварталу 2019 року по IV квартал 2019 року.

Такий горизонт дає змогу оцінити адекватність моделі поза межами вибірки, оскільки значення реального ВВП за II квартал опубліковано Державною службою статистики (табл. 3).

Висновки з проведеного дослідження. Отримано прогноз квартального ВВП України на три квартали, перший з яких можна було порівняти з фактичним значенням (прогноз у псевдореальному часі). На першому етапі з 11 показників соціально-економічного розвитку вибрано чотири, які включені до рівняння. Необхідність такої процедури зумовлена особливістю «брідж»-моделей, яка виключає використання великої кількості пояснювальних індикаторів. Основне «брідж»-рівняння включає як пояснювальні змінні доходи населення, імпорт, капітальні інвестиції та обсяг продукції сільського господарства. Помилка прогнозу для псевдореального часу склала 0,4% (для II кварталу 2019 року), що свідчить про високу якість прогнозу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Beņkovskis K. Short-term forecasts of Latvia's real gross domestic product growth using monthly indicators. *Working paper Latvijas Banka*. 2008. № 43. P. 54–98.
2. Piette C. Predicting Belgium's GDP using targeted bridge models. *NBB Working Paper*. 2016. No. 290.
3. Mariano R.S., Ozmucur S. High-mixed-frequency forecasting models for GDP and inflation. *Global Economic Modeling: A Volume in Honor of Lawrence R Klein*. 2018. № 2.
4. Rünstler G., Sédillot F. Short-term estimates of euro area real GDP by means of monthly. *European central bank working paper series*. 2003. № 72. P. 27–60.
5. Baffigi A., Golinelli R., Parigi G. Bridge models to forecast the euro area GDP. *International Journal of Forecasting*. 2004. № 79. P. 1165–1198.
6. Schumacher C. A comparison of MIDAS and bridge equations. *International Journal of Forecasting*. 2016. № 32 (2). P. 257–270.
7. Diron M. Short-term forecasts of euro area real GDP growth: an assessment of real-time performance based on vintage data. *Journal of Forecasting*. 2008. № 145. P. 255–279.
8. Bai J., Ng S. Large Dimensional Factor Analysis. *Foundations and Trends in Econometrics*. 2008. № 3. P. 89–163.
9. Girardi A., Golinelli R., Pappalardo C. The role of indicator selection in nowcasting euro-area GDP in pseudo-real time. *Empirical Economics*. 2017. № 53 (1). P. 79–99.
10. Kitlinski T. The role of targeted predictors for nowcasting GDP with bridge models: Application to the Euro area. *Ruhr Economic Paper*. 2015. № 559.
11. Lamprou D. Nowcasting GDP in Greece: A note on forecasting improvements from the use of bridge models. *South-Eastern Europe Journal of Economics*. 2017. № 13 (1).
12. Götz T.B., Knetsch T.A. Google data in bridge equation models for German GDP. *International Journal of Forecasting*. 2019. № 35 (1). P. 45–66.
13. Golinelli R., Parigi G. Tracking world trade and GDP in real time. *International Journal of Forecasting*. 2014. № 30. P. 847–862.
14. Hoover K., Perez S. Data mining reconsidered: encompassing and the general-to-specific approach to specification search. *Journal of Econometrics*. 1999. № 35. P. 12–26.
15. Krolzig H., Hendry D. Computer automation of general-to-specific model selection procedures. *Journal of Economic Dynamics and Control*. 2001. № 25. P. 13–45.
16. Офіційна сторінка Національного банку України : веб-сайт. URL: https://bank.gov.ua/statistic (дата звернення: 10.01.2020).
17. Офіційна сторінка Державної служби статистики України : веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 10.01.2020).
18. Sédillot F., Pain N. Indicator Models of Real GDP Growth in the Major OECD Economies. *OECD Economic Studies*. 2005. № 4.
19. Zou H., Hastie T. Regularization and variable selection via the elastic net. *Journal of the royal statistical society: series B (statistical methodology)*. 2005. № 67 (2). P. 301–320.

REFERENCES:

1. Benkovskis, K. (2008). *Short-term forecasts of Latvia's real gross domestic product growth using monthly indicators* (No. 2008/05).
2. Piette, C. (2016). *Predicting Belgium's GDP using targeted bridge models* (No. 290). NBB Working Paper.
3. Mariano, R.S., & Ozmucur, S. (2018). High-mixed-frequency forecasting models for GDP and inflation. *Global Economic Modeling: A Volume in Honor of Lawrence R Klein*, 2.
4. Rünstler, G., & Sédillot, F. (2003). *Short-term estimates of euro area real GDP by means of monthly data* (No. 276). ECB working paper.
5. Baffigi, A., Golinelli, R., & Parigi, G. (2004). Bridge models to forecast the euro area GDP. *International Journal of forecasting*, *20* (3), 447–460.
6. Schumacher, C. (2016). A comparison of MIDAS and bridge equations. *International Journal of Forecasting*, *32* (2), 257–270.
7. Diron, M. (2008). Short-term forecasts of euro area real GDP growth: an assessment of real-time performance based on vintage data. *Journal of Forecasting*, *27* (5), 371–390.
8. Bai, J., & Ng, S. (2008). Large dimensional factor analysis. *Foundations and Trends® in Econometrics*, *3* (2), 89–163.
9. Girardi, A., Golinelli, R., & Pappalardo, C. (2017). The role of indicator selection in nowcasting euro-area GDP in pseudo-real time. *Empirical Economics*, *53* (1), 79–99.
10. Kitlinski, T. (2015). The role of targeted predictors for nowcasting GDP with bridge models: Application to the Euro area. *Ruhr Economic Paper*, (559).
11. Lamprou, D. (2017). Nowcasting GDP in Greece: A note on forecasting improvements from the use of bridge models. *South-Eastern Europe Journal of Economics*, *13* (1).
12. Götz, T.B., & Knetsch, T.A. (2019). Google data in bridge equation models for German GDP. *International Journal of Forecasting*, *35* (1), 45–66.
13. Golinelli, R., & Parigi, G. (2014). Tracking world trade and GDP in real time. *International Journal of Forecasting*, *30* (4), 847–862.
14. Hoover, K.D., & Perez, S.J. (1999). Data mining reconsidered: encompassing and the general-to-specific approach to specification search. *The econometrics journal*, *2* (2), 167–191.
15. Krolzig, H.M., & Hendry, D.F. (2001). Computer automation of general-to-specific model selection procedures. *Journal of Economic Dynamics and Control*, *25* (6–7), 831–866.
16. National Bank of Ukraine. URL: https://bank.gov.ua/statistic (accessed 10 January 2020)
17. State Statistics Service of Ukraine. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed: 10 January 2020).
18. Sédillot, F., & Pain, N. (2005). Indicator Models of Real GDP Growth in the Major OECD Economies. *OECD Economic Studies*, *4*.
19. Zou, H., & Hastie, T. (2005). Regularization and variable selection via the elastic net. *Journal of the royal statistical society: series B (statistical methodology)*, *67* (2), 301–320.

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СИСТЕМИ АГРАРНОГО КРЕДИТУВАННЯ

FORMATION OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF STATE REGULATION OF AGRICULTURAL LENDING SYSTEM

УДК 631.162:338.434
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-14

Зоря О.П.
д.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Полтавська державна аграрна академія
Зоря С.П.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Полтавська державна аграрна академія
Салогуб І.І.
здобувач кафедри фінансів і кредиту
Полтавська державна аграрна академія

Zoria Oleksii
Poltava State Agrarian Academy
Zorya Svitlana
Poltava State Agrarian Academy
Salohub Iryna
Poltava State Agrarian Academy

У статті проведено розроблення й обґрунтування теоретико-методологічних засад організаційно-економічного механізму державного регулювання системи аграрного кредитування. Встановлено, що чинна сьогодні система державного регулювання аграрного кредитування, заснована на субсидуванні, значному рівні прямої державної підтримки й низькому рівні покриття цільових витрат, є малоефективною та не дає змоги реалізовувати функції інституту кредитної підтримки аграрної сфери, забезпечувати рівний і повний доступ аграрних товаровиробників до кредитних ресурсів. Розроблено модель розвитку організаційно-економічного механізму державного регулювання системи кредитування аграрного виробництва, ключовим моментом якої є комплексний і перспективний характер формування основних напрямів її регулювання, що забезпечує необхідну рівновагу всіх елементів системи й дає змогу зробити її функціонування оптимальним та високоефективним.

Ключові слова: *кредитування, аграрне виробництво, державне регулювання, ефективність, стимулювання.*

В статье проведены разработка и обоснование теоретико-методологических основ организационно-экономического механизма государственного регулирования системы аграрного кредитования. Установлено, что действующая сегодня система государственного регулирования аграрного кредитования, основанная на субсидировании, значительном уровне прямой государственной поддержки и низком уровне покрытия целевых расходов, является малоэффективной и не позволяет реализовывать функции института кредитной поддержки аграрной сферы, обеспечивать равный и полный доступ аграрных товаропроизводителей к кредитным ресурсам. Разработана модель развития организационно-экономического механизма государственного регулирования системы кредитования аграрного производства, ключевым моментом которой является комплексный и перспективный характер формирования основных направлений ее регулирования, что обеспечивает необходимое равновесие всех элементов системы и позволяет сделать ее функционирование оптимальным и высокоэффективным.

Ключевые слова: *кредитование, аграрное производство, государственное регулирование, эффективность, стимулирование.*

The paper elaborates and substantiates the theoretical and methodological foundations of the organizational and economic mechanism of state regulation of the agrarian lending system. It is established that the current system of state regulation of agrarian lending is based on subsidization, a considerable level of direct state support and low level of target cost coverage is ineffective and does not allow realizing the functions of the institute of credit support of agrarian sphere, to provide equal and full access to agrarian commodity producers. The model of development of the organizational and economic mechanism of state regulation of the system of crediting of agricultural production has been developed. It is determined that the main directions of development of state support of agricultural commodity producers in the sphere of crediting should be: system of interaction of credit organizations of all levels on the basis of a comprehensive and systematic approach to solving the problems of general development of agricultural production; monitoring of credit relations in the agricultural sector, ensuring the financial security of credit institutions and protecting the economic interests of agricultural producers; methodological and informational support of credit relations; state support of agricultural producers in the organization of purchases of products on the basis of credit agreements; support for innovative projects in the agricultural sector. Conditions must be created to ensure that borrowers have full and equal access to credit, which requires the establishment of an appropriate rural banking infrastructure to provide credit services not only in each district center but also at the rural community level. The practical significance of the study lies in the fact that its scientific-theoretical results, practical proposals, conclusions and generalizations form the scientific basis for the development of directions of state regulation of the credit system in agricultural production. The implementation of the proposed measures will help to increase the efficiency of agricultural production and ensure the process of sustainable development of the agricultural sector of the economy.

Key words: *crediting, agrarian production, state regulation, efficiency, incentives.*

Постановка проблеми. Світовий досвід показує, що у ринкових умовах господарювання аграрні товаровиробники практично не можуть отримувати дохід, достатній для постійного здійснення розширеного відтворення тільки за рахунок реалізації виробленої продукції. Нині, на нашу думку, ефективний розвиток аграрного виробництва можливий лише за активної державної участі. Також слід визнати, що аграрне виробництво ніколи не зможе бути галуззю, вільною від державного регулювання, внаслідок досить низької еластичності попиту та цін на продукцію. У країнах з високоефективним аграрним сектором добре розвинені й давно функціонують різні напрями державної допомоги аграрному виробництву, одним з яких є пільгове кредитування. Роль держави у вирішенні проблеми формування інвестиційних ресурсів аграрної сфери є основоположною, саме тому державна підтримка залучення інвестицій в аграрне виробництво набуває особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні та прикладні аспекти державного регулювання системи кредитування аграрного виробництва досліджувались і висвітлені в роботах багатьох вітчизняних учених. Значний внесок у розгляд цього питання зробили Ю. Алескерова [1], В. Аранчій [2], О. Гудзь [3], М. Дем'яненко [4], Г. Калетнік [6], Ю. Лупенко [5], О. Малій [7], М. Малік [5], О. Непочатенко [8], Н. Правдюк [10], П. Саблук [9], О. Шпикуляк [5] та багато інших науковців. Незважаючи на значну кількість досліджень з цієї проблеми, багато

теоретичних та методичних питань, пов'язаних із формуванням організаційно-економічного механізму державного регулювання системи аграрного кредитування в сучасних умовах, залишаються не до кінця вивченими, що обумовило актуальність та необхідність дослідження.

Постановка завдання. Мета статті полягає в розробленні й обґрунтуванні теоретико-методологічних засад організаційно-економічного механізму державного регулювання системи аграрного кредитування. Завданнями статті є:

– формування концептуальної моделі державного регулювання системи аграрного кредитування;

– розроблення моделі розвитку організаційно-економічного механізму державного регулювання аграрного кредитування;

– пропонування основних напрямів розвитку державної підтримки аграрних товаровиробників у сфері кредитування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведені дослідження показують, що чинна сьогодні система державного регулювання аграрного кредитування заснована на субсидуванні, значному рівні прямої державної підтримки й низькому рівні покриття цільових витрат. На наш погляд, вона є малоефективною та не дає змоги реалізовувати функції інституту кредитної підтримки аграрної сфери, забезпечувати рівний і повний доступ аграрних товаровиробників до кредитних ресурсів. Вирішення наявних завдань потребує вдосконалення ринкового й державного механізмів кредитування аграрного виробництва. З одного боку, це забезпечить реалізацію функцій інституту кредитної підтримки агарної сфери, а з іншого боку, сприятиме розвитку його комерційної діяльності, створить умови для отримання прибутку.

Використання окремих інструментів у ході реалізації економічних реформ дало можливість державі створити різні дієві механізми аграрного кредитування, такого як пільгове, централізоване, комерційне, товарне, вексельне, кооперативне, лізинг, субсидування відсоткових ставок за кредитами, створення державних інститутів з кредитування аграрних товаровиробників.

Регулювання державою всієї кредитної системи в аграрній сфері може реалізовуватися у формі відпрацювання особливих норм, правил, процедур і санкцій, які сприятимуть полегшенню взаємодії кредитної системи та аграрних товаровиробників, задля задоволення взаємовигідних інтересів (рис. 1). Нині чітко простежується орієнтованість органів державного управління на розроблення та впровадження інституційних форм кредитної підтримки, призначенням яких є створення фінансово-економічних умов для розвитку аграрних товаровиробників шляхом формування різних меж поведінки.

Державне регулювання кредитної системи в аграрній сфері вимагає застосування комплексного системного підходу задля формування ефективної фінансово-кредитної інфраструктури в аграрному секторі, пов'язане зі значною кількістю зворотних зв'язків та має бути націлене на подолання гострої нестачі джерел фінансування у суб'єктів галузі. Задля застосування комплексного підходу до вирішення завдання формування розвиненої кредитної інфраструктури на базі запропонованої вище концептуальної моделі була розроблена модель розвитку організаційно-економічного механізму державного регулювання системи кредитування аграрного виробництва (рис. 2).

Ключовим моментом, згідно з розробленою моделлю, є комплексний і перспективний характер формування основних напрямів її регулювання, що забезпечує необхідну рівновагу всіх елементів системи й дає змогу зробити її функціонування оптимальним та високоефективним. Для вирішення зазначених проблем запропонований цілком конкретний економічний регулятор, а форми здійснення та механізми реалізації регулювання можуть значно трансформуватися залежно від питань, які постають на кожному напрямі. Це дасть змогу подолати обмеження, які стримують розвиток системи аграрного кредитування, а також доповнить і розширить спектр її діяльності.

Нині неможливо стабілізувати та ефективно розвивати аграрне виробництво без конструктивної участі держави. У тих країнах, де аграрне виробництво є високопродуктивним, функціонують стабільно діючі системи державної підтримки аграрного сектору, основною формою яких є встановлення різноманітних пільг, які, як правило, встановлюються у вигляді субсидування відсоткових ставок за видаваними кредитами. Окрім того, ще однією формою державної участі є фінансування різних інвестиційних проєктів на вигідних для всіх учасників процесу умовах. Діючі в нашій країні напрями державної підтримки аграрного сектору не сприяють отриманню стабільного прибутку більшістю товаровиробників, що не дає можливості розвивати виробництво на розширеній основі.

У системі державної підтримки аграрних товаровиробників необхідно формувати адекватний нинішнім умовам кредитний механізм, у якому доцільно узгодити всі рівні підтримки з різними інструментами правового й економічного характеру. Основною метою цього механізму є надання фінансових ресурсів аграрним товаровиробникам для високопродуктивного виробництва продукції, фінансування заходів щодо підвищення якості сільськогосподарських угідь, охорона навколишнього природного середовища, розвиток сільських територій, запобігання відтоку населення із сільської місцевості, підвищення життєвого рівня працівників.

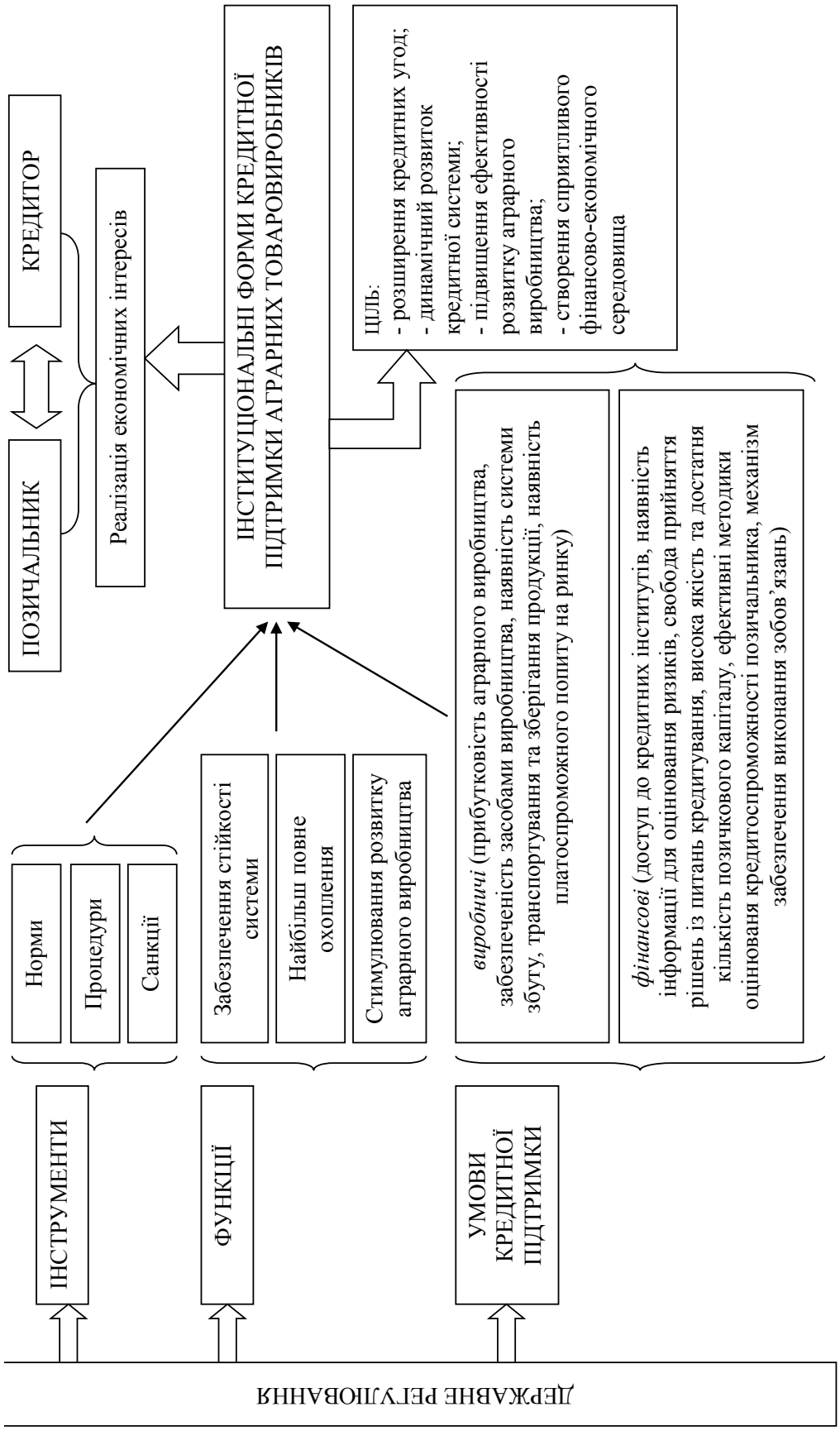


Рис. 1. Концептуальна модель державного регулювання системи аграрного кредитування

Джерело: розроблено авторами на основі [1; 2; 3; 4; 7; 8; 9]

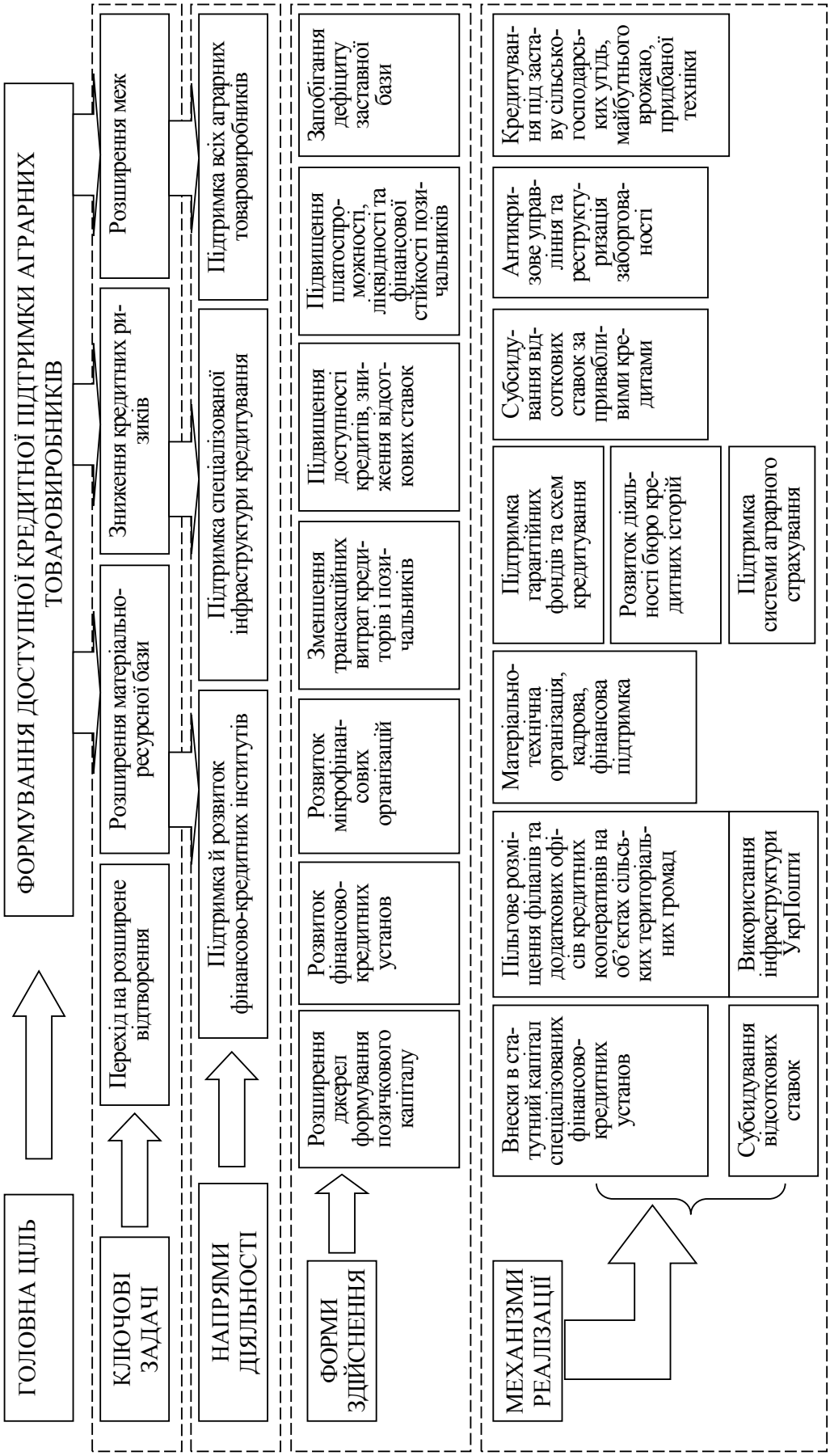


Рис. 2. Модель розвитку організаційно-економічного механізму державного регулювання аграрного кредитування

Джерело: розроблено авторами на основі джерел [1; 2; 3; 4; 7; 8; 9]

Основними напрямами розвитку державної підтримки аграрних товаровиробників у сфері кредитування, на нашу думку, повинні стати:

– система взаємодії кредитних організацій всіх рівнів на базі комплексного й системного підходу до вирішення завдань загального розвитку аграрного виробництва;

– проведення моніторингу кредитних відносин в аграрному секторі, забезпечення фінансової безпеки кредитних організацій і захисту економічних інтересів аграрних товаровиробників;

– методичне та інформаційне забезпечення кредитних відносин;

– державна підтримка аграрних товаровиробників під час організації закупівель продукції на основі кредитних угод;

– підтримка інноваційних проєктів в аграрному секторі.

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнення вищевикладеного дало змогу зробити висновок, що в Україні нині створена певна база для розвитку кредитування аграрних товаровиробників, проте нинішній її стан залишається не зовсім дієвим, оскільки не усунені основні причини нестійкого фінансового становища багатьох аграрних підприємств, що не дає можливості ефективно функціонувати системі кредитування. Державна підтримка аграрного виробництва здебільшого спрямована на субсидування витрат короткострокового характеру, що позначається на зниженні можливостей для розширеного відтворення. Наявна система державної підтримки не здатна, на нашу думку, повністю вирішити накопичені проблеми в аграрному секторі. Розширення меж кредитування, підвищення доступності кредиту мають забезпечуватися на основі розвитку мережі додаткових офісів спеціалізованого кредитного інституту. Необхідно створити умови, які забезпечують повний та рівний доступ позичальників до кредитних ресурсів, що вимагає створення відповідної розвиненої банківської інфраструктури в сільській місцевості для надання кредитних послуг не тільки в кожному районному центрі, але й на рівні сільських громад.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алескерова Ю. Державне регулювання фінансових процесів в агропромисловому комплексі. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 11. С. 209–214.

2. Аранчій В., Зоря О., Петренко І. Кредит у системі фінансового забезпечення інвестиційного розвитку аграрних підприємств. Вісник Полтавської державної аграрної академії. 2011. № 4. С. 120–124.

3. Гудзь О. Проблеми удосконалення державної фінансової підтримки підприємств агропромислового комплексу через механізм здешевлення кредитів. Облік і фінанси АПК. 2005. № 6. С. 18–26.

4. Дем'яненко М. Кредитний фактор сталого розвитку аграрного сектору України. Економіка АПК. 2014. № 11. С. 5–14.

5. Лупенко Ю., Малік М., Шпикуляк О. та ін. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2014. 516 с.

6. Калетнік Г., Ціхановська В. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник для студентів ВНЗ. Київ : Хай-Тек Пресс, 2010. 317 с.

7. Малій О. Фінансово-кредитні відносини в АПК : монографія. Харків, 2008. 210 с.

8. Непочатенко О. Державна підтримка підприємств АПК через удосконалення системи кредитування. Економіка АПК. 2008. № 8. С. 95–100.

9. Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери : наукова доповідь / за заг. ред. П. Саблука. Київ : ННЦ ІАЕ, 2011. 342 с.

10. Правдюк Н. Аграрні розписки як альтернативна форма кредитування сільськогосподарських підприємств: обліковий аспект. Облік і фінанси. 2016. № 4. С. 69–79.

REFERENCES:

1. Aleskerova, Ju. (2016), Derzhavne reguljuvannja finansovyh procesiv v agropromyslovomu kompleksi [State regulation of financial processes in the agroindustrial complex]. Prychornomors'ki ekonomichni studii', 11, 209–214 [in Ukrainian].

2. Aranchii V., Zoria O., & Petrenko I. (2011). Kredyt u systemi finansovoho zabezpechennia investytsiinoho rozvytku ahrarnykh pidpryiemstv [Credit in the system of financial provision of investment development of agrarianenterprises]. Visnyk Poltavs'koi' derzhavnoi' agrarnoi' akademii', 4, 120–124 [in Ukrainian].

3. Gudz, O. (2005), Problemi udoskonalennya derzhavnoyi finansovoyi pidtrimki pidpriyemstv agropromislovogo kompleksu cherez mehanizm zdeshevlennya kreditiv [Problems of improvement of state financial support of enterprises of agroindustrial complex through the mechanism of cheapening of loans] Oblik i finansi APK, 6, 18–22 [in Ukrainian].

4. Dem'yanenko, M. (2014). Kredytnyj faktor stalogo rozvytku agrarnogo sektoru Ukrai'ny [Credit factor of sustainable development of the agrarian sector of Ukraine]. Ekonomika APK, 11, 5–14 [in Ukrainian].

5. Lupenko, Yu., Malik, M., Shpykuliak, O. and other (2014), Innovatsijne zabezpechennia rozvytku sil's'koho hospodarstva Ukrainy: problemy ta perspektyvy [Innovative software of development of agriculture Ukraine: Problems and Prospects], Institute of Agrarian Economy, Kyiv, Ukraine. 516 s. [in Ukrainian].

6. Kaletnik, H., Tsikhanovska, V. (2010), Finansovyi menedzhment: navch. posib. dlia stud. VNZ [Financial management]. Kyiv : Khai-Tek Press. 317 s. [in Ukrainian].

7. Maliy O. (2008). Finansovo-kredytni vidnosyny v APK [Financial and credit relationsin the agroindustrial complex]. Kharkiv, 210 s. [in Ukrainian].

8. Nepochatenko, O. (2008), Derzhavna pidtrymka pidpryjemstv APK cherez udoskonalennja systemy kredytuvannja [State support of agroindustrial complexes through improvement of lending system]. Ekonomika APK, 8, 95–100 [in Ukrainian].

9. Sabluk, P. (2011), Orhanizatsiyno-ekonomichna modernizatsiya ahrarnoyi sfery [Organizational and economic modernization of the agricultural sector]. Kyiv : NNTs IAE, 342 s. [in Ukrainian].

10. Pravdiuk, N. (2016), Ahrarni rozpysky yak alternatyvna forma kredytuvannia silskohopodarskykh pidpryiemstv: oblikovyi aspekt [Agrarian receipts as an alternative form of crediting agricultural enterprises: accounting aspect]. Oblik i finansy, 4, 69–79 [in Ukrainian].

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

COMPETITIVENESS OF UKRAINE'S INNOVATIVE POTENTIAL UNDER THE IMPACT OF GLOBALIZATION PROCESSES

УДК 338.242.2:330.341.1 (477)
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-15

Карпенко А.В.
д.е.н., доцент,
професор кафедри економіки
та митної справи
Національний університет
«Запорізька політехніка»
Будицька Ю.О.
здобувач
Національний університет
«Запорізька політехніка»

Karpenko Andrii
National University
«Zaporizhzhia Polytechnic»
Budytska Yulia
National University
«Zaporizhzhia Polytechnic»

У статті розглянуто конкурентоспроможність інноваційного потенціалу України, визначено вплив глобалізаційних процесів на рівень його формування та використання. Визначено, що в структурі вітчизняного експорту вагомою є частка продукції з низькою доданою вартістю, яка спричиняє технологічну залежність України від розвинених країн світу. Доведено пріоритетність інноваційного розвитку економіки, який постійно має забезпечуватись комплексом послідовних заходів з розвитку людського капіталу, стимулювання галузі НДДКР, розвитку інноваційної інфраструктури, формування та підтримки ефективних механізмів продукування, поширення та споживання інновацій. Обґрунтовано необхідність сприяння на державному рівні нарощенню інноваційного потенціалу та підвищенню рівня його використання, покращенню результативності інноваційної діяльності, стимулюванню населення та суб'єктів господарювання до підвищення інноваційної активності, переорієнтації системи продукування інновацій на попит споживачів.
Ключові слова: *глобалізація, інновації, інноваційний потенціал, конкурентоспроможність, розвиток.*

В статье рассмотрена конкурентоспособность инновационного потенциала Украины, определено влияние глобализационных процессов на уровень его формирования и использования. Определено, что в структуре отечественного экспорта значительной является доля продукции с низкой добавленной стоимостью, которая вызывает технологическую зависимость Украины от развитых стран мира. Доказана приоритетность инновационного развития экономики, которое постоянно должно обеспечиваться комплексом последовательных мер по развитию человеческого капитала, стимулированию отрасли НИОКР, развитию инновационной инфраструктуры, формированию и поддержанию эффективных механизмов продуцирования, распространения и потребления инноваций. Обоснована необходимость содействия на государственном уровне наращиванию инновационного потенциала и повышению уровня его использования, улучшению результативности инновационной деятельности, стимулированию населения и субъектов хозяйствования к повышению инновационной активности, переориентации системы продуцирования инноваций на спрос потребителей.
Ключевые слова: *глобализация, инновации, инновационный потенциал, конкурентоспособность, развитие.*

The article considers the competitiveness of Ukraine's innovative potential and determines the impact of globalization processes on the level of its formation and use. Creating a unified globalized world, increasing pace of scientific and technological progress and development of the latest information technologies have led to a change in the main factor of economic growth of the country from its resource component to the innovative one, which is manifested in the creation of the latest knowledge, technologies and high-tech products. In such circumstances, competitiveness of a country, and therefore the place it occupies in the globalized world, depends on its innovative potential, namely the country's susceptibility to innovation, pursuing active innovation activities, ability to generate and innovate in a timely manner. It is determined that in the structure of domestic exports the largest share is the production of a small level of processing with low added value, which causes additional threats to remain on the periphery of the world economy and to entail technological dependence on the developed countries of the world. The priority of innovative development of the economy has been proved, which should be constantly ensured by a set of consistent measures for the human capital development, stimulation of the R&D industry, development of innovative infrastructure, formation and support of efficient mechanisms for production, dissemination and consumption of innovations. It is determined that such measures as development of a clear and effective strategy of country's innovative development in the conditions of globalization, formation of active innovative activity in the state at all levels (micro, local, meso and macro levels), increase of financing research works and innovation through public funds, motivating employees to build up-to-date knowledge and advanced technologies, promoting and disseminating innovative activity among young people are of the greatest importance and urgency. The necessity to promote at the state level the enhancement of innovative potential and increase the level of its use, to improve the efficiency of innovation activity, to stimulate the population and economic entities to increase innovation activity, to reorient the innovation production system to consumer demand is substantiated.
Key words: *globalization, innovation, innovative potential, competitiveness, development.*

Постановка проблеми. Наприкінці XX ст. розвиток усієї світової спільноти перебував на порозі кардинальних змін, спрямованих на створення єдиного глобалізованого світу як незворотний, об'єктивно закономірний та історично обумовлений розвитком людської цивілізації процес. Невпинне зростання темпів науково-технічного прогресу та розвиток новітніх інформаційних технологій привели до зміни головного фактору економічного зростання країни від її ресурсної складової частини до інноваційної, яка проявляється у створенні новітніх знань, технологій та високотехнологічних продуктів. За таких умов конкурентоспроможність країни, а отже, й місце, яке вона посідає у глобалізованому світі, залежить від її інноваційного потенціалу, а саме від сприйнятливості країни до інновацій, ведення активної інноваційної діяльності, можливості своєчасно генерувати й впроваджувати нововведення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стрімкий розвиток глобалізаційних процесів та їх зростаючий вплив на всі сфери людського життя спровокували значний інтерес до дослідження сутності цих процесів не лише у вчених-економістів, але й у філософів, істориків, політологів та соціологів. Фундаментальні праці щодо причин

виникнення та особливостей протікання глобалізаційних процесів досліджували такі зарубіжні вчені, як Е. Валлерстайн, А. Гідденс, Г. Терборн, Б. Уільсон, М. Уотерс, Е. МакГрю, Д. Медоуз, Дж. Перратон, А. Печчеї, Й. Рендерс, Р. Робертсон, Дж. Сорос, Дж. Стігліц. Окремі науковці виокремлювали у своїх працях питання оцінювання впливу глобалізаційних процесів на інноваційну діяльність, а також ролі останньої в досягненні конкурентоспроможності країни у глобалізованому світі. Так, О.П. Карп'юк у праці [1] проаналізувала взаємозв'язок глобалізації та інноваційної діяльності в процесі забезпечення країнами власної конкурентоспроможності, а М.М. Радєва [2] зробила спробу віднайти напрями ефективного економічного розвитку на основі інновацій як ключового чинника забезпечення конкурентоспроможності економіки на національному й глобальному рівнях. О.В. Левківський [3] і Р.В. Хусаінов [4] досліджували вплив основних елементів глобалізації на реалізацію інноваційного потенціалу економіки України, а Н.І. Чухрай [5] намагалася обґрунтувати нагальність трансформації економіки України з огляду на інноваційну політику, яка має враховувати основні положення загальної програми технологічних досліджень і розвитку ЄС.

Незважаючи на наявність значної кількості праць, присвячених темі глобалізаційних процесів та виокремлення в них ролі інноваційної діяльності, на нашу думку, потребує подальшого дослідження встановлення зв'язку між науково-технічним та інноваційним розвитком країн світу й характером протікання глобалізаційних процесів, а також встановлення взаємозалежності інноваційного потенціалу країни та його реалізації за нішею, яку вона займає у глобалізованому світі.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження інноваційного потенціалу України, його конкурентоспроможності та ролі у встановленні місця країни у глобалізованому світі. Зокрема, визначено необхідність аналізу стану та тенденцій розвитку інноваційної діяльності, доведено обґрунтованість основних пріоритетів і комплексу послідовних заходів з інноваційного розвитку, важливість сприяння на державному рівні нарощенню інноваційного потенціалу та підвищенню рівня його використання. Методологічною основою дослідження стали системний та процесний підходи, функціонально-цільовий та абстрактно-логічний методи.

Виклад основного матеріалу дослідження. В найзагальнішому розумінні глобалізація є процесом посилення взаємодії та взаємозалежності національних економік у всіх сферах людського буття щодо формування єдиного суспільного укладу. Останнім часом глобалізація набула такого поширення та значення, що її вплив не оминає жодну країну у світі, жодну галузь діяльності та жодну особистість незалежно від їх бажання бути включеними в цей процес.

Глобалізація здійснює суперечливий вплив на світову економіку, оскільки вона, з одного боку, посилює співпрацю між країнами, зокрема, в таких напрямах, як зростання міжнародної торгівлі, розвиток новітніх технологій, підвищення продуктивності праці, вирішення глобальних проблем, а з іншого боку, посилює нерівномірність розвитку окремих країн, збільшуючи розрив між високорозвиненими країнами та країнами, що розвиваються, багатими та бідними.

З урахуванням зазначеного сучасний етап світового розвитку характеризується суттєвим загостренням конкурентної боротьби між національними економіками за право зайняти більш вигідну нішу в процесі формування глобалізованого світу. Проте лише невелика кількість країн з розвиненою економікою мають можливість отримати переваги від глобалізаційних процесів, тоді як у менш розвинених вона спричиняє сповільнення розвитку та змушує перетворюватись на сировинну базу для більш високорозвинених країн світу.

Такий дуалізм пов'язаний з тим, що в умовах глобалізації у виграші залишаються саме ті країни, центральне місце в економіці яких посідають високотехнологічні виробництва й наукоємні послуги разом зі стрімким розвитком галузей освіти та науки, тобто випереджаючу роль у формуванні конкурентоспроможності країни на світовій арені відіграє вже не стільки її забезпеченість різноманітними ресурсами, скільки рівень їх раціонального використання в економіці, частка активних інноваційних процесів і спроможність країни своєчасно впроваджувати та генерувати нововведення, забезпечувати трансфер технологій та комерціалізацію інновацій [3, с. 28–29; 6].

Відповідно, сьогодні, в умовах побудови глобалізованого світу, саме інноваційна складова частина національної економіки формує основу незалежності країни, стабільності її соціально-економічного розвитку та є потужним інструментом захисту інтересів держави від її зовнішніх і внутрішніх загроз [4, с. 94], тобто глобалізаційні процеси є й передумовою, й наслідком «поглиблення розриву у рівнях технологічного розвитку країн-лідерів, де зосереджується інноваційний потенціал, і країн-аутсайдерів, які залежать від розвинених центрів у глобальному економічному просторі» [3, с. 29].

Загалом інноваційний потенціал – це сукупність інтелектуальних, технологічних, науково-виробничих ресурсів, а також готовність та можливості їх використання в інноваційній діяльності, що спрямовані на задоволення нових суспільних потреб. Реалізація інноваційного потенціалу національної економіки в умовах глобалізації забезпечується такими процесами, як генерування нових

ідей, дифузія знань, розроблення, впровадження та комерціалізація інновацій не лише в межах країни, але й на глобальних ринках. Оскільки розвинені країни надають великого значення розвитку людського капіталу як основного джерела інноваційних ідей, чітко виділяють пріоритети в наукових дослідженнях та виконують державні замовлення на НДКР, поширюючи інноваційну політику в усі галузі науково-технічної сфери [7, с. 100], Україні буде досить важко увійти в міжнародний науково-інноваційний простір та зайняти у глобалізованому світі вигідну для себе нішу.

Вагомою основою інноваційного розвитку більшості розвинених економік світу є суттєвий рівень фінансування наукових досліджень і розробок. Частка витрат на наукові дослідження й розробки у ВВП в найбільш розвинених країнах світу за 2011–2017 рр. складала від 1,6% до 3,1% (табл. 1). У Франції, Великобританії, США та Японії цей показник залишається протягом усього періоду на приблизно однаково високому рівні, а в Німеччині та Китаї він помірними темпами зростає. На противагу зазначеному, в Україні частка витрат на наукові дослідження й розробки у ВВП постійно зменшується: від 0,74% у 2011 р. до 0,45% у 2017 р. Така вкрай негативна тенденція суперечить моделям розвитку провідних країн світу на шляху встановлення єдиного суспільного укладу та позбавляє Україну можливості підвищення власної конкурентоспроможності на міжнародній арені.

У розвинених країнах значна частка у фінансуванні науково-технічної та інноваційної діяльності забезпечується бюджетними ресурсами, які також стимулюють залучення приватного капіталу в інновації, тоді як в Україні використовується зовсім інша модель фінансування, за якої роль держави є мінімальною [6, с. 353].

В Україні протягом усього досліджуваного періоду фінансування інноваційної діяльності забезпечувалося більшою мірою за рахунок власних коштів підприємств, а витрати державного бюджету у загальному обсязі фінансування складали лише від 0,3% до 5,2% (табл. 2).

На характер протікання інноваційних процесів суттєво впливає структура витрат підприємств за напрямами інноваційної діяльності. За 2012–2018 рр. найбільше підприємці витрачали кошти на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (рис. 1), що сприяло модернізації техніко-технологічної бази українського виробництва.

Однак ми маємо констатувати, що витрати на проведення внутрішніх і зовнішніх НДР, попри їх зростання, залишалися в Україні недостатніми. Це свідчить про те, що вітчизняними підприємцями приділяється замало уваги створенню інноваційної продукції, внаслідок чого виникає загроза зниження конкурентоспроможності вітчизняних товарів на світовому ринку. Крім того, неналежна увага держави до розвитку інноваційної діяльності спровокувала її низьку результативність.

Таблиця 1

Витрати на наукові дослідження й розробки, % від ВВП

Країна	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Німеччина	2,80	2,87	2,82	2,87	2,91	2,93	3,03
Франція	2,19	2,22	2,23	2,28	2,27	2,25	2,19
Великобританія	1,67	1,60	1,65	1,67	1,67	1,69	1,67
США	2,77	2,69	2,72	2,73	2,73	2,77	2,8
Японія	3,24	3,20	3,31	3,40	3,28	3,14	3,2
Китай	1,78	1,90	1,99	2,02	2,06	2,11	2,13
Україна	0,74	0,75	0,76	0,65	0,61	0,48	0,45

Джерело: складено на основі [8]

Таблиця 2

Джерела фінансування інноваційної діяльності у промисловості України

Рік	Загальна сума витрат, млн. грн.	Зокрема, за рахунок коштів							
		власних		державного бюджету		іноземних інвесторів		інших джерел	
		млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
2012	11 480,6	7 335,9	63,9	224,3	2,0	994,8	8,7	2 925,6	25,5
2013	9 562,6	6 973,4	72,9	24,7	0,3	1 253,2	13,1	1 311,3	13,7
2014	7 695,9	6 540,3	85,0	344,1	4,5	138,7	1,8	672,8	8,7
2015	13 813,7	13 427,0	97,2	55,1	0,4	58,6	0,4	273,0	2,0
2016	23 229,5	22 036,0	94,9	179,0	0,8	23,4	0,1	991,1	4,3
2017	9 117,5	7 704,1	84,5	227,3	2,5	107,8	1,2	1 078,4	11,8
2018	12 180,1	10 742,0	88,2	639,1	5,2	106,9	0,9	692,0	5,7

Джерело: складено на основі [9]

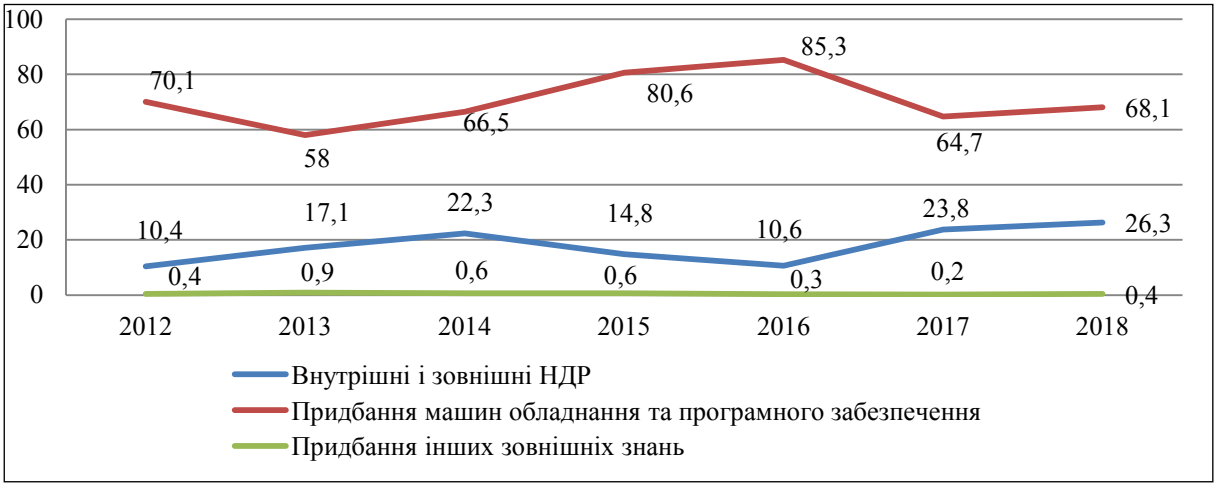


Рис. 1. Структура витрат підприємств за напрямами інноваційної діяльності, %

Джерело: складено на основі [9]

Таблиця 3

Основні показники інноваційної діяльності промислових підприємств

Показник	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Загальна кількість обстежених підприємств, од.	10 089	10 189	10 010	4 767	4 421	4 699	4 733
Кількість підприємств, які займались інноваційною діяльністю, од.	1 758	1 715	1 609	824	834	759	777
Частка до загальної кількості обстежених підприємств, %	17,4	16,8	16,1	17,3	18,9	16,2	16,4
Кількість підприємств, які впроваджували інновації, од.	1 371	1 312	1 208	723	735	672	739
Частка до загальної кількості обстежених підприємств, %	13,6	12,9	12,1	15,2	16,6	14,3	15,6
Кількість промислових підприємств, що реалізовували інноваційну продукцію, од.	1 037	1 031	905	570	632	450	674
Частка до загальної кількості обстежених підприємств, %	10,3	10,1	9,04	11,96	14,3	9,6	14,2
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млрд. грн.	36,16	35,89	25,67	23,05	–	17,71	24,86
Частка до загального обсягу реалізованої продукції підприємствами, %	3,3	3,3	2,5	1,4	–	0,7	0,8

Джерело: складено на основі джерела [9]

Таблиця 4

Динаміка й структура зовнішньої торгівлі України, млрд. дол.

Група товарів	2017 р.				2018 р.			
	експорт		імпорт		експорт		імпорт	
	усього	%	усього	%	усього	%	усього	%
Усього	43,3	100	49,6	100	47,3	100	57,2	100
зокрема, продукти рослинного походження	9,2	21,2	1,4	2,8	9,9	20,9	1,5	2,6
жири та олії	4,6	10,6	0,3	0,6	4,5	9,5	0,3	0,5
мінеральні продукти	3,9	9,0	12,5	25,2	4,3	9,1	14,2,	24,8
продукція хімічної та пов'язаних галузей	1,7	3,90	6,5	13,1	1,9	4,0	7,1	12,4
недорогоцінні метали та вироби з них	10,1	23,3	3,0	6,0	11,6	24,5	3,6	6,3
машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	4,3	9,9	9,9	20,0	4,7	9,9	12,0	21,0
засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	0,6	1,4	4,2	8,5	0,7	1,5	4,6	8,0

Джерело: складено на основі [10]

Протягом 2012–2018 рр. інноваційна діяльність в Україні не набула будь-яких суттєвих змін. Так, частка інноваційно активних підприємств в Україні майже не змінювалася, хоча залишалась на досить низькому рівні, склавши у 2018 р. 16,4% від загальної кількості обстежених підприємств (табл. 3). Частки підприємств, які впроваджували та реалізовували інноваційну продукцію, мали різні тренди, а у 2018 р. склали 15,6% і 14,2% відповідно. За 2012–2017 рр. відбувалося постійне зменшення, і лише у 2018 р. відбулось незначне зростання обсягу інноваційної продукції та її частки у загальному обсязі реалізованої промислової продукції. Зазначена тенденція свідчить про низьку спроможність та недостатню вмотивованість підприємств розробляти та виводити на ринок інноваційну продукцію, а також з низькою ефективністю інноваційної діяльності.

В сучасних умовах глобалізації реалізація інноваційного потенціалу країни перебуває під впливом світової конкуренції, пов'язана з інтеграцією у Європейський простір і доповнюється такими новими показниками, як участь країни в міжнародній торгівлі, копіювання зарубіжних технологій, високотехнологічний експорт, прямі іноземні інвестиції, ліцензійні угоди, міжнародна мобільність наукових кадрів [3, с. 29].

Аналіз динаміки та структури експорту товарів з України (табл. 4), відповідно до якої за 2017–2018 рр. найбільші частки припадають на продукти рослинного походження (переважно зернові) (21,2–20,9%) і недорогоцінні метали (переважно чорні) (223,3–24,5%), свідчить про те, що Україна залишається цікавою для інших високорозвинених країн світу переважно як сировинна база.

В імпорті товарів до України найбільші частки припадають на мінеральні продукти (переважно палива мінеральні; нафта й продукти її перегонки) (24,8–25,2%); машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання (20–21%).

Про недостатню участь України у світових інноваційних процесах свідчить замалий обсяг прямих іноземних інвестицій, які на сучасному етапі побудови глобалізованого суспільства стають найважливішим каналом трансферу знань і технологій. Обсяг прямих інвестицій в Україну протягом 2010–2014 рр. зростав, а потім зменшувався, склавши на кінець 2018 р. 32 291,9 млн. дол. США (табл. 5). Обсяг прямих інвестицій з України залишався майже незмінним, склавши на кінець 2018 р. 6 295 млн. грн.

Розподіл прямих інвестицій свідчить про те, що за 2012–2018 рр. іноземні інвестори віддавали перевагу фінансуванню промисловості, фінансової та страхової діяльності, а в професійну, наукову та технічну діяльність вкладали лише 4,4–7,4% від загальної кількості. Частка прямих інвестиції з України в професійну, наукову та технічну діяльність, навпаки, була найбільшою, а саме 91,1–94,6% від загального обсягу. Найбільшими інвесторами в економіку України були Нідерланди та Кіпр, а головним отримувачем інвестицій з України був Кіпр. Відповідно, можна стверджувати, що основний обсяг залученого капіталу в Україну має переважно вітчизняне походження, оскільки був раніше вивезений українським бізнесом в офшори та зосереджується сьогодні в тих галузях, які не здатні забезпечити технологічний прорив і формування інноваційної економіки.

Зазначене підтверджують незначний обсяг і структура експортно-імпортних операцій

Таблиця 5

Розподіл прямих інвестицій за видами економічної діяльності

Показник	Прямі інвестиції в Україну				Прямі інвестиції з України			
	2012 р.	2014 р.	2016 р.	2018 р.	2012 р.	2014 р.	2016 р.	2018 р.
Усього, млрд. грн.	48,2	53,7	32,1	31,6	6,4	6,7	6,3	6,3
Частка до загального обсягу прямих інвестицій, %								
Промисловість, усього	35,9	33	30,0	33,4	2,1	2,6	1,7	2,0
зокрема, добувна промисловість і розроблення кар'єрів	9,5	9,3	6,0	5,4	–	–	–	–
переробна промисловість	25,7	22,3	23,4	25,3	2,1	2,5	1,7	1,9
виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	4,6	6,0	7,5	8,9	1,0	1,2	0,8	0,9
металургійне виробництво, крім виробництва машин і устаткування	11,6	6,3	4,7	5,0	0,5	0,6	0,3	0,4
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	11,0	12,7	16,2	15,8	3,0	1,9	1,3	0,8
Інформація та телекомунікації	4,1	3,5	6,5	6,6	0,0	0,0	0,04	0,002
Фінансова та страхова діяльність	26,8	22,9	13,4	11,0	2,7	3,5	1,2	1,0
Операції з нерухомим майном	7,3	8,9	12,1	12,0	0,6	1,0	0,7	1,1
Професійна, наукова та технічна діяльність	4,4	7,4	6,9	6,7	91,1	95,3	94,3	94,6

Джерело: складено на основі [11]

інноваційної продукції, низький рівень реалізації інноваційного потенціалу України (табл. 6).

За 2011–2017 рр. відбувається постійне зменшення кількості підприємств, які реалізовували інноваційну продукцію за межі України, обсягу реалізованої цими підприємствами інноваційної продукції, а частка інноваційної продукції, реалізованої за кордоном, у загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції змінюється неоднозначно. Замалою залишається кількість українських підприємств, що купують та передають нові технології на світовому ринку, а також кількість самих цих технологій. Кількість підприємств, що придбали нові технології, значно перевищує ті підприємства, що передали нові технології за межі України, а кількість придбаних нових технологій з-за кордону значно перевищує кількість переданих нових технологій за кордон.

На нашу думку, така ситуація свідчить про низьку конкурентоспроможність результатів науково-технічної та інноваційної діяльності України на світовій арені та низьку зацікавленість іноземних компаній у них, обмежену участь України в міжнародному обміні новітніми технологіями, що все більше віддаляє її від високорозвинених країн світу.

Неналежна увага держави до науково-технічної та інноваційної діяльності в Україні, невисока інноваційна активність підприємств та їх результативність, недостатня участь нашої країни в міжнародному обміні технологіями свідчать про «відсутність в Україні стійких засад інноваційної моделі розвитку, неадекватність технологічної структури економіки цілям і вимогам інноваційної моделі розвитку» [1, с. 101]. В Україні у понад 90% виробництв домінують застарілі (3-й і 4-й) технологічні уклади, тоді як у промисловості розвинених країн світу панівним вже давно став 5-й уклад, а також відбувається становлення найсучаснішого, 6-го, технологічного укладу.

Провідні країни світу нарощують свій інноваційний потенціал задля підвищення конкурентоспроможності у формуючому глобалізованому світі, оскільки саме здатність до продукування та споживання інновацій, тобто їх комерціалізації, не лише впливає на окремі позитивні ефекти, але й загалом визначає розвиток економіки, рівень та якість життя населення певної країни [6, с. 4].

Сформовану конкурентоспроможність провідних країн світу та їх місце у глобалізаційних процесах можна представити через Індекс глобальної конкурентоспроможності та Індекс глобалізації країн

Таблиця 6

Результати діяльності промислових підприємств щодо придбання за межами України та передачі за її межі нових технологій

Показник	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2017 р.
Кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію за межі України	378	332	344	295	213	179
Обсяг реалізованої інноваційної продукції за межі України, млрд. грн.	12,6	13,4	16,1	7,5	10,8	5,5
зокрема, частка до загального обсягу реалізованої інноваційної продукції, %	29,8	36,9	44,8	29,2	47,0	31,2
Кількість підприємств, що придбали нові технології за межами України, од.	74	80	73	54	32	50
Кількість підприємств, що передали нові технології за межі України	2	3	2	4	2	2
Кількість придбаних нових технологій (технічних досягнень) за межами України	200	168	139	117	66	129
Кількість переданих нових технологій (технічних досягнень) за межі України	3	7	8	8	20	–

Джерело: складено на основі [9]

Таблиця 7

Україна й провідні країни світу в міжнародних рейтингах

Країна/місце	The Global Competitiveness Index				KOF Index of Globalization		
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Німеччина	4	4	5	3	9	28	7
Франція	22	21	22	17	7	19	10
Великобританія	10	7	8	8	8	20	5
США	3	3	2	1	24	34	23
Японія	6	8	9	5	35	48	37
Україна	79	85	81	83	49	41	45

Джерело: складено на основі [12; 13]

світу (табл. 7). Провідні позиції за вказаними індексами належать країнам, які є найбільш активними в інноваційній діяльності, а Україні – значно гірші.

Отже, міжнародна конкуренція постійно зростає, а місце, яке посідає кожна країна у світі, все більше залежить від темпів розроблення нововведень і швидкості поширення нових технологій, формування нових галузей і модернізації низько технологічних секторів промисловості й послуг. У зв'язку з цим відбувається постійне збільшення інноваційного розриву між невеликою групою країн-лідерів та інших країн, що не залучені повноцінно до цього процесу.

Нині Україна, в структурі експорту якої найбільшу частку має продукція незначного рівня перероблення, входить у світову економіку як напівсировинна економіка, що спричиняє додаткові загрози залишитися на периферії світового господарства та закріпити за собою технологічну залежність від розвинених країн. Щоби унеможливити такі негативні наслідки, Україна має вжити вже зараз конкретних заходів щодо підвищення своєї конкурентоспроможності на основі стимулювання інноваційної активності. На нашу думку, найбільшого значення та терміновості потребують такі заходи, як розроблення чіткої й дієвої стратегії інноваційного розвитку країни в умовах глобалізації, формування активної інноваційної діяльності в державі на всіх рівнях (мікро-, мезо- та макрорівнях, а також на локальному рівні), збільшення фінансування науково-дослідних робіт та інноваційної діяльності за рахунок державних коштів, мотивування працівників до створення новітніх знань і передових технологій, популяризація та поширення інноваційної активності серед молоді.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, підсумовуючи результати дослідження, можемо стверджувати, що тенденції розвитку інноваційної діяльності та роль, яку вона відіграє в економіці України, суттєво відрізняються від досвіду високорозвинених країн світу. Пріоритетність інноваційного розвитку розвинені країни забезпечують за допомогою вжиття комплексу постійних і послідовних заходів з розвитку людського капіталу, стимулювання галузі НДДКР, розвитку інноваційної інфраструктури, формування та підтримки ефективних механізмів продукування, поширення та споживання інновацій. Відповідно, в Україні на державному рівні необхідно вжити таких заходів, які б сприяли нарощенню інноваційного потенціалу та підвищенню рівня його використання, покращенню результативності інноваційної діяльності, стимулювали населення та суб'єктів господарювання до підвищення інноваційної активності в умовах глобалізаційних процесів через адаптацію інноваційної системи України до умов глобалізації та конкуренції, переорієнтації системи продукування інновацій на ринковий попит споживача.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Карп'юк О.П. Інноваційна діяльність за умов глобалізаційних викликів. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2012. Вип. 108 (2). С. 98–106.
2. Радєва М.М. Інноваційні концепти розвитку глобальної економіки. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 36 (1). С. 23–30.
3. Левківський О.В. Вплив глобалізаційних процесів на реалізацію інноваційного потенціалу економіки України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 19. С. 28–32.
4. Хусаінов Р.В. Глобалізація інноваційної сфери економіки: фактори, стан та наслідки для України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2015. Вип. 10. С. 94–98.
5. Чухрай Н.І. Механізми інноваційних перетворень в країнах ЄС та можливості їх трансформації в економіку України. *Економіка і прогнозування*. 2003. № 1. С. 23–33.
6. Карпенко А.В. Розвиток інтелектуальних активів людського потенціалу: теорія та практика : монографія. Запоріжжя : ФОП В.В. Мокшанов, 2018. 510 с. URL: http://jmonographs.donnu.edu.ua/article/view/6940/6971 (дата звернення: 01.12.2019).
7. Терьошкіна Н.Є. Інноваційна глобалізація: специфічні риси та тенденції. *Економіка та держава*. 2014. № 6. С. 97–101.
8. The World Bank. Research and development expenditure (% of GDP). URL: http://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS (дата звернення: 01.12.2019).
9. Наукова та інноваційна діяльність за 2011–2018 рр. / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 01.12.2019).
10. Зовнішня торгівля України за 2017–2018 рр. / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 01.12.2019).
11. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) в економіку України з України за 2010–2018 рр. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 01.12.2019).
12. The Global Competitiveness Index 2015–2018 Rankings. URL: https://www.weforum.org/reports (дата звернення: 01.12.2019).
13. KOF Globalisation Index 2018–2019. URL: https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html (дата звернення: 01.12.2019).

REFERENCES:

1. Karpiuk O.P. (2012). Innovacijna dijaljnistj za umov ghlobalizacijnykh vyklykiv [Innovative activity in the conditions of globalization challenges]. Aktualjni problemy mizhnarodnykh vidnosyn. Vol. 108 (2), pp. 98–106.
2. Radieva M.M. (2018). Innovacijni koncepty rozvytku ghlobaljnoji ekonomiky [Innovative concepts for the development of the global economy]. Prychornomorsjki ekonomichni studiji. Vol. 36 (1), pp. 23–30.
3. Levkivskyi O.V. (2017). Vplyv ghlobalizacijnykh procesiv na realizaciju innovacijnogho potencialu ekonomiky Ukrajiny [Influence of globalization processes on the implementation of innovation potential of Ukrainian

economy]. Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky. Vol. 19, pp. 28–32.

4. Khusainov R.V. (2015). Ghlobalizacija innovacijnoji sfery ekonomiky: faktory, stan ta naslidky dlja Ukrajiny [Globalization innovative sector of the economy: factors, state and consequence for Ukraine]. Naukovyj visnyk Mizhnarodnogho ghumanitarnogho universytetu. Serija: Ekonomika i menedzhment. Vol. 10, pp. 94–98 (in Ukrainian).

5. Chukhrai N.I. (2003). Mekhanizmy innovacijnykh peretvorenj v krajinakh JeS ta mozhlyvosti jikh transformaciji v ekonomiku Ukrajiny [Mechanisms of innovative transformations in EU countries and possibilities of their transformation into the economy of Ukraine]. Ekonomika i proghnozuvannja. no. 1, pp. 23–33.

6. Karpenko A.V. (2018). Rozvytok intelektualjnykh aktyviv ljudsjkogho potencialu: teorija ta praktyka [The development of intellectual assets of human potential: theory and practice]. Zaporizhzhja : FOP V.V. Mokshanov. Available at: http://jmonographs.donnu.edu.ua/article/view/6940/6971 (accessed 01 December 2019).

7. Teroshkina N.Ye. (2014). Innovacijna ghlobalizacija: specyfichni rysy ta tendenciji [Innovative globalization: peculiar features and tendencies]. Ekonomika ta derzhava. No 6, pp. 97–101.

8. The World Bank. Research and development expenditure (% of GDP). Available at: http://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS (accessed: 01 December 2019).

9. Naukova ta innovacijna dijaljnistj za 2011–2018. [Scientific and innovative activity]. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed: 01 December 2019).

10. Zovnishnja torghivlja Ukrajiny za 2017–2018 [Foreign Trade of Ukraine]. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed 01 December 2019).

11. Prjami investyciji (akcionernyj kapital) v ekonomici Ukrajiny/z Ukrajiny za 2010–2018 [Direct investment (equity) in the economy of Ukraine / from Ukraine]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed: 01 December 2019).

12. The Global Competitiveness Index 2015–2018 Rankings. Available at: https://www.weforum.org/reports (accessed 01 December 2019).

13. KOF Globalisation Index 2018–2019. Available at: https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html (accessed 01 December 2019).

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ: ПІДТРИМКА СПОЖИВАЧА

STATE REGULATION OF AGRICULTURAL MARKET: SUPPORTING CONSUMER

УДК 338.436.33
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-16

Кундєєва Г.О.
д.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії
Національний університет харчових технологій

Kundieieva Halyna
National University of Food Technologies

У статті зазначено нераціональність і низькоефективність діючої системи державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників в Україні. Визначено зміст, структуру, особливості сучасних механізмів підтримки виробників, споживачів сільського господарства на основі використання методології Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Виявлено причини, що зумовлюють провали на агропродовольчому ринку (нееластичність попиту). Розкрито залежність між доходами населення і динамікою попиту та пропозиції на агропродовольчому ринку, показано шляхи й методи підвищення попиту. Визначено доцільність спрямування дотацій малозабезпеченим верствам населення не лише у формі додаткових грошових виплат або зменшення ставки прибуткового податку, а й у формі забезпечення їх цільового використання на продовольство: у формі продовольчих талонів (карток), безкоштовних обідів для дітей матерів-годувальниць, людей похилого віку та інших малозабезпечених верств населення.

Ключові слова: *агропродовольчий ринок, державна підтримка, нееластичність попиту, дотації, диференціація споживання харчових продуктів.*

В статье указаны нерациональность и низкая эффективность действующей системы государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей в Украине. Определены содержание, структура, особенности современных механизмов поддержки производителей, потребителей, сельского хозяйства на основе использования методологии Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Выявлены причины, обусловливающие провалы на агропродовольственном рынке (неэластичность спроса). Раскрыта зависимость между доходами населения и динамикой спроса и предложения на агропродовольственном рынке, показаны пути и методы повышения спроса. Определена целесообразность направления дотаций малообеспеченным слоям населения не просто в форме дополнительных денежных выплат или уменьшения ставки подоходного налога, а в таких формах, которые обеспечили бы их целевое использование дотаций на продовольствие: в форме продовольственных талонов (карточек), бесплатных обедов для детей кормящих матерей, пожилых людей и других малообеспеченных слоев населения.

Ключевые слова: *агропродовольственный рынок, государственная поддержка, неэластичность спроса, дотации, дифференциация потребления пищевых продуктов.*

The article is devoted to identification of reasons for the changes in agricultural policy, the structure, peculiarities of modern mechanisms for supporting producers, consumers, and agriculture according to the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) methodology. The agricultural sector is considered as a combination of three elements: the complex of agricultural enterprises, the general supply sector, and consumers of agricultural products. Dynamics of the resulting indicator of the level of government support for the agricultural sector (TSE) of Ukraine in 1995-2017 are characterized by diversity, which indicates a lack of consistent policy in agricultural production. Agricultural sector support is provided through the support of producers. There is an insatiability of physiological consumption of certain food groups, especially of animal origin in our country. For the majority of the population, the cost of nutrition in the household budget is very high, that's why we need to study the effectiveness of consumer support indicators (CSE).The government does not simultaneously support the producers and consumers. The results of the analysis of such indicators as CSE and PSE confirm this tendency. The causes of failures in the agri-food market are identified: inelasticity of supply, which is explained by the immobility of the resources "land" and "labor force"; inelasticity of demand, which is explained by E. Engel's and J. Keynes' Laws and the degree of saturation of food demand. Another reason for the failures of the agri-food market is a high differentiation of incomes and, as a result, the differentiation in volumes of food consumption. For Ukrainian high income households, the saturation limit for food products has almost been reached. The study reveals the relationship between household incomes and the dynamics of demand in the agri-food market. It is shown the ways and methods of increasing demand. It is advisable to give subsidies to low-income population, not just in additional cash payments or lower income tax rates, but in the form of food cards, free lunches for children, nursing mothers and other low-income population. Such spending of public funds can increase food demand. Government support of low-income population should be a priority for government policy not only in crisis conditions, but also in conditions of economic growth.

Key words: *agri-food market, government support, inelastic demand, subsidies, differentiation of food consumption.*

Постановка проблеми. Ефективний розвиток сільського господарства, підвищення його конкурентоспроможності є ключовими пріоритетами реформування національної економіки, зафіксованими у Стратегії розвитку «Україна – 2020», Угоді про асоціацію між Україною та ЄС та Плані дій з її виконання. Стратегічне значення сільськогосподарської продукції та особливості її виробництва вимагають усебічного комплексного втручання з боку держави для врівноваження інтересів сільськогосподарських товаровиробників і споживачів сільськогосподарської продукції. Державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників визнається необхідною у більшості країн світу, але сучасна система державної підтримки в Україні зарекомендувала себе як дефіцитна і неефективна. У такій ситуації доцільним є реформування діючої системи у напрямі обґрунтованості її розподілу та адресності [1, с. 53].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У працях вітчизняних науковців-аграріїв, зокрема О. Бородіної, А. Діброви, М. Дем'яненка, С. Кваші, О. Панухника, В. Бойка, В. Месель-Веселяк, П. Саблука та ін., обґрунтовано необхідність державної підтримки аграрної сфери. У наукових роботах Дж. Гелбрейта, Дж. Кейнса,

П. Самуельсона, А. Сміта, М. Трейсі висвітлено ефективність державного втручання в аграрну сферу виробництва. Дослідження О. Алейнікова, М. Чорнобай, Д. Плеханова та ін. зорієнтовані на оцінку масштабів і обсягів фінансування за державними програмами підтримки сільськогосподарських підприємств. Проте запропоновані заходи здебільшого спрямовані на регулювання тільки пропозиції (виробництва) на агропродовольчому ринку за умов практичної відсутності заходів, що регулюють попит та споживання.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд особливостей державної підтримки аграрної сфери та заходів щодо вдосконалення механізму державної підтримки споживачів агропродовольчої продукції. Завданням дослідження є визначення особливостей ринкового механізму вітчизняного агропродовольчого ринку, здійснення моніторингу та оцінки методів підтримки сільського господарства в Україні, конкретизація підтримки споживачів агропродовольчої продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринковий механізм забезпечує урівноваження економічних інтересів виробників і споживачів шляхом формування рівноважного обсягу та ціни, які стають прийнятними як для виробників, так і споживачів. Це більш абстрактна теоретична схема ринку досконалої конкуренції, у реальності ж механізм ринку досконалої конкуренції має суттєві інституційні провали. Ринковий механізм в аграрній сфері економіки на відміну від інших галузей не в змозі швидко усувати невідповідність обсягів попиту і пропозиції, забезпечувати на ринку конкурентну рівновагу у зв'язку з наявністю певних галузевих і міжгалузевих бар'єрів. До таких бар'єрів із боку пропозиції належить специфічний характер сільськогосподарських ресурсів (іммобільність). Земля як специфічний сільськогосподарський чинники виробництва практично не мобільна і не може брати участь у міжгалузевому переливу надлишкових ресурсів під впливом міжгалузевого механізму конкурентної рівноваги. Щодо ресурсу «праця», то інертною, не мобільною є й робоча сила в сільському господарстві.

Наступна група бар'єрів зумовлена особливістю формування попиту на агропродовольчому ринку, а саме змінами його еластичності за доходами залежно від зміни ступеня насиченості потреб людини у продовольстві. На відміну від більшості непродовольчих товарів розширення попиту на харчові продукти має чітко окреслені межі насичення (в Україні ці межі визначено у Наказі МОЗ України «Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах і енергії»). З іншого боку, частка витрат на продукти харчування у споживчих витратах у міру зростання реальних доходів споживачів зменшується, частка ж витрат на непродовольчі товари збільшується. Це пов’язано з дією закону Е. Енгеля [2, с. 39]: витрати на покупку продовольчих товарів зростають повільніше, ніж доходи населення, і повільніше, ніж витрати на непродовольчі товари та заощадження. Діє закон насичення потреб найбільш характерний для ринку продовольства.

Дж.М. Кейнс, досліджуючи залежність споживання від величини поточного доходу домашніх господарств, висловив її у формі закону: «Основний психологічний закон ... полягає у тому, що люди схильні, як правило, збільшувати своє споживання з ростом доходу , але не тією ж мірою, в якій зростає дохід» [3]. Учений пояснює зменшення питомої ваги споживання психологічними особливостями людини відкладати все більшу частину зростаючого доходу як заощадження. Тенденція до зменшення частки витрат на споживання продуктів

Таблиця 1

Диференціація обсягів споживання основних продовольчих груп за квінтильними групами в Україні (2010–2017 рр.)

Показник	Роки							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Індикатор диференціації вартості харчування в домогосподарствах між п’ятою та першою квінтильними групами	1,59	1,6	1,62	1,61	1,56	1,48	1,59	1,62
м'яса і м'ясопродуктів	1,92	1,87	1,78	1,83	1,81	1,71	1,68	1,89
молока і молочних продуктів	1,71	1,69	1,6	1,67	1,62	1,61	1,70	1,70
яєць	1,22	1,29	1,22	1,27	1,22	1,24	1,29	1,39
риби і рибопродуктів	1,77	1,69	1,62	1,61	1,75	1,68	1,67	1,65
цукру	1,36	1,35	1,31	1,25	1,38	1,36	1,41	1,66
олії та інших рослинних жирів	1,19	1,25	1,06	1,16	1,2	1,13	1,26	1,21
картоплі	1,06	1,13	0,95	1,06	1,16	1,12	1,17	1,17
овочів та баштанних	1,49	1,54	1,39	1,47	1,55	1,58	1,53	1,65
фруктів, ягід, горіхів, винограду	2,29	2,29	2,2	2,16	1,96	2,09	2,11	1,95
хліба і хлібних продуктів	1,05	1,05	1,03	1,06	1,17	1,14	1,21	1,28

Джерело: розраховано автором на основі [4]

харчування у бюджеті домогосподарства і збільшення частки непродовольчих товарів, послуг та заощаджень має у своїй основі об'єктивні причини – підвищення в міру зростання доходів рівня насиченості потреб людини. Ця причина особливо актуальна по відношенню до харчових продуктів, для яких межа насичення чітко окреслена фізіологічними нормами споживання.

У міру переходу до стадії насичення еластичність попиту на продовольство за доходами знижується. Для українських домогосподарств із високими доходами практично досягнута межа насичення потреб у харчових продуктах. Уповільнення зростання витрат населення на купівлю продовольчих товарів у міру зростання доходів та підвищення насиченості потреб стає причиною уповільнення зростання сукупного попиту на агропродовольчому ринку. На це уповільнення також впливає надмірна диференціація доходів за низького рівня реальних доходів значної частини населення, наслідком стає значна диференціація споживання основних продовольчих груп (табл. 1), що не може не позначитися на обсягах попиту на продовольство. Зазначені причини зумовлюють особливо несприятливу кон'юнктуру на ринку продовольства України.

Відповідно до теорії Дж. Кейнса, в умовах низької еластичності попиту ринок не в змозі досягнути рівноважного стану – не може забезпечити зростання попиту до рівня пропозиції (до рівня виробництва). У цьому разі зростання виробництва тільки поглибить кризовий стан, навіть якщо спостерігається підтримка і стимулювання з боку держави. Ми погоджуємося з тезою Р. Гайсіна: у сучасних умовах чинниками, що стримують зростання попиту на продовольство, є не тільки і не стільки відкриті Е. Енгелем і Дж. Кейнсом причини уповільнення зростання попиту і падіння його еластичності в умовах зростання доходів та підвищення насичення потреб, скільки особливості формування рівня, динаміки, структури доходів населення [5]. Низький рівень життя значної частини населення країни стає причиною повільного зростання попиту, хоча для низькодохідних груп (майже 60%) населення попит еластичний за доходами.

Для зростання попиту на продовольство й, відповідно, зростання виробництва необхідні дієві заходи держави. Для визначення ефективності державної підтримки використано методологічний підхід, що запропонований у 1986 р. Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). За цим підходом агросектор розглядається як система, що складається з трьох підсистем: аграрні підприємства (виробники), підсистема загального забезпечення (інфраструктура) і споживачі аграрної продукції. Для оцінки підтримки цих трьох підсистем використовуються основні показники [6]:

TSE (Total Support Estimate) – показник, за допомогою якого визначається сума трансфертів, що отримує сільське господарство від платників податків та споживачів (за винятком надходжень від імпортного мита) в результаті політики підтримки галузі.

PSE (Producer Support Estimate) – показник підтримки виробників, який відображає обсяг річних валових бюджетних трансфертів у грошовій формі виробникам аграрної продукції.

GSSE (General Service Support Estimate) – показник підтримки сектору загального забезпечення агросектору (аграрної інфраструктури), який відображає обсяг річних валових бюджетних трансфертів у грошовій формі організаціям, що надають послуги аграрному виробництву.

CSE (Consumer Support Estimate) – оцінка підтримки споживчого сектору аграрної продукції, яка вимірюється обсягом річних валових бюджетних трансфертів до/від споживачів.

Дослідження динаміки зазначених показників в Україні свідчить про наявність значних коливань, причиною яких стала непослідовна політика регулювання аграрної сфери. Істотний вплив зробили і макроекономічні чинники, такі як зміна курсу національної валюти, динаміка цінової кон'юнктури на світовому ринку сільськогосподарської продукції та продовольства [7]. За останні роки Україна мала від’ємне значення показника сукупної підтримки (рис. 1).

Тільки в 2012 р. галузь отримала підтримку в розмірі 1,5% від обсягу товарної продукції (PSE, %). В інші періоди вона була донором національної економіки. Так, у 2016 р. з неї було «вимито» на користь інших секторів 9,5% виручки. Це не зможе не позначитися на перспективах розвитку вітчизняного сільського господарства в майбутньому. Як стверджує О. Янковий, підтримка зі знаком мінус – це пригнічення. Україна залишається країною, де макроекономічна стабільність підтримується коштом політики примусових вилучень у сільськогосподарських виробників [9].

Підтримка аграрної сфери здійснюється переважно через підтримку виробників. Для країни, де існує ненасиченість фізіологічних норм споживання певних груп продовольства, особливо тваринного походження для більшості населення, дуже значною є частка витрат на харчування у бюджеті домогосподарства, тому важливим стає дослідження ефективності показників підтримки споживачів (CSE). Ці показники відображають загальну суму трансфертів споживачам сільськогосподарської продукції (+ або -), що отримуються в результаті проведеної політики підтримки сільського господарства й є різницею між внутрішніми цінами на споживану продукцію та світовими. Вони відображають особливості здійснюваної в країні політики по відношенню до споживачів і виробників продовольства.

Уряд країни не в змозі паралельно з підтримкою виробників підтримувати споживачів. Підтвердженням цього є результат аналізу показників підтримки споживачів (CSE) і виробників (PSE) – симетричність розташування і динаміки показників підтримки виробників (PSE) і споживачів (CSE), їх протифазність показників (рис. 2).

Така залежність пояснюється тим, що CSE є дзеркальним відображенням головного компонента PSE – підтримки ринкової ціни (MPS) як суми трансфертів від споживачів до виробників аграрної продукції [7]. Неявна підтримка споживачів оцінюється через значення показника «трансферти виробникам від споживачів». Від'ємне значення показника свідчить про оподаткування споживачів сільгосппродукції за рахунок більш високих цін. І, навпаки, якщо показник отримує позитивне значення, то споживачі сільгосппродукції субсидуються.

Слід також зазначити той факт, що у роки значного перевищення внутрішніх цін над світовими, коли весь тягар за високі ціни на продукцію було перенесено на споживача, у бюджеті не передбачалися трансферти споживачам. Показник оцінки підтримки споживачів отримав від'ємне значення у 1997–1998, 2001, 2005–2006, 2008–2010 рр. У ці роки національні споживачі сплачували за сільгосппродукцію ціни, вищі за світові, отже, споживачі сплачують імпліцитний податок [10]. Найбільше значення податку припадає на 2009 р. (13,96%) – спостерігаються найбільші втрати споживачів на придбання сільгосппродукції.

Починаючи з 2011 р. спостерігається позитивне значення CSE, тобто в Україні покупці субсидуються. Це зумовлено, головним чином, тією обставиною, що внутрішні ціни на основні види сільськогосподарської сировини і продовольства нижче світового рівня.

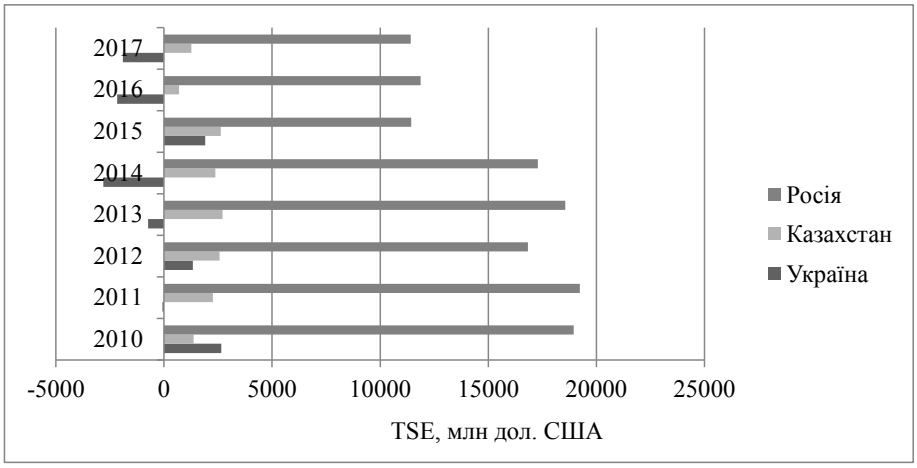


Рис. 1. Динаміка сукупної підтримки аграрної сфери (TSE), Україна у 2010–2017 рр., млн дол. США

Джерело: сформовано за даними [8]

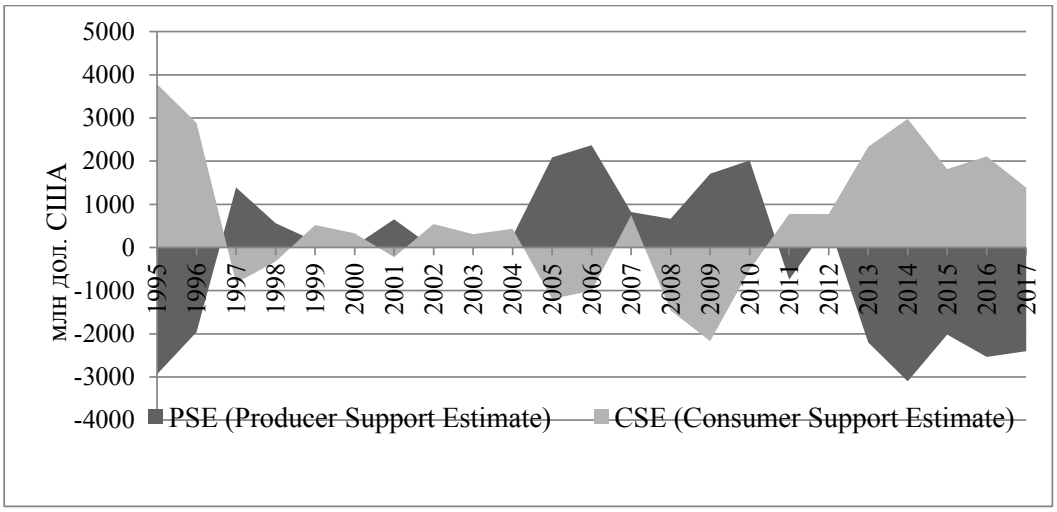


Рис. 2. Динаміка змін показників підтримки споживачів (CSE) і виробників (PSE)

Джерело: складено за даними [8]

На рис. 3 наведено динаміку структури напрямів підтримки споживачів.

У структурі підтримки споживачів переважають трансферти виробникам від споживачів. Проте багато років підтримка споживачів через прямі субсидії з бюджету не здійснювалася.

Для оцінки впливу регуляторних заходів на показники добробуту населення як чинника забезпечення економічної доступності продовольства визначено щільність зв'язку між доходом населення та загальною сумою підтримки споживачів (0,83) і між доходом населення та сумою трансфертів виробникам від споживачів (0,87). Виходячи з існування більш щільного зв'язку у другому варіанті, нами визначено ступінь реагування доходів (добробуту населення) через регуляторні заходи (рис. 4).

Отримано три економетричні моделі (за від'ємних значень логарифмічна і ступенева не будуються), найбільш надійною є лінійна модель, оскільки коефіцієнт детермінації є максимальним і становить 0,735. Існування такої залежності можна пояснити тим, що в рамках аграрної політики України покупці субсидуються: внутрішні ціни на основні види сільськогосподарської сировини і продовольства нижче світового рівня.

Для України проблема регулювання ринку, особливо регулювання попиту, є вкрай актуальною. Проте вона однозначно недооцінюється, приймалися лише окремі рішення, які не дали необхідного результату. Ці заходи здебільшого носили односторонній характер і були спрямовані на регулювання переважно пропозиції (головним чином, виробництва) на агропродовольчому ринку. Такий однобічний підхід до регулювання кон'юнктури агропродовольчого ринку не міг забезпечити баланс інтересів виробників і споживачів на цьому ринку. Більше того, така спрямованість ринку тільки поглиблювала кризову ситуацію ринкової нерівноваги з усіма її наслідками.

Актуальним залишається питання щодо необхідності вбудувати в механізм регулювання кон'юнктури агропродовольчого ринку нові елементи, що регулюють попит і спрямовані передусім на підтримку споживачів. У кінцевому підсумку це дасть значну підтримку виробникам

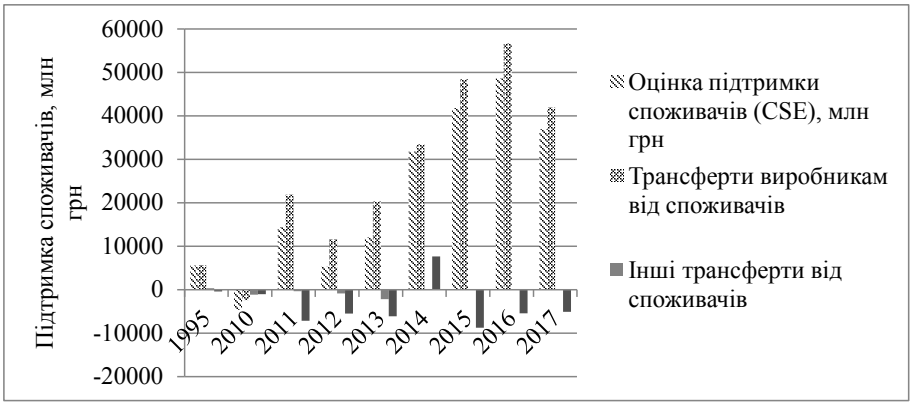


Рис. 3. Динаміка показників підтримки споживачів (CSE), Україна, 1995, 2010–2017 рр., млн грн

Джерело: сформовано за даними [8]

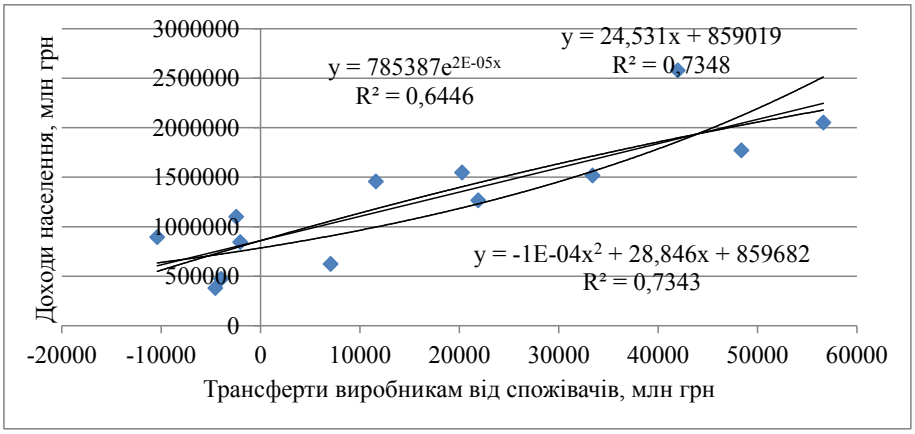


Рис. 4. Моделі зв'язку доходів населення і трансфертів виробникам від споживачів

Джерело: сформовано за даними [4; 8]

порівняно з прямими формами підтримки виробництва. З урахуванням досвіду зарубіжних держав це можливо зробити шляхом використання нецінових детермінант попиту. Серед них головним чинником, що впливає на попит, є доходи населення. Для ефективного управління попитом необхідно впливати на доходи тільки тієї частини населення, у якій попит на продовольство є високоеластичним за доходами. Це, насамперед, малозабезпечені групи населення з низьким рівнем насиченості потреб у харчових продуктах. Здійснений аналіз наукових робіт [5; 11; 12] вказує на такі дієві заходи:

– цільове фінансування попиту на продовольство малозабезпечених верств населення: підвищення доходів за умов, що ця частина доходів обов'язково буде використана на придбання харчових продуктів тільки вітчизняного виробництва (наприклад, використання програми продовольчих талонів). Таке цільове спрямування доходів на розширення попиту на агропродовольчому ринку буде сприяти підтримці не тільки споживачів, а й вітчизняних виробників продовольства;

– розширення попиту на продовольство за рахунок програм шкільних обідів, продовольчої допомоги для матерів-годувальниць та малолітніх дітей, поставок вітчизняного продовольства в дитячі садки, будинки ветеранів, лікувальні установи, збройні сили тощо;

– політика держави щодо регулювання прибуткового податку: звільнення від прибуткового податку найбідніших верств населення, застосування диференційованої шкали оподаткування, що збільшує еластичний попит малозабезпечених верств населення на продовольство. Необхідно розглядати податкову політику у сфері стягування прибуткового податку як засіб істотного підвищення рівня споживання харчових продуктів для найбідніших верств населення і, відповідно, як засіб підвищення попиту на агропродовольчому ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи результати дослідження, можна стверджувати, що в країні відсутня аграрна політика, яка базувалася б на наукових засадах комплексного регулювання всіх структурних елементів агропродовольчого ринку, їх взаємозв'язку і розвитку й мала б на меті забезпечення сталої рівноваги виробництва і споживання та узгодження інтересів споживачів і виробників продовольства. Необхідно терміново вживати заходів не лише зі стимулювання зростання виробництва, а й з підвищення попиту на агропродовольчому ринку. Необхідно вивчити і використати досвід США, коли регулятор попиту і регулятор виробництва продовольства знаходяться в руках одного відомства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Недільська Л.В. Системний колапс державної фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств. *Scientific horizons.* 2018. № 6(69). С. 53–69.

2. Engel E. Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirt-schaftleben der Nation. Berlin, 1881, P. 39.

3. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / пер. с англ. ; общ. ред. и предисл. А.Г. Милейковского, И.М. Осадчей. Москва : Прогресс, 1978. 494 с.

4 Державна служба статистики України. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 10.01.2020).

5. Гайсин Р.С. Низкие доходы населения как фактор стагнации спроса и предложения на агропродовольственном рынке России. *ҚазЭУ хабаршысы. Вестник Казахстанского экономического университета*. 2014. № 4(99). С. 134–146

6. Кернасюк Ю.В. Світовий досвід державної підтримки агробізнесу. *Агробізнес.* 2016. № 11(330). URL: http://www.agro-business.com.ua/agrobusiness/archive.html?func=show_edition&id=151 (дата звернення: 10.01.2020).

7. Купчишина О.А. Вплив державної регуляторної політики на функціонування аграрного сектору. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 4. С. 440–450.

8. Офіційний статистичний портал OECP. URL: http://stats.oecd.org/ (дата звернення: 10.01.2020).

9. Янковий О. Що надає, а що відбирає держава у сільського господарства. URL: https://mind.ua/publications/20189580-goduvalnicya-na-dieti-skilki-nedootrimue-ukrayinskij-agrosektor (дата звернення: 10.01.2020).

10. Кулаковська Т.А. Дослідження узгодженості та системності у запровадженні регуляторних заходів в аграрній сфері України. *ScienceRise.* 2015. № 8/1(13). С. 58–66.

11. Киреева Н.А. Механизм внутренней продовольственной помощи как направление структуризации системы государственной поддержки АПК. *Аграрный научный журнал*. 2014. № 6. С. 84–88.

12. Борхунов Н.А., Родионова О.А. Как повысить платежеспособный спрос на внутреннем продовольственном рынке России: размышления и расчеты. *АПК: экономика и управление*. 2013. № 9. С. 15–23.

REFERENCES:

1. Nedilskaya L. (2018). Cystemnyi kolaps derzhavnoi finansovoi pidtrymky silskohospodarskykh pidpryiemstv [System collapse of state financial support of agricultural enterprises, vol. 6 (69). pp.53-69.

2. Engel E. (1881) Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirt-schaftleben der Nation. Berlin, 1881

3. Keynes, J. M. (1997). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. USA: Prometheus Books, Print.

4. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website of the State Statistics Ser-

vice of Ukraine]. (n.d.). ukrstat.gov.ua. Available at:: http://ukrstat.gov.ua // (accessed 10 January 2020) [in Ukrainian].

5. Gaysin R. (2014). Nyzkye dokhodu naselenyia kak faktor stahnatsyy sprosa y predlozhenyia na ahroprodovolstvennom runke Rossyy ҚazЭU khabarshusu – Vestnyk Kazakhstanskoho эkonomycheskoho unyversyteta. Almatu [Low incomes of the population as a factor in the stagnation of supply and demand in the agri-food market of Russia]. vol. (99). pp. 134-146.

6. Kernasiuk Yu.V. (2016) Svitovyi dosvid derzhavnoi pidtrymky ahrobiznesu. Ahrobiznes, [World experience in government support for agribusiness] vol. 11(330) Available at: http://www.agro-business.com.ua/agrobusiness/archive.html?func=show_edition&id=151 (accessed 10 January 2020).

7. Kupchyshina O.A. (2017). Vplyv derzhavnoi rehuliatornoi polityky na funktsionuvannia ahrarnoho sektoru Visnyk KhNAU im. V.V. Dokuchaieva. Seriia Ekonomichni nauky. [Influence of the state regulatory policy on the functioning of the agricultural sector]. Vol. 4. pp.440-450.

8. Ofitsiinyi sait Orhanizatsii ekonomichnoho spivrobitnytstva ta rozvytku (OESR). [Official site of the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)]. (n.d.).oecd.org. Available at: https://www.oecd.org / (accessed 10 January 2020).

9. Yankovyi O. Shcho nadaie, a shcho vidbyraie derzhava u silskoho hospodarstva. [What gives and what selects the state from agriculture]. Available at: https://mind.ua/publications/20189580-goduvalnicya-na-dieti-skilki-nedootrimue-ukrayinskij-agrosektor (accessed 10 January 2020).

10. Kulakovska T.A. (20150. Doslidzhennia uzghodzhenosti ta systemnosti u zaprovadzhenni rehuliatornykh zakhodiv v ahrarnii sferi Ukrainy *Scientific Journal «ScienceRise»* [Investigation of coherence and systematicity in the implementation of regulatory measures in the agricultural sector of Ukraine]. Vol. 8/1(13), pp. 58-66.

11. Kireeva N.A. (2014). Mekhanizm vnutrennei prodovol'stvennoi pomoshchi kak napravlenie strukturizatsiisistemy gosudarstvennoi podderzhki APK [The mechanism of domestic food aid as a way to restructure the system of State support for agribusiness]. *Agrarnyinauchnyi zhurnal = Agrarian scientific magazine*, vol. 6, pp. 84–88.

12. Borkhunov N.A., Rodionova O.A. (2013). Kak povysit' platezhesposobnyi spros na vnutrennem prodovol'stvennom rynke Rossii: razmyshleniya i raschety [How to increase a solvent demand in the domestic food market of Russia: reflections and calculations]. *APK: ekonomika, upravlenie = AIC: economy, management*, vol. 9, pp. 15–23.

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АВТОТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

IDENTIFICATION AND EVALUATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE UKRAINE TRANSPORT SYSTEM

УДК 351.31
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-17

Леонова С.В.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики
Національний університет «Львівська політехніка»
Барвінська Х.Б.
к.т.н., доцент,
доцент кафедри транспортних технологій
Національний університет «Львівська політехніка»

Leonova Sofiya
Lviv Polytechnic National University
Barvinska Khrystyna
Lviv Polytechnic National University

Ідентифіковано поняття сталого транспорту та сталої транспортної системи. На основі використання методів статистичного аналізу досліджено чинники впливу на процес сталого розвитку транспортної системи та обґрунтовано його напрями. Проаналізовано показники Євросоюзу у сфері сталого розвитку автотранспортної системи та досліджено передумови формування аналогічної системи індикаторів із врахуванням соціальних, економічних та екологічних аспектів для контролювання сталого розвитку транспорту на державному рівні. Із застосуванням методів факторного аналізу оцінено напрями сталого розвитку автотранспортної галузі України. Розроблено систему показників (індикаторів) сталого розвитку автомобільного транспорту у регіональному вимірі та запропоновано шляхи її інтегрування у загальнодержавну систему показників. Розроблена система індикаторів дасть змогу координувати сталий розвиток автотранспорту шляхом дотримання оптимальних значень показників у ключових сферах.

Ключові слова: *сталий розвиток, транспортна система, автотранспортна система, сталий розвиток транспорту, індикатори сталого розвитку автотранспорту.*

Идентифицированы понятия устойчивого транспорта и устойчивой транспортной системы. На основе использования методов статистического анализа исследованы факторы влияния на процесс устойчивого развития транспортной системы и обоснованы его направления. Проанализированы показатели Евросоюза в области устойчивого развития автотранспортной системы и исследованы предпосылки формирования аналогичной системы индикаторов с учетом социальных, экономических и экологических аспектов для контроля устойчивого развития транспорта на государственном уровне. С применением методов факторного анализа оценены направления устойчивого развития автотранспортной отрасли Украины. Разработана система показателей (индикаторов) устойчивого развития автомобильного транспорта в региональном измерении и предложены пути ее интеграции в общегосударственную систему показателей. Разработанная система индикаторов позволит координировать устойчивое развитие автотранспорта путем соблюдения оптимальных значений показателей в ключевых сферах.

Ключевые слова: *устойчивое развитие, транспортная система, автотранспортная система, устойчивое развитие транспорта, индикаторы устойчивого развития автотранспорта.*

The concept of "sustainable transport" as transport, which provides social and economic benefits while minimizing the adverse impact on society, the economy and the environment is identified in article. The concept of a "sustainable transport system" as a system that gives access to it to individuals and legal entities in a safe and consistent manner in accordance with human health, ecosystem needs, and meets the needs of current generations, leaving future generations with the opportunity to meet their needs, and offers a choice of safe vehicles, limiting emissions and waste, contributing to noise reduction, and reducing non-renewable consumption, consumption and reuse of renewable resources is also considered. The following factors that influence the destabilization of the processes of sustainable development of the transport system have been identified and investigated: the volumes of emissions of the main pollutants, the number of accidents, the number of victims in road accidents, the volumes of shipment (transportation) of goods by motor transport and the total number of population, using the methods of statistical analysis. The EU indicators in the field of sustainable development of the transport system (share of energy consumption in transport in the total GDP, distribution of transport tasks in freight traffic, distribution of transport tasks in passenger transport, greenhouse gas emissions by vehicles, emissions from transport overload accidents, emissions of vehicles) are analysed in this study and also the prerequisites of forming a similar system of indicators taking into account social, economic and environmental aspects to control the sustainable development of transport at the state level are investigated. Using the methods of factor analysis, the directions of sustainable development of the motor transport industry of Ukraine were estimated. A system of indicators for sustainable development of road transport in the regional dimension has been developed, which includes the characteristics of the transport system, mobility, the impact of transport, and ways of its integration into the national system of indicators have been proposed. The developed system of indicators will allow to coordinate the sustainable development of vehicles by maintaining optimal values of indicators in key areas.

Key words: *sustainable development, transport system, motor transport system, sustainable development of transport, indicators of sustainable development of motor transport.*

Постановка проблеми. З огляду на забезпечення соціальних та економічних вигод за одночасної мінімізації несприятливого впливу на суспільство, економіку та навколишнє середовище сектор транспортних послуг є ключовим сектором сталого розвитку України. Так, без ефективно функціонуючої транспортної системи, що забезпечує економічні зв'язки між виробниками та споживачами продукції різних регіонів країни, а також економічних зв'язків з іншими країнами, неможливе підвищення конкурентоспроможності національної економіки та зростання якості життя населення. Важливою є не лише оптимізація показників, пов'язаних з обсягами та якістю транспортних послуг, але й необхідність скорочення важливих соціально-економічних проблем, зумовлених транспортною діяльністю (таких як кількість ДТП, негативний вплив транспорту на довкілля і здоров'я населення; транспортні затори; викиди парникових газів, витрати палива тощо).

Нині транспортна система України ще не відповідає стандартам і вимогам ЄС через істотне відставання щодо інфраструктури, стану обладнання і норм функціонування, тому необхідно вирішити

сукупність питань щодо формування та раціонального використання транспортного потенціалу на засадах сталого розвитку.

Концепція сталості, яка включає в себе концепцію сталого розвитку та стійкого транспорту, тривалий час викликає зацікавлення, хоча досі залишається дискусійним питання вибору показників для виявлення ефекту сталості. Важливо чітко визначити, що мається на увазі під збалансованим транспортом. "Балансуючий" ефект транспорту можна ідентифікувати по-різному. У літературі транспорт, що відповідає вищезазначеним критеріям сталості, найчастіше називають врівноваженим транспортом, екологічно стійким транспортом, а сам процес забезпечення сталого розвитку транспортної системи ідентифікують як процес балансування, врівноваженості транспортної системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти перспектив сталого розвитку транспортного сектору вітчизняної економіки здобули значну популярність у наукових колах, що пов'язується з необхідністю забезпечення ефективного функціонування національної транспортної системи у період економічної стагнації в умовах глобалізації світового виробництва та міжнародної торгівлі. Питаннями розвитку залізничного транспорту займаються Н. Михайличенко, Р. Сущенко, В. Гудкова, проблеми реформування портового господарства досліджують О. Подцерковний, Ю. Крук та Ільченко С. [11], питання інтеграції національної транспортної системи до європейської, розвитку транзитного потенціалу країни вивчають Ю. Данільєва і М. Погребицький [10]. Науковці досліджують окремі види транспорту та особливості його функціонування, акцентуючи увагу на реформуванні та стратегіях ефективного розвитку кожного виду транспорту зокрема. При цьому невирішеними залишаються питання сталого розвитку автотранспорту України як важливого чинника економічного зростання, формування стратегії сталого розвитку та дослідження передумов її реалізації. Досягнення стратегічних цілей сталого розвитку вітчизняної автотранспортної системи дасть змогу розвинути співпрацю з європейськими партнерами та забезпечити доступ до світових ринків збуту.

Постановка завдання. Мета статті – ідентифікувати чинники впливу на процес сталого розвитку автотранспортної системи, сформувати систему індикаторів сталого розвитку вітчизняного автотранспорту, оцінити напрям зміни показників сталого розвитку автотранспортної системи України у регіональному вимірі з метою забезпечення їхніх оптимальних значень.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сучасності збалансований розвиток транспортної галузі значною мірою залежить від стану торговельних та інших зв'язків, а, отже, визначає центральну роль транспорту як забезпечувальної ланки у переміщенні вантажів, пасажирів та реалізації поштових перевезень.

Сталий розвиток (англ. sustainable development) – розвиток, який уможливлює задоволення потреб сучасних поколінь і надає можливість майбутнім поколінням задовольняти свої потреби. Це стійкий розвиток країни і регіонів, який супроводжується економічним зростанням, матеріальним виробництвом і споживанням, а також іншими видами діяльності суспільства, що реалізуються в умовах, властивих екосистемам (відновлення, поглинання забруднень та підтримка життєдіяльності теперішнього і майбутніх поколінь [2]).

Згідно зі «Стратегію сталого розвитку України до 2030 року» [3] стратегії галузевого та регіонального розвитку повинні узгоджуватися з нею та Національним планом дій зі сталого розвитку на основі системи ключових цільових показників. У сфері збалансованого розвитку транспортної інфраструктури це такі показники (табл. 1).

Транспортна галузь є найважливішою та найпотужнішою галуззю будь-якої країни світу, розвиток якої відбувається під впливом багатьох чинників (рис. 1).

Протягом останніх десятиліть через зростання потреб у перевезеннях у світі стрімко зростає чисельність транспортних засобів та підвищується інтенсивність його руху. Зростання інтенсивності руху спричиняє збільшення кількості ДТП та їхніх негативних наслідків.

Таблиця 1

Цільові значення показників сталого розвитку транспортної інфраструктури

Сфера охоплення	Ціль	Індикатор	Цільові показники, %
Транспортна інфраструктура	Розвиток якісної, надійної, збалансованої та життєздатної інфраструктури	Знос основних засобів за видами економічної діяльності «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність»	2015 рік – 51,7 2020 рік – 45 2025 рік – 43 2030 рік – 40
		Дороги загального призначення з твердим покриттям, що відповідають нормативним вимогам	2015 рік – 10 2020 рік – 20 2025 рік – 30 2030 рік – 70

Джерело: складено на основі [3]

За даними Держкомстату, в Україні за період з 2007 по 2016 рр. (табл. 2) спостерігається незначне скорочення перевезень автотранспортом з огляду на використання альтернативних способів перевезень, що приводить до значного скорочення ДТП на дорогах (практично у 2,5 раза) і зниження числа потерпілих від ДТП.

Позитивна динаміка транспортної сфери України створює необхідне підґрунтя щодо можливостей її сталого розвитку. Разом з тим, незважаючи на позитивні тенденції, безпека перевезень, обсяг споживання енергії та вплив на навколишнє природне середовище в Україні не відповідають сучасним вимогам [6]. За період із 2011 по 2016 рік у ДТП в Україні загинуло 26,7 тис. осіб, з них 43,7% – пішоходи і велосипедисти. За дослідженнями Світового банку щорічні збитки в результаті ДТП в Україні становлять близько 4–5 млрд доларів США. Так, в 2016 році на українських дорогах загинуло майже 3,4 тис. осіб.

У місцях скупчення людей 90–95% викидів забруднюючих речовин у повітря міст припадає на автомобільний транспорт. Використовуючи автотранспорт, не вдається повністю позбутися викидів

Рис. 1. Драйвери розвитку транспортної галузі в умовах сталого розвитку

Джерело: [4]

Таблиця 2

Показники, що характеризують перспективи сталого розвитку автотранспортної галузі в Україні

Роки	Відправлення (перевезення) вантажів автотранспортом, тис. т	Викиди основних забруднюючих речовин пересувними джерелами (автотранспортом)			ДТП на дорогах і вулицях, од.	Потерпілі у ДТП, осіб	Населення, млн. осіб
		Діоксид сірки (SO2), 1000 т / рік	Оксид азоту (NO2), 1000 т / рік	Оксид вуглецю (CO2), 1000 т / рік			
2007	1255225,3	29,5	305,3	1897,1	63554	88102	46,5
2008	1266598,1	30,0	311,1	1991,5	51279	70972	46,3
2009	1068857,9	27,5	282,9	1872,0	37049	51023	46,1
2010	1168218,8	28,9	293,2	1888,1	31914	43850	45,9
2011	1252390,3	30,3	300	1842,1	31281	43086	45,7
2012	1259697,7	31,1	302,1	1825,9	30699	42650	45,6
2013	1260767,5	31,5	300,1	1774,9	30681	42354	45,5
2014	1131312,7	27,3	253,3	1455	25854	36448	43
2015	1020604	23,7	219,2	1207,8	25493	35603	42,8
2016	1085663,4	16,6	152,6	1071,2	26782	37023	42,6

Джерело: складено на основі даних Держкомстату [5]

основних забруднюючих речовин, таких як діоксид сірки, оксид азоту та оксид вуглецю, які знизилися порівняно з 2007 р. практично втричі.

Стосовно динаміки викидів забруднюючих речовин по регіонах України (рис. 2) спостерігається така ситуація. Переважно у всіх найбільш економічно-розвинених областях (Київська, Дніпропетровська, Львівська, Харківська) за останні 4 роки відбувається спад викидів, чого не можна сказати про м. Київ, де бачимо тенденції зростання забруднення.

Політика ЄС у галузі транспорту має на меті до 2030 року вдвічі зменшити використання автомобілів на традиційних видах пального у містах та до 2050 року повністю від них відмовитися.

Європейська Конференція Міністрів Транспорту (ЕСМТ) спирається на визначення, згідно з яким сталою транспортною системою вважається система, яка:

1) дає змогу задовольнити доступ до транспортної системи окремим фізичним та юридичним особами у безпечний та послідовний спосіб згідно з потребами здоров'я людини, потребами екосистем та відповідає потребам теперішніх поколінь, залишаючи можливість майбутнім поколінням задовольнити їхні потреби;

2) є доступною, ефективною, пропонує вибір доступних транспортних засобів і забезпечує підтримку економічного зростання;

3) обмежує викиди та відходи, враховуючи здатність планети їх поглинати, мінімізує використання невідновлюваних ресурсів, зменшує споживання відновлюваних ресурсів до рівня стійкості, повторно використовує їхні складники та мінімізує використання ґрунтів, а також сприяє зменшенню шуму. Відповідно до цього визначення, стала транспортна система реалізує надання транспортних послуг відповідно до вимог безпеки здоров'я та екології (вплив на екосистеми), встановлюючи баланс між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь.

Крім цього, стала транспортна система функціонує згідно з критеріями економічної ефективності, критеріями обмеження впливу на довкілля (негативних зовнішніх ефектів) та критеріями обмеження використання площ (ґрунтів). Це означає, що стійкий транспорт повинен рівною мірою враховувати різноманітні економічні, соціальні та екологічні аспекти.

Зобов'язання, що мають виконуватися у рамках конвенцій Міжнародної морської організації [9], Конвенції про охорону біологічного різноманіття [7], ратифікованої Законом України від 29 листопада 1994 р. № 257/94-ВР, та Конвенції Організації Об'єднаних Націй про боротьбу з опустелюванням у країнах, які потерпають від серйозної посухи та/або опустелювання, особливо в Африці [8], вимагають використовувати технології, що мінімізують негативний вплив на живу природу та землі, сприяють збереженню морського біорізноманіття, враховують потреби охорони довкілля, зберігають землі, водні об'єкти,

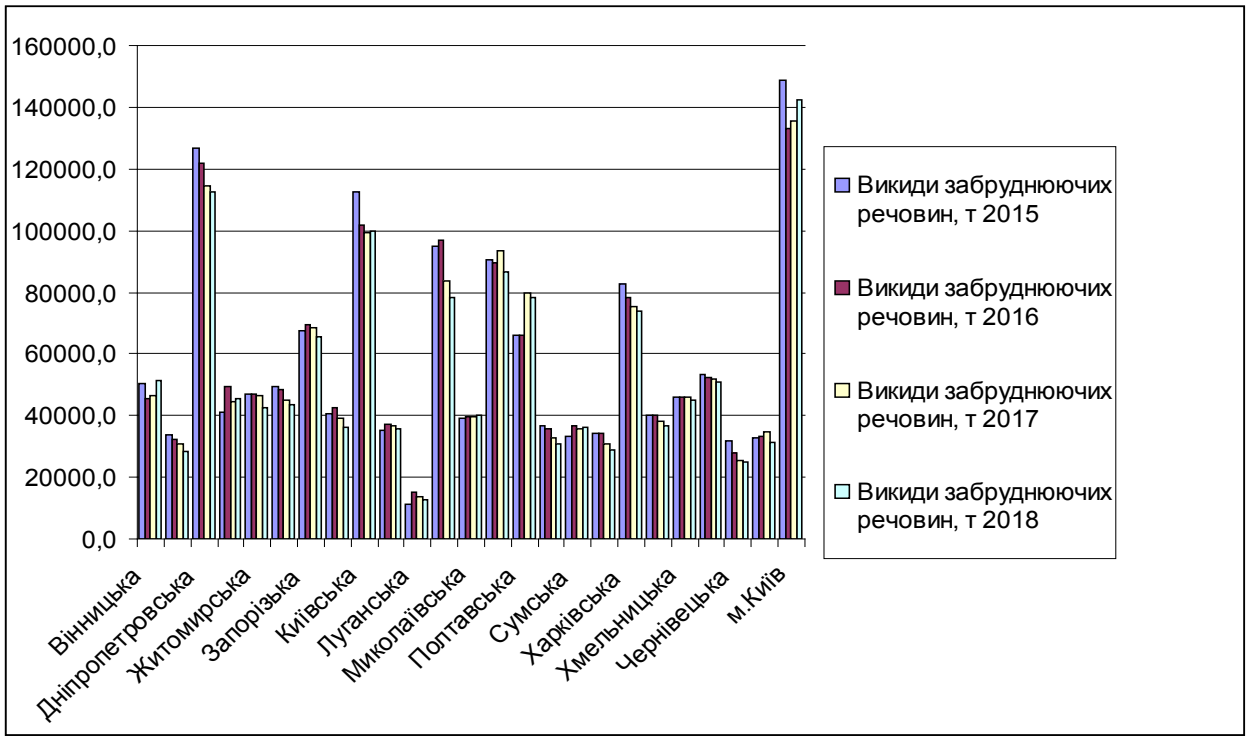


Рис. 2. Динаміка обсягів викидів забруднюючих речовин по Україні в регіональному вимірі, т.

Джерело: складено на основі даних Держкомстату [5]

біорізноманіття в процесі розвитку транспортної інфраструктури.

Сталий транспорт повинен володіти такими характеристиками:

– функціонування транспорту має сприяти оздоровленню суспільства і підвищувати рівень життя;

– перевага повинна надаватися колективним поїздкам;

– необхідно враховувати потреби пішоходів та велосипедистів;

– на етапі формування стратегій, планів і транспортної політики важливу роль мають відігравати місцеві громади;

– ціни на енергію в секторі транспортних послуг повинні враховувати всі витрати (у тому числі зовнішні витрати), що спричинить раціональні інвестиційні рішення;

Таблиця 3

Показники ЄС у сфері сталого розвитку автотранспортної системи

Основні показники	Пріоритетні показники	Пояснювальні показники
Частка споживання енергії на транспорті у загальному обсязі ВВП	Транспорт і мобільність	
	Розподіл транспортних завдань у вантажних перевезеннях	Частка вантажних перевезень у загальному обсязі ВВП
		Частка пасажирських перевезень у загальному обсязі ВВП
	Розподіл транспортних завдань у пасажирському транспорті	Споживання енергії транспортними засобами
		Інвестиції в транспортну інфраструктуру
	Вплив транспорту	
	Викиди парникових газів транспортними засобами	Викиди транспортом прекурсорів озону
	Кількість загиблих від нещасних випадків	Викиди пилу транспортними засобами
	Середні викиди CO2 на км новими автомобілями	
Контекстний показник	Індекс цін на транспорт	

Джерело: [13]

Таблиця 4

Система показників сталого розвитку автотранспортної системи України у регіональному вимірі

Індикатори сталого транспорту	Напрям зміни
Транспорт і мобільність	
Населення в містах, що обслуговуються засобами міського транспортного сполучення, до міського населення загалом (%)	↑
Довжина автобусних ліній громадського транспорту у межах адміністративної одиниці (*км/км*^{2})	↑
Кількість зупинок громадського транспорту на *км*^{2}	↑
Споживання електроенергії транспортним сектором в Квт-год у загальному споживанні електроенергії КВт-год (%)	↓
Середня ціна квитка на громадський транспорт (грн.)	↓
Структура пасажирських перевезень у загальному обсязі перевезень наземним транспортом (%)	↑
Структура вантажних перевезень у загальному обсязі перевезень (%)	↓
Довжина велосипедних доріжок в адміністративних межах (*км/км*^{2})	↑
Площа пішохідних зон в адміністративних межах міст (*км/км*^{2})	↑
Частка зареєстрованих гібридних автомобілів або електрокарів в загальній кількості зареєстрованих автомобілів (%)	↑
Вплив транспорту	
Кількість смертельних випадків у ДТП на 100 000 поїздок (осіб)	↓
Травмовані в ДТП на 100000 поїздок (осіб)	↓
Частка дорожньо-транспортних пригод із участю пішоходів чи велосипедистів у загальній кількості ДТП (%)	↓
Викиди основних видів парникових газів (вуглекислий газ, метан, окис азоту) з транспорту (тис. т/км^2)	↓
Витрати на лікування та реабілітацію жертв ДТП на 1 особу, яка постраждала в ДТП (грн.)	↑
Частка людей, які проживають у районах із перевищеними нормами шуму, викликаними транспортом, у загальній чисельності населення (%)	↓

Джерело: власна розробка

– плануючи транспортні маршрути, слід враховувати розміщення заповідних природних зон.

Однією з десяти стратегічних цілей Європейського Союзу є реалізація принципів сталого транспорту. Для моніторингу прогресу у впровадженні вищенаведених принципів сталого транспорту пропонується використовувати систему індикаторів, які наведено в табл. 3.

Цей модуль розроблений для оцінювання всієї економіки Європейського Союзу, а також окремих її держав-членів. Дослідження Євростату базується на повністю сумісних показниках з офіційними стандартами статистики, дозволяє використовувати вищенаведену систему для розроблення показників на регіональному рівні. Нині державною статистикою ще не розроблено аналогічної системи показників для контролю сталого розвитку на державному рівні. Регіони України за масштабом можна порівняти з деякими країнами-членами Європейського Союзу, що дає можливість скористатися досвідом Європейського Союзу для створення аналогічних систем оцінювання у регіональному вимірі.

Європейська Комісія регулярно публікує звіти з моніторингу прогресу в реалізації концепції сталого розвитку. В останньому звіті стосовно чотирьох показників (обсяг перевезень, вантажні перевезення до ВВП, середні викиди CO2 на км новими автомобілями, викиди прекурсорів озону та викиди пилу транспортними засобами) зміни були описані як «явно сприятливі» [13].

Під час формування системи показників сталого розвитку у регіональному вимірі нерідко виникають труднощі через відсутність стратегії сталого розвитку на регіональному рівні. Важливо також, щоби сформована система індикаторів максимально узгоджувалася з принципами сталого соціального, економічного та екологічного розвитку транспорту. Соціальний аспект доцільно відобразити індикаторами можливостей доступу до транспорту для різних соціальних груп, а також через показники моніторингу негативного впливу транспорту на суспільство. Економічний аспект слід представити індикаторами, що показують роль транспорту як сектору економіки, і через показники стійкого зростання. Екологічний аспект досліджується через вплив транспорту на компоненти навколишнього середовища, а також через баланс між задоволенням соціальних потреб та збереженням екологічних цінностей у незмінному вигляді, що дає змогу використовувати ці ресурси для наступних поколінь.

Враховуючи всі вищеперелічені умови, пропонуємо систему показників стійкого транспорту на регіональному рівні (табл. 4.)

Зараз зібрані дані не дають змоги сформувати повної системи індикаторів, оскільки на регіональному рівні є проблеми з доступом до інформації, що стосується вищенаведених показників.

Однією з цілей сталого транспорту є заохочення суспільства користуватися послугами громадського транспорту. Можливість використання транспорту для колективних поїздок на роботу, до школи та в особистих цілях дасть змогу не лише ощадно використовувати природні ресурси (зменшити забруднення), але й надалі досягати значних соціальних ефектів – знизити кількість нещасних випадків, зменшити затори на дорогах, пов'язані з використанням приватних автомобілів.

Висновки з проведеного дослідження. Практична реалізація ідеї сталого транспорту вимагає моніторингу прогресу в напрямі її впровадження на кожному рівні управління. Проведені дослідження вказують, що відсутність моніторингу сталого розвитку автотранспорту на регіональному рівні пов'язана з труднощами формування системи індикаторів. Відсутність доступних даних у засобах державної статистики ускладнює моніторинг сталого розвитку, в тому числі й автотранспортної системи. Подальша робота, яку планується проводити у напрямі дослідження сталого розвитку автотранспорту, повинна зосередитися на вдосконаленні наявних показників стійкого транспорту, а також формуванні нових, які дадуть змогу повніше охопити задану сферу.

Рекомендується вдосконалити наявні стратегічні документи, що розробляються у галузі транспорту, розширивши розділ про сталий розвиток автотранспорту додатками, що містять індикатори, які дають змогу регулярно проводити моніторинг сталого розвитку транспортної галузі та реалізацію коригуючих заходів, спрямованих на оптимізацію проблемних показників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Теряник О.А. Оцінювання сталого екологічного розвитку регіону. Ефективна економіка. № 5. 2015. URL: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4103 (дата звернення: 01.02.2020).

2. Закон України «Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року». URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html (дата звернення: 15. 02.2020).

3. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року. URL: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf (дата звернення: 05. 02.2020).

4. Оцінка транспортних перевезень та їхній вплив на економіку: галузь як драйвер росту. URL: https://ua.news/ua/otsinka-transportnyh-perevezen-ta-yih-vplyv-na-ekonomiku-galuz-yak-drajver-rostu/ (дата звернення: 02.10.2019).

5. Офіційний сайт державного комітету статистики. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 05.12.2019).

6. Національна транспортна стратегія України на період до 2030 року. URL: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-nacionalnoyi-transportnoyi-

strategiyi-ukrayini-na-period-do-2030-roku7. (дата звернення: 05. 02.2020).

7. Конвенція про охорону біологічного різноманіття від 1992 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_030 (дата звернення: 07. 02.2020).

8. Конвенція Організації Об'єднаних Націй про боротьбу з опустелюванням у тих країнах, що потерпають від серйозної посухи та/або опустелювання, особливо в Африці. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_120 (дата звернення: 07. 02.2020).

9. Конвенція про Міжнародну морську організацію 1948 року в редакції 1982 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_219 (дата звернення: 07. 02.2020).

10. Погребицький М.Л. Державне регулювання ринку транспортних послуг: автореф. дис. … канд. наук. з держ. упр. Запоріжжя, 2007. 20 с.

11. Подцерковний О.О. Економіко-правові проблеми реформування портового господарства в Україні. Актуальні проблеми держави і права. 2012. № 66. С. 405–411. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp_2012_66_61 (дата звернення: 05. 02.2020).

12. Співробітництво Україна – ЄС в сфері транспорту. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Співробітництво_України_і_ЄС_у_галузі_транспорту (дата звернення: 12. 02.2020).

13. Eurostat – European Commission. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/web/sdi/indicators (дата звернення: 01. 02.2020).

14. J. Rockström, W. Steffen, K. Noone A safe operating space for humanity. Nature 461, 472–475 (2009). URL: www.nature.com/articles/461472a (дата звернення: 10. 02.2020).

REFERENCES:

1. Terianyk O.A. (2015) Otsiniuvannia staloho ekolohichnoho rozvytku rehionu [Assessment of sustainable environmental development of the region]. Efektyvna ekonomika, vol.5. Available at: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4103 (accessed 1 February 2020) (in Ukrainian)

2. Zakon Ukrainy "Pro Stratehiiu staloho rozvytku Ukrainy do 2030 roku" [Law of Ukraine "On the Strategy for Sustainable Development of Ukraine until 2030"] Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html (accessed 15 February 2020). (in Ukrainian)

3. Stratehiia staloho rozvytku Ukrainy do 2030 roku. [Sustainable Development Strategy of Ukraine until 2030.] Available at: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf (accessed 5 February 2020). (in Ukrainian)

4. Otsinka transportnykh perevezen ta yikh vplyv na ekonomiku: haluz, yak draiver rostu [Assessing Transportation and Their Impact on the Economy: Industry as a Growth Driver.] Available at: https://ua.news/ua/otsinka-transportnyh-perevezen-ta-yih-vplyv-na-ekonomiku-galuz-yak-drajver-rostu/ (accessed 02 February 2020). (in Ukrainian)

5. Ofitsiinyi sait derzhavnoho komitetu statystyky [Official site of the State Statistics Committee] Available at: /www.ukrstat.gov.ua/ (accessed 5 December 2019). (in Ukrainian)

6. Natsionalna transportna stratehiia Ukrainy na period do 2030 roku [National Transport Strategy of Ukraine until 2030.] Available at: www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-nacionalnoyi-transportnoyi-strategiyi-ukrayini-na-period-do-2030-roku7(accessed 5 February 2020). (in Ukrainian)

7. Konventsiia pro okhoronu biolohichnoho riznomanittia vid 1992 roku. [Convention on the Protection of Biological Diversity of 1992]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_030 (accessed 07 February 2020). (in English)

8. Konventsiia Orhanizatsii Obiednanykh Natsii pro borotbu z opusteliuvanniam u tykh krainakh, shcho poterpaiut vid serioznoi posukhy ta/abo opusteliuvannia, osoblyvo v Afrytsi [The UN Convention to Combat Desertification in Countries Affected by Serious Drought and / or Desertification, especially in Africa] Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_120 (accessed 7 February 2020). (in English)

9. Konventsiia pro Mizhnarodnu morsku orhanizatsiiu 1948 roku v redaktsii 1982 roku [Convention on the International Maritime Organization, 1948, as revised in 1982] Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_219 (accessed 7 February 2020). (in Ukrainian)

10. Pohrebytskyi M.L. (2007) Derzhavne rehuliuvannia rynku transportnykh posluh [State regulation of the market of transport services]: author. diss. for the sciences. degree of Cand. Sciences in Public Administration. Zaporizhzhia. (in Ukrainian)

11. Podtserkovnyi O.O. (2012) Ekonomiko-pravovi problemy reformuvannia portovoho hospodarstva v Ukraini [Economic and legal problems of reforming the port economy in Ukraine] Aktualni problemy derzhavy i prava, vol 66, pp. 405-411. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp_2012_66_61 (accessed 5 February 2020). (in Ukrainian)

12. Spivrobitnytstvo Ukraina – YeS v sferi transportu [EU-Ukraine cooperation in the field of transport] Available at: https: //uk.wikipedia.org/wikiСпівробітництво_України_і_ЄС_у_галузі_транспорту (accessed 12 February 2020). (in Ukrainian)

13. Eurostat – European Commission. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/web/sdi/indicators (accessed 1 February 2020). (in English)

14. J. Rockström, W. Steffen, K. Noone (2009) A safe operating space for humanity. Nature, vol. 461, pp. 472–475 Available at: www.nature.com/articles/461472a (accessed 10 February 2020). (in English)

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ У НАПРЯМІ ФОРМУВАННЯ ЇХНЬОГО КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

MANAGEMENT OF THE INNOVATION-ORIENTED DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE DIRECTION OF THE FORMATION OF THEIR COMPETITIVE POTENTIAL

УДК 65.011.47:658.27:631.11
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-18

Процюк Н.Ю.
здобувач кафедри фінансів і кредиту
Полтавська державна аграрна академія

Protsyuk Natalia
Poltava State Agrarian Academy

У роботі проведено розроблення й обґрунтування теоретико-методологічних засад управління інноваційно-орієнтованим розвитком підприємств агропродовольчої сфери у напрямі формування їхнього конкурентного потенціалу. Встановлено, що управління агропродовольчими підприємствами слід розглядати як систему, тобто сукупність окремих елементів, що мають відносну незалежність один від одного, але одночасно взаємодіють між собою і пов'язані спільною метою. Система управління включає в себе організаційно-економічні відносини і методи впливу на виробничий процес для можливості досягнення соціально-економічних, фінансових, техніко-технологічних та інших цілей. Розроблено механізм управління інноваційно-орієнтованим розвитком агропродовольчих підприємств. Визначено, що управління інноваційним розвитком дає змогу підприємствам здійснювати свою діяльність у довгостроковій перспективі, орієнтує їх на досягнення власних конкурентних переваг за допомогою своєчасного реагування на мінливі умови у зовнішньому і внутрішньому середовищі та задоволення споживчого попиту на вироблену продукцію.
Ключові слова: *управління, інновації, розвиток, підприємство, механізм, ефективність.*

В работе проведена разработка и обоснование теоретико-методологических основ управления инновационно-ориентированным развитием предприятий агропродовольственной сферы в направлении формирования их конкурентного потенциала. Установлено, что управление агропродовольственными предприятиями следует рассматривать как систему, то есть совокупность отдельных элементов, имеющих относительную независимость друг от друга, но одновременно взаимодействующих между собой и связанных общей целью. Система управления включает в себя организационно-экономические отношения и методы воздействия на производственный процесс для возможности достижения социально-экономических, финансовых, технико-технологических и других целей. Разработан механизм управления инновационно-ориентированным развитием агропродовольственных предприятий. Определено, что управление инновационным развитием позволяет предприятиям осуществлять свою деятельность в долгосрочной перспективе, ориентирует их на достижение собственных конкурентных преимуществ с помощью своевременного реагирования на меняющиеся условия внешней и внутренней среды и удовлетворения потребительского спроса на производимую продукцию.
Ключевые слова: *управление, инновации, развитие, предприятие, механизм, эффективность.*

The paper elaborates and substantiates the theoretical and methodological foundations of managing the innovation-oriented development of agro-food enterprises in the direction of forming their competitive potential. It has been established that the management of agro-food businesses should be considered as a system, that is, a set of individual elements that have relative independence from one another but are simultaneously interacting with one another and have a common purpose. The management system includes organizational and economic relations and methods of influence on the production process for the achievement of socio-economic, financial, technical and other goals. The agro-food enterprise management system allows to make sound management decisions in the agro-food industries at both operational and strategic levels of development. The mechanism of management of the innovation-oriented development of agro-food enterprises has been developed. In the process of research, we have identified the main stages of the mechanism of management of innovation-oriented development of agro-food enterprises, which consist of the formation, implementation and evaluation of the implementation of the strategy of development of agro-food industry. The cyclical nature of the management of the process of innovative development of agro-food enterprises influences the successful completion of each of the indicated stages and determines the effectiveness of each of them. It has been determined that innovation development management allows enterprises to operate in the long run, focuses on achieving their own competitive advantages through timely response to changing conditions in the external and internal environment and satisfaction of consumer demand for manufactured products. The practical significance of the study lies in the fact that its scientific-theoretical results, practical proposals, conclusions and generalizations form the scientific basis for the development of strategic directions of innovative development of agro-food production at the sectoral and economic levels. Implementation of the proposed measures will help to increase production efficiency and ensure the process of formation of innovative development of the agro-food sector of the economy.
Key words: *management, innovation, development, enterprise, mechanism, efficiency.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання ефективний розвиток агропродовольчого сектору економіки свідчить про необхідність аналізу і вибору науково-обґрунтованих заходів щодо удосконалення процесів управління підприємствами. Від раціональності прийняття управлінських рішень на всіх рівнях управління багато в чому залежить найбільш об'єктивний сценарій довгострокового функціонування та забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі, в тому числі й на інноваційній основі.

Під час оцінки ефективності управління підприємствами агропродовольчої сфери найважливішою умовою забезпечення якісних перетворень є інноваційно-орієнтований розвиток виробництва, результативність функціонування якого загалом може бути визначена, з одного боку, ступенем залучення підприємств в інноваційний процес, а з іншого – рівнем використання наукомісткої інноваційної продукції. У зв'язку з цим все більшої актуальності набувають питання оцінки поточного рівня інноваційної активності агропродовольчих

підприємств і проблеми формування комплексу заходів, які сприятимуть інноваційно-орієнтованому оновленню і подальшому розвитку інноваційних процесів, що забезпечують розроблення і практичне використання наукоємної продукції в агропродовольчих підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні та прикладні аспекти інноваційно-орієнтованого розвитку підприємств агропродовольчої сфери досліджувалися і висвітлені у роботах багатьох вітчизняних учених-економістів. Найбільш вагомий внесок у розгляд цього питання, на нашу думку, зробили: В. Геєць [1], О. Дацій [2], О. Єрмаков [3], С. Ілляшенко [4], І. Ксьонжик [6], Ю. Лупенко [5], М. Малік [5], Л. Мармуль [6], П. Саблук [7], О. Ульянченко [8], О. Шпикуляк [5] та багато інших. Незважаючи на значну кількість досліджень із проблем управління інноваційно-орієнтованим розвитком підприємств агропродовольчої сфери, багато теоретичних та методичних питань, пов'язаних із формуванням конкурентного потенціалу підприємств галузі, залишаються не до кінця вивченими та мають дискусійний характер.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає в розробленні й обґрунтуванні теоретико-методологічних засад управління інноваційно-орієнтованим розвитком підприємств агропродовольчої сфери у напрямі формування їхнього конкурентного потенціалу. Завданнями дослідження є:

– визначити сутність системи управління агропродовольчими підприємствами та шляхи її удосконалення в сучасних умовах;

– розробити механізм управління інноваційно-орієнтованим розвитком підприємств агропродовольчої сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління аграрним виробництвом є складовою частиною економічного управління й обов'язковим елементом будь-якої форми організації господарської діяльності. Воно дає змогу забезпечити випереджальну реакцію на очікувані зміни до їх появи поряд з оперативним реагуванням на можливі негативні явища для компенсації спричинених ними втрат. Водночас управління агропродовольчими підприємствами слід розглядати як систему, тобто сукупність окремих елементів, що мають відносну незалежність один від одного, але одночасно взаємодіють між собою і пов'язані спільною метою. Система управління включає в себе організаційно-економічні відносини і методи впливу на виробничий процес для можливості досягнення соціально-економічних, фінансових, техніко-технологічних та інших цілей.

Система управління підприємствами агропродовольчої сфери дає змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення в галузях агропродовольчого виробництва як на оперативному, так і на стратегічному рівнях розвитку. Вона ґрунтується на моделюванні і кількісній оцінці взаємодії окремих її елементів і дає змогу спрогнозувати різноманітні сценарії розвитку суб'єкта та об'єкта управління, а також прямих і зворотних зв'язків між ними. Управління підприємствами агропродовольчої сфери під час переходу до інноваційного розвитку повинно давати змогу якісно змінювати системні параметри залежно від поставлених цілей, завдань і умов, які змінюються відповідно до внутрішнього і зовнішнього середовища. До елементів зовнішнього середовища на рівні макрооточення агропродовольчих підприємств слід віднести агропромислову соціально-економічну, інвестиційно-інноваційну, науково-технічну, грошово-кредитну, цінову, податкову, а також екологічну та правову політику.

У процесі дослідження нами виділені основні етапи механізму управління інноваційно-орієнтованим розвитком агропродовольчих підприємств (рис. 1), які складаються з формування, реалізації та оцінки реалізації стратегії розвитку агропродовольчої сфери. На етапі формування стратегії управління агропродовольчим виробництвом формуються підходи до її розроблення. Відзначимо, що перехід від стратегічного аналізу, який включає в себе аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища, до стратегічного розвитку слід починати з визначення місії, довгострокових цілей і завдань підприємства, на основі чого вибудовується «управлінський міст» від стратегії об'єкта управління до його тактичної діяльності. Динамічність зовнішнього середовища та внутрішньоорганізаційні зміни дають змогу виявити нові резерви розвитку, що може послужити важливим фактором під час визначення альтернатив управління інноваційним розвитком та індикатором під час коригування цілей і завдань підприємства.

Ця обставина виявляє потенційні можливості підприємства і дає змогу визначити стадію його життєвого циклу. Під час реалізації стратегії формуються установки і вибір інструментарію управління виробництвом, визначаються короткострокові цілі й завдання фінансово-господарської діяльності, проводиться розподіл виробничо-ресурсного потенціалу підприємства. Кінцеві результати діяльності підприємств агропродовольчої сфери в системному вигляді безпосередньо залежатимуть від ступеня реалізованості стратегії управління інноваційним розвитком виробництва, що позначиться на стійкому функціонуванні та забезпеченні конкурентного розвитку підприємства.

Контроль на етапі оцінки реалізації стратегії управління виробництвом завершує цикл управління процесом інноваційного розвитку. Тут здійснюється аналіз ступеня досягнення поставлених цілей і завдань за допомогою відповідності

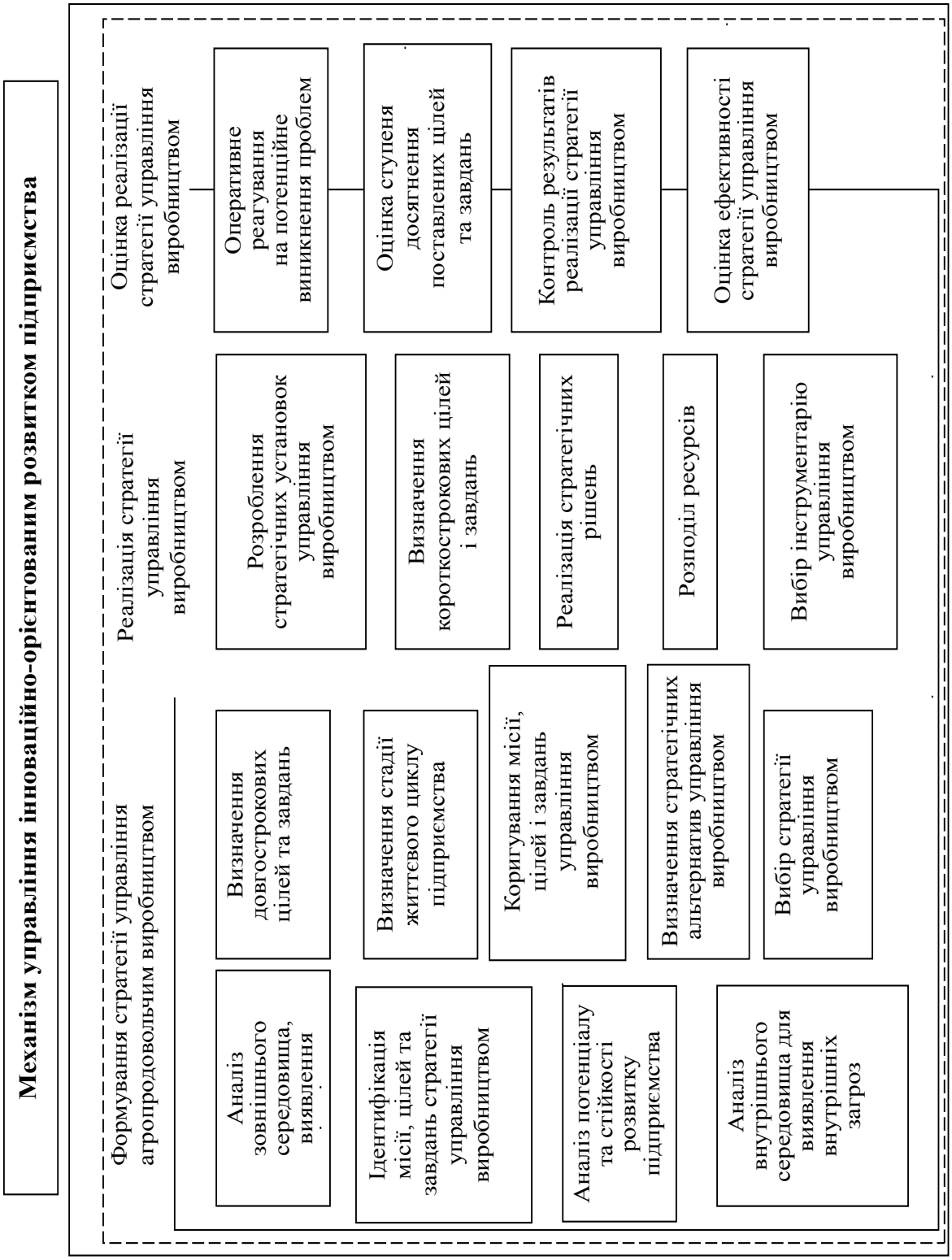


Рис. 1. Механізм управління інноваційно-орієнтованим розвитком підприємств агропродовольчої сфери

Джерело: розроблено автором

використовуваної інноваційної стратегії застосовуваним заходам із її реалізації і у разі необхідності розробляються рекомендації з оперативного реагування на потенційне виникнення проблем відповідно до конкретних обставин. Циклічний характер управління процесом інноваційного розвитку агропродовольчих підприємств впливає на успішне завершення кожного з позначених етапів і зумовлює ефективність застосування кожного з них. Ця обставина свідчить про те, що управління інноваційним розвитком дає змогу підприємствам здійснювати свою діяльність у довгостроковій перспективі, орієнтує їх на досягнення власних конкурентних переваг за допомогою своєчасного реагування на мінливі умови у зовнішньому і внутрішньому середовищі та задоволення споживчого попиту на вироблену продукцію.

Таким чином, управління агропродовольчими підприємствами під час переходу до інноваційного розвитку передбачає сукупність управлінських рішень, націлених на стійку, довгострокову, якісну і кількісну зміну як підприємства, так і певного плану організаційних заходів, що дає змогу своєчасно реагувати на багатоаспектні і досить непрогнозовані перетворення зовнішнього середовища, які викликають потребу в різних маневрах і приводять до перегляду генеральної мети й коригування загальних векторів розвитку підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Виходячи із проведеного дослідження, під управлінням підприємствами агропродовольчої сфери під час переходу до інноваційного розвитку слід розуміти систему взаємодіючих елементів, які надають цілеспрямований вплив на результат виробництва і його якісне перетворення за допомогою розроблення і використання стратегії інноваційного розвитку, що впливає в кожен момент часу на сукупний потенціал, закладений у програму розвитку, та приводить до мобілізації внутрішніх резервів підприємства і визначає можливість диверсифікації та диференціації виробництва агропродовольчої продукції на основі застосування системно-адаптивного підходу в мінливих умовах господарювання. Сутністю цього поняття є розроблення різноманітних сценаріїв розвитку підприємств агропродовольчої сфери на основі реалізації перспективних параметрів і орієнтирів функціонування шляхом вироблення і практичного застосування організаційно-управлінських рішень та передбачення факторів, які стимулюють або стримують розвиток підприємств. Водночас управління спрямоване на вирішення наявних і виникаючих проблем, ключовими з яких є збільшення обсягів виробництва продукції, яка володіє необхідними властивостями та якостями, задоволення потреб населення у продуктах харчування відповідно до науково-обґрунтованих норм споживання і, як наслідок, забезпечення продовольчої безпеки та продовольчої незалежності країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. Х.: Константа, 2006. 272 с.

2. Дацій О.І. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в агропромисловому комплексі України. *Проблеми інвестиційно-інноваційного розвитку*. 2011. № 1. С. 65–76.

3. Єрмаков О.Ю., Харченко Г.А. Агропродовольчий потенціал сільськогосподарських підприємств: формування та ефективність використання: Монографія. К.: ЦП «Компринт», 2014. 218 с.

4. Ілляшенко С.М. Інвестиційна політика держави як інструмент економічного розвитку країни. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 2 (19). С. 207–210.

5. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи / [Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. та ін.]. К.: ННЦ «ІАЕ», 2014. 516 с.

6. Мармуль Л.О. Ксьонжик. І.В. Інвестування інноваційного розвитку харчових і переробних підприємств: монографія. Миколаїв, 2011. 153 с.

7. Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери: наукова доповідь / За заг. ред. акад. НААН П.Т. Саблука. К. : ННЦ ІАЕ, 2011. 342 с.

8. Ульянченко О.В. Інноваційно-інвестиційна діяльність, як основа сталого розвитку економіки держави. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2015. № 2 (4). С. 70–76.

REFERENCES:

1. Heiets V.M., Semynozhenko V.P. (2006), Innovatsiini perspektyvy Ukrainy [Innovative prospects of Ukraine]. Kh.: Konstanta,. 272 s. [in Ukrainian].

2. Datsiy O.I. (2011). Finansove zabezpechennya innovatsiy v ahropromyslovomu kompleksi Ukrayiny [Financial support innovation in agriculture Ukraine]. Problemy investytsiyno-innovatsiynoho rozvytku, No 1, pp. 65–76 [in Ukrainian].

3. Yermakov O.Yu. and Kharchenko H.A. (2014), Ahroprodovol'chyj potentsial sil's'kohospodars'kykh pidpryiemstv: formuvannia ta efektyvnist' vykorystannia [Agri-food potential of agricultural enterprises: development and efficiency], Komprint, Kyiv, Ukraine. 218 s. [in Ukrainian].

4. Illiashenko, S.M. (2013), Investytsiina polityka derzhavy iak instrument ekonomichnoho rozvytku krainy [The investment policy of the state as an instrument of economic development]. Stalyi rozvytok ekonomiky, no. 2 (19). pp. 207–210. [in Ukrainian].

5. Lupenko Yu.O., Malik M.J., Shpykuliak O.H. and other (2014), Innovatsijne zabezpechennia rozvytku sil's'koho hospodarstva Ukrainy: problemy ta perspektyvy [Innovative software of development of agriculture Ukraine: Problems and Prospects], Institute of Agrarian Economy, Kyiv, Ukraine. 516 s. [in Ukrainian].

6. Marmul', L.O. and Ks'onzhyk, I.V. (2011), Investuvannia innovatsijnoho rozvytku kharchovykh i pererobnykh pidpryiemstv [Investment innovative development

of food and processing enterprises], Mykolaiv. 153 s. [in Ukrainian].

7. Sabluk P.T. (2011), Orhanizatsiyno-ekonomichna modernizatsiya ahrarnoyi sfery [Organizational and economic modernization of the agricultural sector]. Kyiv: NNTs IAE, p. 342 [in Ukrainian].

8. Ul'ianychenko, O.V. (2015), Innovatsiyno-investytsiyna diyal'nist', yak osnova staloho rozvytku ekonomiky derzhavy [Innovation and investment activity as the foundation for sustainable national economic development], Naukovyj visnyk Mukachivs'koho derzhavnoho universytetu, vol. 2 (4), pp. 70–76. [in Ukrainian].

БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ (НА МАТЕРІАЛАХ М. ВІННИЦІ)

BRANDING AS A TOOL TO INCREASE THE TOURIST ATTRACTION OF THE TERRITORY (ON THE MATERIALS OF M. VINNITSA)

УДК 332.14:711.4(477.52)
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-19

Чорна Н.М.
д.і.н., професор,
завідувач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний
інститут КНТЕУ
Мартинова Л.Б.
д.е.н., доцент,
професор кафедри економіки
та міжнародних відносин
Вінницький торговельно-економічний
інститут КНТЕУ

Chorna Nataliia
Martynova Liliia
Vinnytsia Institute
of Trade and Economics of Kyiv National
University of Trade and Economics

Проаналізовано зміст понять «бренд» та «брендинг (туристської) території». З'ясовано функції бренду, його місце у формуванні та підтриманні привабливості туристської території. Відзначено, що частина всесвітньо відомих брендів туристських територій сформувалася та стала популярною сама по собі в процесі тривалого історичного розвитку та часто гострої конкурентної боротьби, водночас багато інших стали можливими завдяки впровадженню територіальних брендингових технологій. Зроблено короткий аналіз брендингу України та окремих міст країни. Значну увагу приділено питанням брендингу м. Вінниці. Проаналізовано, зокрема, заходи, що були реалізовані задля підвищення туристичної привабливості міста, дано оцінку сукупному їх результату. Наголошено, що позитивний вплив на формування та просування «Вінниці туристичної» здійснює також той факт, що в 2019 р. місто вп'яте було визнане найкомфортнішим для проживання.
Ключові слова: *бренд, брендинг, туристська територія, туристична привабливість, імідж.*

Проанализировано содержание понятий «бренд» и «брендинг (туристской) территории». Выяснены функции бренда, его место в формировании и поддержании привлекательности туристской территории. Отмечено, что часть всемирно известных брендов туристских территорий сформировалась и стала известной сама по себе в процессе длительного исторического развития и часто острой конкурентной борьбы, в то же время многие другие стали возможными благодаря внедрению территориальных брендинговых технологий. Сделан краткий анализ брендинга Украины и отдельных городов страны. Значительное внимание уделено вопросам брендинга г. Винницы. Проанализированы, в частности, меры, которые были реализованы для повышения туристической привлекательности города, дана оценка совокупному их результату. Отмечено, что положительное влияние на формирование и продвижение «Винницы туристической» оказывает также тот факт, что в 2019 г. город в пятый раз был признан самым комфортным для проживания.
Ключевые слова: *бренд, брендинг, туристская территория, туристическая привлекательность, имидж.*

The content of the concepts of «brand» and «branding (tourist) territory)» is analyzed. The features of the brand, its place in forming and maintaining the attractiveness of the tourist territory have been clarified. Successful branding helps to showcase the benefits of a particular territory, allows it to compete successfully for investment, professional, economic, cultural, tourism flows and promotes a positive image. An effective and properly constructed brand of the area helps to ensure its social stability, because it increases the level of self-esteem of the locals, makes their living more comfortable and attests to all the benefits and the unique character of the city or region. It is noted that some of the world-famous brands of tourist territories have formed and become popular by themselves, in the course of long historical development and often fierce competition (Paris, Rome, Barcelona, Amsterdam, Prague, New York, etc.), while many others (Vilnius, Copenhagen, Dubai, etc.) were made possible by the introduction of territorial branding technologies. A brief analysis of the branding of Ukraine and individual cities of the country is made. It is stated that as a result of long historical and cultural development, brands of such cities as Lviv, Odesa, Poltava, Baturin, Chyhyryn, Chernihiv, Khortytsa, and others became known. As for the brands of Kharkiv, Kryvyi Rih, Kiev, Genichesk, Vinnytsia, their appearance was made possible by purposeful branding. Considerable attention has been paid to Vinnytsia branding issues. In particular, the measures taken to increase the tourist attractiveness of the city are analyzed and their overall result is evaluated. It was emphasized that the positive influence on the formation and promotion of «Vinnytsia Tourist» is also due to the fact that in 2019 the city was recognized as the most comfortable for living for five years. In addition, the popularity of Vinnytsia brand is marked by the creation of a logo and branding of the city, holding numerous festivals, thematic, including free, excursions, the opening of new tourist attractions, improvement of tourist infrastructure. According to the results of the survey, the Vinnytsia tourist attractiveness index was 4.13 on a 5-point scale.
Key words: *brand, branding, tourist territory, tourist attraction, image.*

Постановка проблеми. Активізація глобалізаційних процесів одним із безпосередніх своїх наслідків має культурно-інформаційну уніфікацію світу, характерну втратою країнами, містами, іншими окремими територіями самобутності та неповторності. Часто втрата туристськими територіями своєї індивідуальності стає результатом досягнення відповідності міжнародним стандартам та спричиняє до зниження туристського попиту на них. За таких умов усе більшої актуальному набуває брендинг територій. Будучи відносно новою гілкою розвитку маркетингу територій, брендинг туристських територій дає змогу останнім не лише вигідно виділитися з-поміж інших аналогічних, а й закріпити у свідомості туристів власну айдентику та пов'язані з нею асоціації, відчуття, емоції, враження та переживання і сформувати, таким чином, стійкий споживчий попит.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням брендингу територій присвячено чимало досліджень українських та зарубіжних науковців. Першими серед них були Ф. Котлер, К. Асплунд, І. Рейн Д. Хайдер, які довели, що в сучасному світі громадяни є споживачами, а території – товарами. Згодом їхні ідеї зазнали продовження в працях С. Ангольта, С. Варда, Р. Говерса, К. Кумара та ін. Серед українських учених питанням брендингу територій, у т. ч. туристських, свої праці присвятили О. Андрійчук, І. Власенко, В. Мірошніченко, М. Осипчук, А. Теплухін, Л. Шульгіна та ін. Теоретичні аспекти брендингу туристських територій, таким чином, є достатньо представленими

в науковій літературі, разом із тим питання брендингу туристичної дестинації м. Вінниці предметом окремого наукового дослідження досі не були, отже, їх дослідження є справою актуальною та цілком виправданою.

Постановка завдання. У зв'язку з посиленням конкурентної боротьби між туристськими територіями за частку туристів, а отже, інвестицій та доходів, актуальність дослідження брендингу туристських територій є беззаперечною. Звернення до відповідного досвіду м. Вінниці зумовлено як проведеною потужною роботою в напрямі формування та просування туристського бренду міста, так і досягнутими на цьому шляху успіхами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Традиційно під брендом розуміють знак, символ, слово чи їх поєднання, які у своїй сукупності сприймаються споживачами як відома торгова марка, допомагають ідентифікувати товари та послуги виробника і вирізнити їх із-поміж продукції конкурентів.

Згідно з моделлю «колесо бренду», бренд є сукупністю п'яти оболонок, укладених одна в одну: суть бренду; індивідуальність; цінності; переваги; атрибути. Так, атрибути описують продукт як фізичний об'єкт: колір, запах, матеріал, текстура, основні компоненти; переваги є загальним результатом використання споживачем бренду; цінності – характеристика вищого порядку, на цьому рівні відбувається опис емоцій, які споживач відчуває під час контакту з брендом; індивідуальність – характеристика, яка дає змогу метафорично уявити бренд у вигляді людських якостей; суть бренду – сукупний складник усіх попередніх чотирьох рівнів – єдина потужна ідея, яка вбирає в себе ключові аргументи вибору бренду споживачем.

Бренд є однією з ключових компонентів іміджу фірми (товару, послуги, території) та покликаний донести до споживача різні види інформації:

- символічну – зоровий образ об'єкта, з яким асоціюється конкретний продукт;
- семантичну – назва бренду, відомості про його символ і слоган;
- похідну – інформацію про репутацію пропонованого продукту, що являє собою сукупність асоціацій, які виникають у споживачів у результаті їх власного досвіду споживання або сформувалися під впливом досвіду інших споживачів і маркетингової діяльності виробника.

Бренди відіграють важливу роль також і в просуванні туристських територій. Так, бренд є своєрідною запорукою розвитку туристичного напрямку. Провідні країни світу успішно використовують свої бренди, щоб їх впізнавали туристи і поверталися знову за новими емоціями і враженнями. В уяві потенційного туриста той чи інший регіон пов'язаний із конкретними образами, які асоціюються з його спеціалізацією на певних видах туризму і позиціонують його як специфічний об'єкт. Трапляється, що деякі бренди початково стали «розкрученими» саме завдяки туризму і лише згодом, вже будучи візитівками дестинацій, почали допомагати останнім просуватися на туристичному ринку, підвищувати популярність та атрактивну привабливість.

Бренд туристської території – це сформована у свідомості споживача послуг гостинності сукупність уявлень, асоціацій, думок щодо пропозиції видів послуг, їх якості, місця розташування об'єктів інфраструктури, наявності природно-рекреаційних та культурно-пізнавальних ресурсів, оздоровчих властивостей територій та курортів, рівня розвитку мережевих структур, які впливають на мотивацію відвідати цю територію. Бренд туристської території ідентифікує сукупність комплексних рекреаційно-туристичних послуг, які об'єднані в конкретний ринковий продукт; територію, сприятливу для організації відпочинку; рівень обслуговування, властивий туристському регіону.

В узагальненому вигляді бренд туристської території – це її імідж; це сукупність уявлень споживача про туристичний продукт території; це те, з чим вона асоціюється і чим запам'ятовується місцевим жителям, туристам та інвесторам. Іншими словами, бренд туристської території – це, насамперед, ідентичність, системно виражена в яскравих і привабливих ідеях, символах, цінностях та образах. Звідси слідує, що основними функціями бренду туристської території є:

- формування іміджу туристської території;
- забезпечення впізнаваності туристської території;
- підтвердження якості продукту туристської території;
- формування корпоративної свідомості населення туристської території.

Безсумнівно, бренд туристської території привертає увагу споживачів, захоплює їх своєю унікальністю та несхожістю з конкурентами, а також залишає у свідомості максимум корисної інформації про себе, позитивні емоції та незабутні враження. Створення власного бренду дає змогу територіям залучати зовнішні та активізовувати внутрішні ресурси, підвищувати якість життя та, власне, підвищувати конкурентоспроможність. Водночас органи влади і суб'єкти господарювання туристичної галузі позбавлені сьогодні іншого вибору, ніж упроваджувати ефективні маркетингові стратегії формування позитивного іміджу територій [1].

Сукупність різних елементів просування (реклами, зв'язків із громадськістю, стимулювання збуту, прямого маркетингу, фірмового стилю, спеціальних подій і т. д.), спрямованих на формування у свідомості споживчої аудиторії цілісного та сталого способу, що ідентифікує бренд та відрізняє його від конкурентів на ринку, є брендингом.

Брендинг туристської території передбачає формування переваг території посередництвом управління її іміджем та промоцією заради збільшення туристичної привабливості. Мета брендингу території полягає у створенні сильного конкурентоспроможного регіону. Формуючи бренд території, необхідно враховувати комплексність і суперечливість інтересів споживачів та максимально прагнути при цьому до їх узгодження.

Інструментарій брендингу досить широкий, умовно його можна поділити на три категорії:

- дослідження (сукупність аналітичних і дослідницьких інструментів, що включають дослідження ринків, статистику, анкетування);
- управління (розроблення стратегії, операційний менеджмент, оцінювання результативності);
- операційний маркетинг (PR, просування, сервіси для інвесторів, територіальна пропозиція тощо).

Процес формування бренду туристської території є досить тривалим та трудомістким і відбувається у декілька етапів:

- діагностика зовнішнього та внутрішнього середовища території, стратегічний аналіз її потенціалу, оцінка конкурентоспроможності на ринку та аналіз доцільності формування і розвитку її бренду;
- формування стратегії створення бренду території, власне створення самого бренду та його просування;
- оцінка ефективності використання бренду території;
- аналіз і вибір напрямів удосконалення бренду території.

На початковому етапі формування бренду туристської території необхідно насамперед визначитися з його суттю та змістом з урахуванням таких чинників, як географічне положення та геополітичне значення, природно-ресурсний та туристично-рекреаційний потенціал, національно-культурні та історико-ментальні особливості. Так, саме конкурентні переваги території, серед яких – рекреаційний потенціал, інфраструктура (транспорт, заклади готельного та ресторанного господарства), безпека та затишок, комфорт і порядок, атмосфера громадськості, емоції, що їх відчувають відвідувачі регіону, історико-культурна спадщина тощо, зазвичай зумовлюють зовнішній складник бренду, наповнюють її реальним змістом.

З огляду на специфіку потенціалу території та наявні можливості, формуються основна ідея бренду та його дизайн. Ідея бренду туристської території є найважливішим його компонентом та знаходить відображення в назві, девізі, лозунгу. Найбільш успішними, на наше переконання, гаслами міст світу є: «Рим – вічне місто», «Париж – я люблю тебе», «Нью-Йорк – велике яблуко», у випадку міст України – це «Львів – відкритий для світу», «Вінниця – місто змістів». Дизайн бренду здійснюється шляхом поєднання візуальних, аудіальних та символічних атрибутів, проявляється у логотипі, символічних знаках, кольорах тощо та має на меті сформувати у споживачів привабливі та яскраві асоціації з територією.

Наступним етапом брендингу туристської території є реалізація інформаційної кампанії щодо просування концепції бренду серед цільової аудиторії для формування позитивного сприйняття самого бренду. На цьому етапі відбувається взаємодія з інформаційними каналами, широка популяризація наявних у регіоні знакових об’єктів природи та історико-культурної спадщини, облаштування та збагачення регіону сучасними брендинговими об’єктами.

Прикметно разом із тим, що, попри розробленість та неодноразову апробацію механізму формування бренду території, левова частка яскравих та унікальних брендів туристських територій з’явилася самі по собі у процесі тривалого історичного розвитку та часто гострої конкурентної боротьби. Загальновизнаними, приміром, є бренди Парижу, Риму, Барселони, Амстердаму, Праги, Нью-Йорку тощо. Ці міста є надпотужними мегаполісами, які завдяки своїй неповторній історико-культурній спадщині, абсолютно унікальній атмосфері та самобутності притягують туристів з усього світу. Водночас у випадку Копенгагена, Вільнюса чи Дубая посилення туристичної привабливості стало можливим завдяки впровадженню територіальних брендингових технологій. Аби забезпечити території стійку (зростаючу) туристичну привабливість, фахівці періодично вдаються до ребрендингу. Наприклад, починаючи з 1989 р. у столиці Данії проводилася потужна брендингова кампанія «Відкрий Копенгаген», успіх якої зумовив неабияку зацікавленість містом туристів з усього світу. У 2009 р. розпочався ребрендинг міста під назвою cOPENhagen: Open For You, він позиціонував Копенгаген комфортним, толерантним, дружнім до туристів, бізнесу та інвестицій, подій, життєвого досвіду й альтернатив містом [2]. У підсумку вже в 2012 р. Копенгаген посів 12-е місце в міжнародному рейтингу успішності брендів. Таким чином, не викликає заперечень, що міста, які є недостатньо привабливими для туристів, повинні максимально активно реалізовувати політику щодо створення та просування своїх брендів, у т. ч. здійснення ребрендингу; водночас ті з міст, які мають відомі та ефективні бренди, повинні дбати про їх збереження та постійне «звучання» в інформаційному просторі. Таким чином, управління брендом туристської території є ключем до успіху довготривалого позитивного ефекту його функціонування.

Свідченням того, що розробити бренд, який відповідав би реальності, очікуванням місцевих жителів та потенційних споживачів, ураховував

різноманітність наявних інтересів, хоча й непросто, але можливо. Як відомо, національний бренд України почали формувати на початку 2000-х років, проте ті спроби мали несистемний характер і впродовж тривалого періоду часу нічим іншим, ніж невдачами та значними збитками, не закінчувалися. Діючий сьогодні туристичний бренд країни був розроблений Державним агентством України з туризму та курортів на кошти гранту, наданого Німецьким товариством із міжнародного співробітництва (GIZ) в Україні, та презентований 21 березня 2014 р. на конференції «Популяризація іміджу України та її туристичних можливостей». Представлений літерою U (від англ. Ukraine), бренд України об'єднує у собі різні символи і малюнки: бандуру – символ української музичної традиції, рок-гітару – символ популярної течії в сучасній музиці, творчість, таланти й яскраві елементи, що розкривають душу українського народу. А основний слоган Ukraine: It's all about U має подвійне значення: з одного боку, його можна перекласти як «Україна: це все про тебе», з іншого – «Це все про Україну» [3].

У випадку багатьох українських міст та інших окремих територій їх бренди з'явилися в результаті тривалого історико-культурного розвитку (Львів, Одеса, Полтава, Батурин, Чигирин, Чернігів, Хортиця, ін.). Водночас поява бренду Харкова Smart city, Кривого Рогу – «Місто довжиною в життя», Генічеська – «Міст у відпочинок», Києва – «Місто, де все починається», Вінниці – «Місто ідей» та ін. подібно національному бренду України стала можливою завдяки цілеспрямованому брендингу.

Бренд м. Вінниці, приміром, був розроблений брендинговою агенцією Fedoriv у рамках реалізації Маркетингової стратегії м. Вінниці – 2020, на замовлення канадського проєкту «ПРОМІС: Партнерство для розвитку міст» та презентований на День Європи 18 травня 2019 р. [4]. Системно виражений в яскравих і привабливих ідеях, символах, цінностях та образах бренд м. Вінниці став проявом міської її ідентичності, максимально повно та адекватно відображеної в іміджі. В основу сучасного логотипу покладено спрощений до лаконічних геометричних форм історичний герб міста: дві схрещені шаблі, що зображені на середньому гербі і символізують прикордонне розташування міста. Одночасно з брендом міста команда Fedoriv створила новий туристичний сайт для Вінниці (vinnytsia.city), на якому гості міста можуть знайти всю необхідну інформацію та скористатися дизайн-системою шрифтів Vinnytsia City, що об'єднує багату історію міста та постійне прагнення містян до інновацій. Характерна взаємопроникненням кириличних і латинських форм та несхожа на інші нова «шрифтова сім'я» покликана зробити типографію міста «впізнаваною, характе́рною і хара́ктерною» [5].

Поліпшенню іміджу м. Вінниці як туристичного центру та вигідному його позиціюванню, а також підвищенню ефективності функціонування туристичної сфери міста покликана сприяти Стратегія розвитку туризму до 2030 р. Започаткована в 2019 р., робота зі створення Стратегії супроводжувалася неодноразовим опитуванням громадськості на предмет широкого кола питань, дотичних до бренду міста та індустрії туризму, й максимально її враховувала. Згідно із соціологічним дослідженням, проведеним у березні 2019 р. серед 2 500 респондентів – вінничан та жителів інших регіонів України, Вінниця найбільше асоціюється із солодощами ROSHEN, В. Гройсманом, П. Порошенком та, звісно ж, фонтанами. Виходячи з того, що, попри наявність багатьох туристичних принад, найбільш упізнаваними залишаються саме фонтани, Стратегією передбачена більша популяризація також інших туристичних локацій та збільшення їхньої привабливості.

Власне, для формування бренду м. Вінниці, підвищення іміджу міста та створення конкурентоспроможного на всеукраїнському та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців міста та його гостей, на початку 2019 р. у структурі Вінницької міської ради був створений Департамент маркетингу міста та туризму. За трохи більше ніж рік існування ним було успішно реалізовано низку іміджевих проєктів. Так, наприклад, у липні 2019 р. у співпраці з ГО «Вінницьке історичне товариство» та за підтримки Вінницької місткої ради у партнерстві з КП «Центр історії Вінниці», «ГО «Подільська спадщина» та Всеукраїнською асоціацією гідів Департаментом було започатковано Школу вінницького гіда. До участі у проєкті в результаті конкурсного відбору було залучено 30 осіб, 16 з яких за підсумком навчання в грудні 2019 р. презентували авторські екскурсії та отримали підписані міським головою С. Моргуновим рекомендаційні беджі як кваліфіковані спеціалісти. У жовтні 2019 р. у м. Вінниці було презентовано нові інформаційні таблички: розроблені креативною компанією Moreinfo (м. Харків) з ініціативи Департаменту та розміщені на багатьох об'єктах історико-культурної спадщини і на спеціальних стелах, вони забезпечують вирішення одночасно трьох завдань: розвиток міської туристичної навігації; надання достовірної інформації про об'єкт; збір статистичних даних. На табличках представлено короткий опис об'єкта (українською та англійською мовами, а також шрифтом Брайля) та QR-код, що веде на спеціально розроблений для проєкту сайт (moreinfo.ua або moreinfo.kz), з інформацією про об'єкт (на шести стандартних мовах –українська/російська/англійська/німецька/французька/китайська – та nfc- міткою, яка допомагає туристу

отримати інформацію без доступу до Інтернету) [6]. 16–17 січня 2020 р. Департаментом було проведено туристичний хакатон «TourMIX: зафіксуй туризм у Вінниці», найкращі з презентованих на ньому туристичних проєктів будуть включені до Стратегії розвитку туризму до 2030 р. Популяризації туристичного бренду м. Вінниці, крім того, сприяє діяльність туристично-інформаційних центрів, поширення у соціальних мережах туристичної реклами, підготовка туристичних путівників, виготовлення іміджевої сувенірної продукції (сумки, магніти, ручки та олівці, чашки, стакани, ін.). Розширенню обізнаності містян та гостей міста з історичною минувшиною та сучасним обличчям Вінниці суттєво сприяє також потужна екскурсійна програма від професійних місцевих екскурсоводів, представлена у т. ч. безкоштовними екскурсіями.

Потужним інструментом формування бренду м. Вінниці є численні фестивалі, різноманітні як за тематикою, так і за масштабом. Так, приміром, у 2019 р. у місті відбулися Міжнародний літературний фестиваль «Острів Європа», Міждисциплінарний міжнародний фестиваль сучасного мистецтва «ГОГОЛЬFEST», Міжнародний фестиваль VINNYTSIA JAZZFEST, гастрономічні фестивалі «Польової кухні імені Тараса Сича», солодкої кукурудзи VinCornFest, VinnytsiaFoodFest, сиру, вина та меду «Крафтовий дворик», вина «Боже Ллє», а також фестиваль писанок «Великоднє диво», мотофестиваль «Загул», фестиваль Smile Fest та ін. Подібні тематичні заходи, як відомо, супроводжуються неабияким інтересом містян та гостей міста, отже, брендинг міста шляхом створення брендів конкретних подій стає дедалі актуальнішим.

Удалий брендинг, окрім того, допомагає продемонструвати переваги конкретної території, дає їй змогу вдало конкурувати за інвестиції, фахові, економічні, культурні, туристичні потоки та сприяє формуванню позитивного іміджу. Ефективний та правильно сконструйований бренд території допомагає забезпечити їй соціальну стабільність, адже підвищує рівень самооцінки місцевих жителів, робить їх проживання комфортнішим та засвідчує всі переваги й усю унікальність міста чи регіону [7, с. 94–95]. У випадку Вінниці свідченням зазначеного є той факт, що у 2019 р. п'ятий рік поспіль місто було визнане найкомфортнішим для проживання (дослідження соціологічної групи «Рейтинг» на замовлення Міжнародного регіонального інституту International Republican Institute) [8]. Не менш показовими є також позитивні зрушення власне у сфері туризму м. Вінниці: згідно з опитуванням, проведеним соціологічною агенцією Fama у липні 2019 р. на замовлення Вінницької міської ради, місто впевнено долає стереотип «міста на один день», адже 57,8% опитаних заявили, що провели у Вінниці більше 24 годин та вважають її «гарним, приємним, затишним, спокійним та малогабаритним містом із тихенькими атмосферними вуличками, що має свій дух та «стає європейським» [9]. Індекс туристичної привабливості м. Вінниці, згідно з результатами опитування, становив 4,13 за 5-бальною шкалою. Про зростаючий інтерес туристів до відпочинку у місті свідчить також факт збільшення надходжень до бюджету від туристичного збору: так, якщо за 10 місяців 2017 р. вони становили 235,122 тис грн, за 10 місяців 2018 р. – 275,481 тис грн, то в 2019 р. – 2 050 458 грн [10].

Висновки з проведеного дослідження. Успіх формування та управління брендом туристської території в умовах посилення конкурентної боротьби за частку туристів є запорукою активізації споживчого попиту, а разом з тим, зростання інвестицій та дохідності суб'єктів господарювання, надходжень до місцевого бюджету. Не викликає заперечень: туристські території, представлені якісним брендом, отримують кращі показники туристичної діяльності. Досвід м. Вінниці, зокрема, є красномовним тому свідченням: вдало організований брендинг території безпосереднім своїм наслідком має активізацію туристичних потоків, збільшення надходжень до бюджету від туристичного збору тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Власенко І.В. Ринок туристичних послуг в Україні як об'єкт маркетингового управління. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2016. Вип. 2(24). С. 47–59.

2. Гарбера О.Є. Територіальний брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації. *Ефективна економіка*. 2016. № 10. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5182 (дата звернення: 20.02.2020).

3. Україна отримала власний туристичний бренд. URL: https://ridna.ua/2014/03/ukrajina-otrymala-vlasnyj-turystychnyj-brend/ (дата звернення: 20.02.2020).

4. «Місто ідей» – у Вінниці презентували новий бренд міста. URL: https://vezha.ua/misto-idej-u-vinnytsi-prezentuvaly-novyj-brend-mista-video/ (дата звернення: 20.02.2020).

5. Місто ідей: в Fedoriv створили новий бренд для Вінниці. URL : https://telegraf.design/news/misto-idej-v-fedoriv-stvoryly-novyj-brend-dlya-vinnytsi/ (дата звернення: 20.02.2020).

6. Харківський проєкт – Moreinfo. URL : http://kharkiv-travel.com.ua/initiative/moreinfo/ (дата звернення: 20.02.2020).

7. Смирнова Т.А., Приварникова І.Ю. Формування бренда міста як інноваційний шлях підвищення його привабливості для туризму. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Менеджмент інновацій»*. 2015. Вип. 5. С. 93–100. URL : file:///C:/Users/Natalya/Downloads/72-Article%20Text-136-1-10-20160321.pdf (дата звернення: 20.02.2020).

8. Названы самые комфортные города Украины: рейтинг. URL : https://24tv.ua/ru/nazvany_samye_komfortnye_goroda_ukrainy_rejting_n1245127

9. Вперше проведено маркетингове дослідження туристичної привабливості Вінниці. URL : https://www.myvin.com.ua/news/6600-vpershe-provedeno-marketynhove-doslidzhennia-turystychnoi-pryvablyvosti-vinnytsi (дата звернення: 20.02.2020).

10. Аналітика та статистика галузі туризму. URL : https://www.vmr.gov.ua/Branches/Lists/Tourism/ShowContent.aspx?ID=2 (дата звернення: 20.02.2020).

REFERENCES:

1. Vlasenko I. V. (2016). Rynok turystychnykh posluh v ukraini yak obiekt marketynhovoho upravlinnia *[The tourist services market in Ukraine as an object of marketing management]*. Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh – Economic strategy and prospects for development of trade and services, 2(24), pp. 47–59.

2. Harbera O. Ye. (2016). Terytorialnyi brendynh yak instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti turystychnoi destynatsii *[Territorial branding as a tool to increase the competitiveness of a tourist destination]*. Efektyvna ekonomika – Effective economics, 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5182 (accessed 20 February 2020).

3. Ukraina otrymala vlasnyi turystychnyi brend *[Ukraine has got its own tourism brand]*. URL: https://ridna.ua/2014/03/ukrajina-otrymala-vlasnyj-turystychnyj-brend/ (accessed 20 February 2020).

4. «Misto idei» – u Vinnytsi prezentuvaly novyi brend mista *[«City of ideas» – in Vinnitsa presented a new brand of the city]*. URL: https://vezha.ua/misto-idej-u-vinnytsi-prezentuvaly-novyj-brend-mista-video/ (accessed 20 February 2020).

5. Misto idei: v Fedoriv stvoryly novyi brend dlia Vinnytsi *[City of Ideas: Fedoriv has created a new brand for Vinnytsia]*. URL: https://telegraf.design/news/misto-idej-v-fedoriv-stvoryly-novyj-brend-dlya-vinnytsi/ (accessed 20 February 2020).

6. Kharkivskyi proekt – Moreinfo *[Kharkiv project – Moreinfo]*. URL : http://kharkiv-travel.com.ua/initiative/moreinfo/ (accessed 20 February 2020).

7. Smyrnova T. A., Pryvarnykova I. Yu. (2015). Formuvannia brenda mista yak innovatsiinyi shliakh pidvyshchennia yoho pryvablyvosti dlia turyzmu *[Formation of a city brand as an innovative way of increasing its attractiveness for tourism]*. Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu – Bulletin of Dnipropetrovsk University, 5, 93–100. URL: file:///C:/Users/Natalya/Downloads/72-Article%20Text-136-1-10-20160321.pdf (accessed 20 February 2020).

8. Nazvany samye komfortnye goroda Ukrainy: rejting *[Named the most comfortable cities in Ukraine: rating].* URL: https://24tv.ua/ru/nazvany_samye_komfortnye_goroda_ukrainy_rejting_n1245127 (accessed 20 February 2020).

9. Vpershe provedeno marketynhove doslidzhennia turystychnoi pryvablyvosti Vinnytsi *[The marketing research of Vinnitsa tourist attraction was conducted for the first time]*. URL: https://www.myvin.com.ua/news/6600-vpershe-provedeno-marketynhove-doslidzhennia-turystychnoi-pryvablyvosti-vinnytsi (accessed 20 February 2020).

10. Analityka ta statystyka haluzi turyzmu *[Tourism analytics and statistics]*. URL: https://www.vmr.gov.ua/Branches/Lists/Tourism/ShowContent.aspx?ID=2 (accessed 20 February 2020).

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ ТА ЗАХОДІВ ЕКОМАРКЕТИНГУ
FEATURES OF ECOMARKETING STRATEGIES AND ACTIVITIES

УДК 339.138:502.3
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-20

Астахова І.Е.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Григорова А.О.
студентка
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Astakhova Iryna
Kharkiv National Economic University named after Semen Kuznets
Hryhorova Anastasiia
Kharkiv National Economic University named after Semen Kuznets

У статті обґрунтовано масштабність явищ, що перетворили колись локальні екологічні проблеми в екологічну кризу, яка охопила всю планету та викликала стурбованість людства станом навколишнього середовища. Це привело до появи у суспільстві нової потреби в екологічних товарах та необхідності переходу до екологічного виробництва товарів. У статті проаналізовано результати дослідження щодо процедури сегментації споживачів за психографічним чинником та визначено основні групи споживачів екологічних товарів. Проаналізовано причини та фактори виникнення екологічного маркетингу. Розглянуто та систематизовано стратегії екологічного маркетингу. Класифіковано види грінвошингу як однієї з форм екологічного маркетингу, який використовує інструменти псевдоекологічного маркетингу. Запропоновано комплексний підхід щодо впровадження в діяльність вітчизняних компаній та підприємств методів протистояння використанню грінвошингу.

Ключові слова: *маркетинг, екологія, навколишнє середовище, грінвошинг, споживачі, маркетингова стратегія.*

В статье обоснована масштабность явлений, превративших некогда локальные экологические проблемы в экологический кризис, который охватил всю планету и вызвал озабоченность человечества состоянием окружающей среды. Это привело к появлению в обществе новой потребности в экологических товарах и необходимости перехода к экологическому производству товаров. В статье проанализированы результаты исследования процедуры сегментирования потребителей товаров по психографическому критерию и определены основные группы потребителей экологических товаров. Проанализированы причины и факторы возникновения экологического маркетинга. Рассмотрены и систематизированы стратегии экологического маркетинга. Классифицированы виды гринвошинга как одной из форм псевдоэкологического маркетинга. Предложен комплексный поход внедрения в деятельность отечественных кампаний и предприятий методов противостояния использованию гринвошинга.

Ключевые слова: *маркетинг, экология, окружающая среда, гринвошинг, потребители, маркетинговая стратегия.*

The concern of humanity with the state of the environment has led to the emergence of a new need in society. Humanity required manufacturers to move towards more environmentally friendly production of goods and their composition. As customer orientation is the key to company development, more and more manufacturers have sought to meet the environmental demands of society. Formed in the last century, green marketing aimed at meeting the environmental needs of consumers and stimulating demand for green products. Due to widespread concern about environmental issues in the community, a new, ever-growing segment, eco-consumers, has emerged. Their main characteristic is ignoring non-environmental goods. The Natural Marketing Institute divides consumers into five groups. Drivers are the largest share, namely 26%, who are exposed to social trends, such as personal values. This segmentation is necessary for companies to identify their target segment. When choosing a specific green strategy, marketers need to assess the importance of the consumer segment. Unfortunately, for the sake of profit, some manufacturers are bypassing real greening, creating only the illusion. Greenwashing, being a form of green marketing, is used to give an image of an eco-friendly company and to mislead the consumer about the environmental friendliness of their products or the purpose of doing business. The BSR Global Non-Profit Organization identifies three types of greenwashing: misguided greenwashing, unreasonable greenwashing, greenvoshing noise. In recent years, there has been a significant increase in cases of detecting greenwing. Canadian company Terra Choice has developed and classified false and misleading environmental claims into 7 categories, such as the Seven Sins of Greenwashing. Greenwashing can have serious negative effects on consumer confidence in eco-products, undermining consumer confidence in the green products and services market. Similarly, greenwashing can negatively affect investor confidence in eco-friendly firms, reducing confidence in the socially responsible investment market. Classifying firms by environmental level can be the first step towards combating greenwashing.

Key words: *marketing, ecology, environment, greenwashing, consumers, marketing strategy.*

Постановка проблеми. Впродовж тривалого часу людство виснажувало природні ресурси, забруднювало навколишнє середовище, створюючи безліч екологічних проблем. Такими є: глобальне потепління, забруднення світового океану, ґрунту, радіоактивне забруднення, танення льодовиків, озонові діри, зменшення біорозмаїття тощо. Людство потребує від виробників переходу до більш екологічного виробництва товарів, що свідчить про актуальність теми дослідження.

У сучасному світі, де зросла екологічна свідомість споживачів, усе більше виробників стали на шлях екологізації, адже нині успіх у підприємницькій діяльності залежить не тільки від економічних аспектів, а й від відповідності соціальним потребам людей. Зважаючи на зростаюче значення захисту довкілля у суспільстві, компанії переорієнтовують вектор розвитку у напрямі до максимального усунення неекологічних засобів та матеріалів виробництва. Проте багато фірм використовують популяризацію екологічних рухів та потреб, видаючи свій товар за екологічний. Отже, часто за екомаркетингом виробника ховається справжній грінвошинг.

Грінвошинг (зелений камуфляж) – це форма екологічного маркетингу, що пов'язана з екологічним позиціонуванням компанії або підприємства, але при цьому компанія витрачає значні ресурси тільки на те, щоб переконати покупців в екодружелюбності, а не на реальні екологічні ініціативи.

Грінвошинг використовує такі інструменти маркетингових комунікацій, як «зелений піар» та методи, що ставлять за мету ввести в оману покупців стосовно своїх намірів. Це призводить до недовіри споживачів щодо екологічності товарів інших виробників та загрожує діяльності сумлінних компаній. Отже, використання компаніями грінвошингу призводить до певних негативних наслідків, таких як шкода репутації компанії, недовіра до екобрендів загалом, а тому виробникам справжніх екологічних товарів стає складніше працювати на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням грінвошингу як форми екологічного маркетингу займалися такі відомі науковці, як Джей Вестервельт, Брайан Клегг, Кенні Бруно, Ванесса Бурбано та інші. Проте проблема присутності грінвошингу в маркетингових стратегіях досі залишається невирішеною, бо немає чітко розроблених і впроваджених механізмів запобігання використанню грінвошингу.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає в тому, щоб визначити та систематизувати всі аспекти й особливості використання грінвошингу, проаналізувати наслідки його негативного впливу та сформувати систему заходів щодо протистояння грінвошингу. Для цього необхідно володіти інформацією з незалежних джерел щодо чесності компаній у інформованості споживачів і почати формувати механізм контролю за їхньою діяльністю.

Виклад основного матеріалу дослідження. З огляду на взаємозв'язок між тенденціями у маркетингових стратегіях та потребами суспільства, які формуються і змінюються повсякчас, з'явився новий вид маркетингу – екологічний. Його основною метою є орієнтація виробництва та збуту на задоволення екологічних потреб споживача та стимулювання попиту на екологічні товари і послуги. Розуміючи, що клієнтоорієнтованість – один з основних шляхів успішного розвитку компанії, виробники прагнуть відповідати екологічним запитам суспільства, що у кінцевому результаті має підвищувати прибутковість їхнього підприємства.

За даними американської асоціації маркетингу, екологічний маркетинг – це маркетинг продукції, яку вважають екологічно безпечною [1]. З іншого погляду, екологічний маркетинг – це зусилля організацій, спрямовані на те, щоб виробляти, просувати, упаковувати та відновлювати товари таким чином, аби це відповідало екологічним стандартам. Є набагато більше визначень, складених маркетинговими спеціалістами та дослідниками, але всі автори згодні з тим, що екологічний маркетинг – це цілісний і відповідальний підхід, який включає виявлення, прогнозування та пошук можливостей задовольняти потреби зацікавлених сторін без негативного впливу на суспільство та навколишнє середовище.

Завдяки використанню інструментів екомаркетингу і розгляду питань, що пов'язані з охороною навколишнього середовища, було створено новий, постійно зростаючий цільовий сегмент споживачів – екоспоживачі. Цей сегмент характеризується ігноруванням продуктів, що загрожують здоров'ю або шкодять навколишньому середовищу під час виробництва, використання, утилізації тощо. У процесі дослідження було проведено сегментацію споживачів за психографічним чинником для американського ринку установами Natural Marketing Institute, що дало можливість проаналізувати та систематизувати характеристики споживачів за цією ознакою і виділити п'ять груп [2].

1. LOHAS (здоровий спосіб життя та сталість довкілля). Основними характеристиками цього сегменту споживачів є пріоритетність особистого здоров'я та здоров'я планети. Представники цієї групи – найзавзятіші покупці «зелених» товарів. Сталість довкілля займає одне з найважливіших місць у їхньому житті.

2. Натуралісти – споживачі, що насамперед орієнтовані на здоровий спосіб життя.

3. Дрифтери – споживачі, які піддаються впливу соціальних тенденцій, таких як особистісні цінності.

4. Стандартні – практичні споживачі, які в більшості мотивовані економією грошей, раціональні щодо вибору товару. Придбання екологічних товарів не є першочерговим.

5. Безтурботні – споживачі, байдужі до охорони навколишнього середовища.

Аналіз результатів дослідження свідчить про те, що найбільшу частку, а саме 26%, займають споживачі-дрифтери. LOHAS-споживачі займають частку 23%, натуралісти – 20%, байдужі – 17%. Стандартні споживачі займають найменшу частку у структурі споживачів – 14%.

Для визначення відповідної стратегії екологічного маркетингу для кожного цільового сегменту споживачів було досконало вивчено звички, уподобання та всі інші фактори, що впливають на поведінку покупців. Крім того, перед вибором конкретної стратегії екологічного маркетингу необхідно визначити, наскільки важливим є кожен сегмент екоспоживачів для компанії. Виходячи з цього, можна вибрати одну з таких стратегій, як [2]:

– Lean Green – компанії несуть відповідальність перед суспільством, але їхня головна мета – не просувати свою екологічну ініціативу чи екологічні властивості своєї продукції, а зменшити витрати та збільшити ефективність завдяки раціональній взаємодії з навколишнім середовищем;

– Defensive Green – компанії використовують екологічний маркетинг як превентивний спосіб у надзвичайних ситуаціях або у боротьбі з конкурентами. Вони покращують свій імідж, усвідомлюючи, що, залучаючи екоспоживачів, збільшать свої прибутки;

– Shaded Green – компанії інвестують в екологічно чисті довгострокові процеси, що вимагає значних фінансових і нефінансових ресурсів. Вони користуються можливістю удосконалювати свої продукти та технології, які могли б гарантувати їм конкурентну перевагу;

– Extreme Green – компанії повністю інтегрують екологічні проблеми в бізнес-процеси та продукти, наприклад через спеціалізовані торгові точки та дистрибуцію.

Але деякі підприємства, намагаючись збільшити обсяг продажів, привабити нових покупців та вийти на нові ринки збуту, оминають реальну екологізацію своїх товарів і створюють лише ілюзію її присутності. Саме такий маркетинговий підхід і використовує грінвошинг. Ця маркетингова стратегія, будучи певною формою екологічного маркетингу, використовується для надання іміджу екологічно орієнтованої компанії шляхом введення споживача у оману щодо екологічності її товарів або цілей ведення бізнесу.

Багато компаній позиціонують себе як екологічно чисті, але насправді не є такими. Вони зловживають інструментами маркетингу, особливо рекламою товарів, щоб просувати свою продукцію як «зелену», «біо» чи «органічну», хоча нерідко їхній товар не відповідає таким характеристикам. Це призводить до недовіри та скептицизму людей і свідчить про негативні наслідки щодо ідеї використання грінвошингу як інструменту екологічного маркетингу.

Крім реклами, грінвошинг використовує також інструменти маркетингових комунікацій, такі як публікація різних екологічних звітів, створення освітніх екологічних програм, організація та спонсорство заходів. Незважаючи на соціально-етичну спрямованість цих заходів, грінвошинг – це завжди спосіб обману споживачів та громадськості, але він дає компанії на стартовому етапі позитивні відгуки та відбілює репутацію.

За результатами дослідження глобальної некомерційної організації BSR виділено три типи грінвошингу [3].

1. Помилковий грінвошинг. До цієї категорії належать компанії, які докладають значних зусиль, аби стати екологічно чистішими. Проте їхні зусилля не дуже ефективні, хоча вони часто використовують такі твердження, як «екологічно чисті», у своїх комунікаціях.

2. Необґрунтований грінвошинг. У цю категорію потрапляють компанії, які, як здається на перший погляд, виконують свою роботу сумлінно, їхня інформація щодо виробництва заснована на обґрунтованих даних. Але під час більш детального дослідження виявляється, що компанії зробили цей крок не для навколишнього середовища, а для своєї власної вигоди.

3. Шум грінвошингу. Сюди входять компанії, які заявляють, що вони «зелені», не маючи обґрунтованих доказів. Фактична корпоративна звітність не є переконливою навіть для клієнтів.

За останні роки спостерігається значне збільшення кількості випадків виявлення грінвошингу. Було проведено досить серйозне дослідження грінвошингу Канадською компанією Terra Choice, завдяки якому виявлені та викриті основні ознаки грінвошингу. На основі дослідження було систематизовано і класифіковано помилкові та оманливі твердження стосовно навколишнього середовища у 7 категоріях, які отримали назву «сім гріхів грінвошингу» [4].

1. Гріх прихованого компромісу. Екологічні проблеми, які підкреслюються за рахунок іншого, можливо, більшого питання. Наприклад, купування паперових виробів і відмова від пластикових не завжди є екологічним, оскільки для цього вирубують ліси.

2. Гріх нестачі доказів. Екологічні заяви або рекламна продукція, які не підкріплені фактичними доказами або сертифікацією третьої сторони.

3. Гріх розпливчастості. Екологічні твердження, які не мають специфіки і вважаються безглуздими. Наприклад, термін «все природне». Ртуть, уран, миш'як природні, але все ж не є екологічними речовинами.

4. Гріх використання фальшивих етикеток. Створення підроблених сертифікатів чи етикеток для введення в оману споживачів щодо проходження товаром перевірки на екологічність вироблення, пакування, тощо.

5. Гріх недоречності. Підкреслюється або рекламується відсутність певних речовин, які вже заборонені законодавством. Тобто інформація є застарілою та нерелевантною.

6. Гріх меншого з двох лих. Рекламується екологічність продукції, яка сама по собі є шкідливою. Наприклад, стверджувати, що сигарети є органічними, хоча вони є причиною розвитку раку легень.

7. Гріх брехні. Екологічні твердження, які явно неправдиві. Наприклад, стверджувати, що дизельний автомобіль не викидає в повітря вуглекислий газ, є брехнею.

Понад 95 відсотків продуктів компаній, що обстежені Terra Choice, здійснили принаймні один із «Семи гріхів грінвошингу» [4]. Кількість випадків проявів грінвошингу постійно зростає, і це має серйозні негативні наслідки стосовно зниження уваги споживачів до екопродуктів, підриває довіру покупців до ринку «зеленої» продукції та послуг. Аналогічно грінвошинг може негативно впливати на довіру інвесторів до екологічно чистих фірм, зменшуючи рівень довіри до соціально-відповідального ринку капіталовкладень.

На відміну від західного суспільства, яке вже давно є екологічно свідомим, в Україні цей тип мислення лише формується. Однак останнім часом українські компанії стають усе більш

«екосвідомими», а тому і використання грінвошингу набуває популярності для введення в оману споживачів щодо псевдоекологічності товарів.

Досить активно такі прийоми застосовують компанії та підприємства, які виробляють продукти харчування, іграшки, побутову продукцію, одяг, косметику, намагаючись таким чином бути «eco-friendly». При цьому слід зазначити, що витрати на рекламні кампанії подібних товарів значно вищі, ніж на підвищення екологічності самих продуктів. Як правило, товари з приставкою «еко», «біо», «органік», «natural» обходяться споживачеві дорожче від звичайних, але реалії сьогодення свідчать, що «зелених» переваг така продукція часто не виявляє.

Вирішення проблеми запобігання використанню грінвошингу як інструменту екологічного маркетингу має носити систематизований та всеохоплюючий характер. Запобігання негативному впливу грінвошингу включає такі дії, як:

– підвищення обізнаності щодо грінвошингу через засоби масової інформації (інтернет, соціальні мережі, телебачення, тощо);

– підвищення рівня обізнаності щодо грінвошингу під час навчання;

– урегулювання грінвошнгу в законодавстві;

– чорний список компаній, які використовують засоби грінвошингу.

Класифікація фірм за рівнем екологічності також може стати кроком на шляху до боротьби з грінвошингом, що надасть необхідну інформацію як покупцеві, так і можливому інвестору щодо екологічних характеристик товару та самої компанії. Стандарти та класифікації мають бути узгоджені та прийняті на законодавчому рівні.

Зменшити використання грінвошингу можна також завдяки створенню загальнодержавної програми екологічного маркування, яка надаватиме необхідну інформацію щодо позначок та маркування всім споживачам і сприятиме підвищенню рівня обізнаності споживача стосовно цього питання. Тільки так покупець почуватиметься впевнено під час вибору екологічних товарів.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, визнаючи сучасну потребу суспільства в екологічних товарах, клієнтоорієнтовані виробники змінюються та реформуються відповідно до запитів споживачів. Однак у зв'язку з поширенням та популяризацією екологічного маркетингу як невід'ємної частини ведення бізнесу несумлінні виробники все частіше застосовують такий маркетинговий інструмент, як грінвошинг, який можна віднести до псевдоекологічного маркетингу. Його використання підриває довіру як споживачів, так і інвесторів до відповідального, екологічного виробництва.

Розуміючи кількість ризиків, що пов'язані із застосуванням такого маркетингового інструменту, як грінвошинг, необхідно створювати систему протистояння використанню грінвошингу, яка має охоплювати заходи комплексного контролю за такими напрямами, як законодавчий, професійний та громадський. Такий комплексний контролюючий підхід допоміг би врегулювати та контролювати процес дотримання екологічних стандартів і реальність їх здобуття.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. American Marketing Association: веб-сайт. URL: https://www.ama.org/ (дата звернення: 12.02.2020).

2. Natural Marketing Institute: веб-сайт. URL: https://www.nmisolutions.com/ (дата звернення: 17.02.2020).

3. Business for Social Responsibility: веб-сайт. URL: https://www.bsr.org/en/about (дата звернення: 17.02.2020).

4. Terra Choice: веб-сайт. URL: https://www.ul.com/sustainability (дата звернення: 18.02.2020).

REFERENCES:

1. American Marketing Association. Available at: https://www.ama.org/ (accessed 12 February 2020).

2. Natural Marketing Institute. Available at: https://www.nmisolutions.com/ (accessed 17 February 2020).

3. Business for Social Responsibility. Available at: https://www.bsr.org/en/about. (accessed 17 February 2020).

4. Terra Choice. Available at: https://www.ul.com/sustainability (accessed 18 February 2020).

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРИВАТНИХ ВІЙСЬКОВИХ КОМПАНІЙ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ

INTERNATIONAL EXPERIENCE AND PECULIARITIES OF FUNCTIONING AT PRIVATE MILITARY COMPANIES: A RETROSPECTIVE ANALYSIS

УДК 355.01:34

https://doi.org/10.32843/infrastruct40-21

Баранов С.М.
здобувач кафедри безпеки, правоохоронної діяльності та фінансових розслідувань, командир військової частини
Тернопільський національний економічний університет

Baranov Serhii
Ternopil National Economic University

Проведено комплексне дослідження міжнародного досвіду та особливостей функціонування приватних військових компаній на основі історичного підходу. Наведено сутністно-змістовну характеристику приватної військової компанії та специфіку функціонування в умовах гібридної війни, виокремлено основні функціональні завдання. Досліджено ідентифікацію впливу основних загроз та інструментарій механізму забезпечення приватної військової компанії в сучасних трансформаційних умовах. Встановлено оцінку обсягів світового ринку приватних військових послуг. Досліджено досвід роботи американської охоронної компанії Blackwater та британської G4S. У результаті доведено ефективність приватних військових компаній у двох основних векторах. Обґрунтовано, що для створення приватних військових компаній потрібна правова база, яка б чітко регламентувала їх можливе використання в Україні та в інших країнах і чітко визначала кордони дозволеного і недозволеного.

Ключові слова: *приватна військова компанія, приватна військова компанія Вагнера, приватний військовий бізнес, військовий сектор, "Документ Монтре", охоронна компанія Blackwater.*

Проведено комплексное исследование международного опыта и особенностей функционирования частных военных компаний на основе исторического подхода. Приведена содержательная характеристика частной военной компании и специфика функционирования в условиях гибридной войны, выделены основные функциональные задачи. Исследована идентификация влияния основных угроз и инструментарий механизма обеспечения частной военной компании в современных трансформационных условиях. Установлена оценка объемов мирового рынка частных военных услуг. Исследован опыт работы американской охранной компании Blackwater и британской G4S. В результате доказана эффективность частных военных компаний в двух основных векторах. Обосновано, что для создания частных военных компаний нужна правовая база, которая бы четко регламентировала их возможное использование в Украине и в других странах и четко определяла бы границы дозволенного и недозволенного.

Ключевые слова: *частная военная компания, частная военная компания Вагнера, частный военный бизнес, военный сектор, "Документ Монтре", охранная компания Blackwater.*

A comprehensive study of international experience and peculiarities of functioning at private military companies on the basis of a historical approach was conducted. The substantive and substantive characterization of private military company and the specificity of functioning in the conditions of hybrid war are conducted and the basic functional tasks are distinguished. The identification of the influence of main threats and tools the mechanism of securing a private military company in modern transformation conditions is investigated. The global private military services market estimate is estimated at 100 million dollars. The experience of working at the American security company Blackwater, specializing in orders in conducting military operations and escorting cargo, is investigated. As for the British company G4S it is established that the number of its employees is 600 thousand people, and the representatives of this company are in 125 countries of the world, including in Ukraine. As a result, the effectiveness of private military companies in two main vectors has been proven: 1) training of the armed forces and police of Ukraine and friendly foreign countries: protection of Ukrainian diplomats; protection of embassies and consulates of Ukraine abroad; 2) representation of interests of the Ukrainian Military-Industrial Complex abroad; with enough state attention, the activities of private military companies have every chance of becoming one the most profitable and highly effective areas. It is substantiated that the creation of private military companies requires a legal framework that clearly regulates their possible use in Ukraine and in other countries, and clearly defines the boundaries of what is permitted and not permitted. Based on international experience, the functioning of private military companies could play a positive role. After all, in today's transformational context, it would be worthwhile to create a network of training centers, and the Ukrainian experience could be important for different foreign armies. And our war veterans could find employment and be very helpful in preparing structures and sharing their experience.

Key words: *private military company, private military company Wagner, private military business, military sector, "Montreux Document", Blackwater security company.*

Постановка проблеми. Міжнародний досвід вказує на те, що спектр використання приватних військових компаній у різних регіонах є доволі широким. Адже їм доручається будівництво військової інфраструктури, охорона вантажів та дипломатичних установ, підготовка та навчання військових кадрів, упровадження військових технологій та виробництво зброї, здійснення розвідувальних або контррозвідувальних заходів, а також участь у бойових діях та контртерористичних операціях, здійснення окремих «специфічних» доручень, в яких держава не може офіційно задіяти представників правоохоронних органів та збройних сил.

Слід відзначити, що приватні військові компанії – це дієвий інструмент як у реаліях війни на південному сході України, так і в майбутній зовнішній політиці, де інтереси України, можливо, не завжди будуть збігатися з буквою міжнародного права. Питання лише в тому, на що готова Україна заради відстоювання своїх національних інтересів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасну проблематику функціонування приватних військових компаній досліджують такі вітчизняні науковці, як Б. Андрушків, О. Вівчар, Л. Головкова, Г. Дмитренко, Г. Колодко, В. Кириченко, Р. Ривкіна, З. Шершньова, В. Усачева, Ю. Кракоса, Ю. Лаврова, В. Франчук та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування теоретико-історичних аспектів міжнародного досвіду та особливостей функціонування приватних військових компаній у сучасних трансформаційних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах гібридної війни конфлікт на сході України показав, що крім регулярних та іррегулярних збройних формувань у ньому беруть участь приватні військові компанії. Однією з таких є приватна військова компанія Вагнера (РФ), яка брала участь у збройному конфлікті в Україні у Сирійській арабській республіці [3]. В умовах сьогодення близько двох тисяч найманців цієї компанії перебувають у Лівії. Президент Туреччини Реджеп Таїп Ердоган обурився присутністю на території Лівії російських найманців із приватної військової компанії Вагнера. Він допустив відправлення турецьких військових до Лівії. Про це Ердоган заявив на прес-конференції із президентом Тунісу Кайсом Саїдом, як передає «Анадолу».

У сучасних трансформаційних умовах приватні військові компанії, які часто характеризуються як найманці в сучасному вигляді, є комерційними фірмами, що пропонують військові послуги, від бойової та військової підготовки та консультування до технічного забезпечення. Вони відіграють все більшу роль у збройних конфліктах, мирних операціях ООН та забезпеченні безпеки в нестабільних державах. Ідея застосування приватних військових компаній у військових конфліктах не нова. З давніх-давен країни використовували найманців у своїх війнах. Так, залучення військових професійних ресурсів (MPRI) сприяло зміні балансу сил на Балканах, що дало змогу хорватським військовим перемогти сербські сили та відкрити шлях для переговорів у Дейтоні; в Іраку кількість приватних підрядників на місцях становить десятки тисяч. Оскільки вони беруть на себе більше відповідальності у конфліктних та постконфліктних ситуаціях, все більша їхня значущість ставить основні запитання щодо їхньої природи, їхньої ролі в різних регіонах і контекстах та їхнього регулювання.

На основі проведених досліджень встановлено, що приватна військова компанія (ПВК; англ. private military company) – комерційне підприємство, що пропонує спеціалізовані послуги, пов'язані з охороною, захистом (обороною) кого-небудь і чого-небудь, нерідко з участю у військових конфліктах, а також зі збором розвідувальної інформації, стратегічним плануванням, логістикою і консультуванням [6]. Послуги та експертиза, що пропонуються приватною військовою компанією, зазвичай схожі на службу урядових служб безпеки, військових чи поліцейських, найчастіше в меншому масштабі. Хоча приватні військові компанії часто надають послуги з підготовки чи доповнення офіційних збройних сил на службі урядам, вони також можуть бути зайняті приватними компаніями для забезпечення охорони основного персоналу або охорони приміщень компанії, особливо на ворожих територіях [8].

Неможливо залишити поза увагою те, що існування приватних військових компаній винесло на порядок денний в багатьох країнах світу чимало нових правових питань: чи повинна бути обмеженою монополія держави на легальне застосування сили, заходів державного примусу; чим діяльність приватних військових компаній відрізняється від найманства; за яких умов співробітники цих компаній можуть придбати, застосувати, перевозити зброю та інше спеціальне обладнання; як у міжнародному масштабі та на національному рівні має регламентуватися імпорт-експорт військових послуг; якими мають бути організаційні, фінансові, правові умови для того, щоб приватна військова компанія не перетворилася у бандитське угруповання; які фахові та інтелектуальні критерії мають бути застосовані до співробітників приватних військових компаній; яким чином держава має контролювати діяльність приватних військових компаній, в яких випадках вона має нести за їхню діяльність матеріальну або іншу юридичну відповідальність. Фахівцями у сфері приватного військового бізнесу наголошується на тому, що ключовою відмінністю приватних військових компаній від загонів найманців є те, що такі компанії контролюються державою та працюють в її інтересах. Нині обсяг світового ринку приватних військових послуг становить 100 млрд дол. США [4, с. 213–214].

Так, із практичного погляду варто відзначити, що відповідний баланс між приватними і суспільними інтересами є питанням ключовим, коли суспільні інтереси залежать від приватних суб'єктів. Досягнення цього балансу є вкрай необхідним у ситуаціях, коли ці приватні інтереси впливають на основні функції держави, такі як національна оборона, війна та дозвіл на законне насильство [1, с. 24–25; 2, с. 253]. Відбувається перехід комерційних військових сил від найманців до ринкових, приватна військова компанія перевіряє традиційні правові системи, які базуються на припущенні, що держави є єдиними законними учасниками військової справи, ключовим розумінням цього обсягу є те, що діюча правова база вже існує. Незважаючи на те, що ця структура є нерівномірною, недостатньою та недостатньо реалізованою, вона показує прогрес [7]. Ми вважаємо за необхідне відзначити переваги та недоліки, можливості та загрози нормативного середовища, які мають вплив на діяльність приватної військової компанії. Слід відзначити, що управління комерційним військовим сектором буде залежати від взаємодії між цими регуляторами ринку та ринковими силами.

Неможливо залишити поза увагою те, що послуги приватних підрядників використовуються у всьому світі. П.В. Сігнер, американський політолог, говорить, що в географічному плані він працює в понад 50 різних країнах. Він працює на кожному континенті, крім Антарктиди. Сінгер заявляє, що у 90-х роках на кожного одного підрядника було 50 військових, а зараз це співвідношення – 10 до 1.

Він також вказує, що ці підрядники мають низку обов'язків залежно від того, кого вони наймають. У країнах, що розвиваються, які мають природні ресурси, такі як нафтопереробні заводи в Іраку, вони наймаються для охорони території. Їх також наймають для охорони компаній, які здійснюють контракт на послуги та реконструкцію, таких як General Electric. Крім компаній, вони забезпечують посадових осіб та державні філії. Приватні військові компанії виконують багато різних місій та завдань. Деякі приклади включають ретельний захист президента Афганістану Хамід Карзая та пілотуючі розвідувальні літаки і вертольоти в складі Колумбійських Сил. Відповідно до дослідження, проведеного 2003 року, галузь приватної військової компанії на той час коштувала понад 100 мільярдів доларів на рік.

Згідно з дослідженням, проведеним у 2008 році управлінням директора національної розвідки, приватні підрядники становлять 29% робочої сили в спільноті розвідки США і коштують 49% їхніх кадрових бюджетів. За словами бразильського геостратегіста Де Леона Петта, це далеко не означає можливе ослаблення національної державної влади та її монополію на насильство, ці приватні військові компанії фактично виступають альтернативними формами застосування влади за кордоном нерегулярними засобами, не порушуючи міжнародне законодавство, викликаючи неприємності у внутрішній чи державній політиці або викликаючи занадто багато міжнародних наслідків. Американський учений Фелпс висловлює аналогічне твердження, виявивши, що приватна військова компанія перетворюється на "плащ легітимності" уряду Сполучених Штатів Америки. Найбільш відомою приватною військовою компанією є американська охоронна компанія Blackwater ("Чорна вода"). Вона була заснована у 1997 році. Blackwater брала активну участь не тільки у військових діях, але і в рятувальних операціях, наприклад у ліквідації результатів найбільшого урагану в історії США "Катрін". У 2009 році організацію перейменували в Xe Services LLC, у 2010 році – в Academi. Нині компанія спеціалізується на замовленнях на проведення військових операцій та супроводження вантажів. Її підрозділ Blackwater Maritime Solutions готує спецназ військово-морських сил багатьох країн. Другою найбільшою приватною військовою компанією у світі є британська G4S. Кількість її співробітників становить 600 тисяч осіб. Представники цієї компанії є в 125 країнах світу, зокрема й в Україні. У 2008 році G4S почала забезпечувати безпеку на великих музичних фестивалях та спортивних змаганнях. Діюча практика легалізації ПВК привела до того, що вони стали законними у Франції, Ізраїлі, Германії, Індонезії та в інших країнах. Тому їхнє законодавче поле було вирішено визнати на світовій арені. Так, у 2008 році 17 державами підписаний «Документ Монтре», що визначає діяльність не тільки приватних військових компаній, але й держав, у яких вони зареєстровані, та держав, що послугами приватних військових компаній користуються. Він не є юридично обов'язковим, але має чітке визначення правил гри на цьому ринку. З урахуванням міжнародних правових зобов'язань та передової практики кількість учасників збільшується.

В Україні також заговорили про легалізацію приватних військових компаній. Це є наслідком великої кількості воєнізованих формувань, що утворилися в результаті війни на Донбасі. Це може бути загрозою національній безпеці держави. Тільки чіткі правила в цій сфері та контроль з боку держави допоможуть навести порядок. У світовій практиці немає іншого способу контролю ситуації, ніж законодавчо встановити правила в цій сфері. Проблема росте великими темпами. За даними СБУ, на руках населення України знаходиться близько 5 мільйонів стрілецької зброї. Тисячі чоловіків та жінок, що були на війні та бачили смерть своїми очима, перенесли посттравматичний шок. Їм важко повернутися в соціум, у мирне життя. Тому новини телеканалів мають формат кримінальної хроніки, в якій досить часто фігурують колишні атошники. Вони беруть участь у рейдерських захватах, кримінальних розборках чи кидають під ноги гранати своїм опонентам. Експерти запевняють, що виходом із цієї ситуації могла би бути легалізація діяльності приватних військових компаній, які будуть під контролем держави, де «солдати вдачі» зможуть знайти для себе законне застосування [5].

Висновки з проведеного дослідження. Слід відзначити, що приватні військові компанії на основі міжнародного досвіду могли б зіграти свою позитивну роль. Адже в сучасних трансформаційних умовах варто було б утворити мережу центрів підготовки, й український досвід міг би бути важливим для різних іноземних армій. А наші військові, які пройшли війну, могли би працевлаштуватися і бути дуже корисними в сенсі підготовки структур і передачі свого досвіду. І у такий спосіб вони б могли свою енергію і свій мілітаризований дух використовувати вже у позитивних цілях, а не на війні. На нашу думку, це дуже важливий вектор розвитку, який треба розвивати. Неможливо залишити поза увагою те, що для створення своїх приватних військових компаній потрібна правова база, яка б чітко регламентувала їхнє можливе використання в Україні та в інших країнах і чітко визначала би кордони дозволеного і недозволеного.

Отже, крім безпосередньої участі в бойових діях, приватні військові компанії можуть бути ефективним рішенням і в інших напрямах, таких як підготовка збройних сил і поліції України та дружніх зарубіжних держав; охорона українських дипломатів; охорона посольств і консульств

України за кордоном; представлення інтересів українського військово-промислового комплексу за кордоном. За достатньої уваги держави діяльність приватних військових компаній має всі шанси на те, щоб стати однією з прибуткових і високоефективних сфер.

Функціонування приватних військових компаній – це потужний провідник зовнішньої політики держави і надійний захисник національних інтересів. На основі цих найважливіших двох векторів розвитку для будь-якої держави навіть такі важливі питання, як забезпечення робочих місць для звільнених у запас військовослужбовців, поліпшення іміджу військових і підвищення боєздатності держави, відходять на другий план.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вівчар О.І. Теоретичні аспекти безпекознавства в умовах підприємств (фундаментальні загрози в сучасному соціогуманітарному просторі). Соціально-економічні проблеми і держава. Тернопіль, 2017. Вип. (1) 16. С. 24–31. URL: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17voissp.pdf (дата звернення: 14.01.2020).

2. Вівчар О.І. Застосування логістичного підходу до управління матеріальними потоками. Матеріали XII наукової конференції ТДТУ ім. І. Пулюя. Тернопіль: ТДТУ, 2008. С. 253.

3. Гогоша О.І., Шаленна Н.М. Приватні військові компанії як інструмент міжнародного впливу Російської Федерації. Координаційний центр міжнародного діалогу Україна-ЄС. URL: http://cciduaeu.org.ua/pryvatni-vijskovi-kompaniyi-yak-instrument-mizhnarodnogo-vplyvu-rosijskoyi-federatsiyi/ (дата звернення: 28.12.2019).

4. Невзоров І.Л., Хотенець П.В. Приватні військові компанії та право: гострі питання, деякі світові тенденції нормативного регулювання. Підготовка охоронців правопорядку в Харкові (1917–2017 рр.). Харків, 2017. С. 212–214.

5. Приватні військові компанії (ПВК) в Україні. Військовий навігатор України: незалежний мілітарний дайджес. URL: https://milnavigator.com.ua/2019/09/16/приватні-військові-компанії-пвк-в-укр/ (дата звернення: 20.01.2020).

6. Приватні військові компанії: що відомо про їх існування в Україні та світі. URL: https://24tv.ua/privatni_viyskovi_kompaniyi_shho_vidomo_pro_yih_isnuvannya_v_ukrayini_ta_sviti_n1235633. (дата звернення: 25.01.2020).

7. Шевцов А.І., Боднарчук Р.В. Актуальні проблеми реструктуризації оборонно-промислового сектору економіки України. Збірник Національного інституту стратегічних досліджень. К., 2013. № 2. С. 127–134.

8. Яременко О.Ф. Аспекти побудови паспорта загроз підприємства. Вісник Хмельницького державного університету. 2011. № 2. Т. 1. С. 14–20.

REFERENCES:

1. Vivchar O.I. (2017) Teoretychni aspekty bezpekoznavstva v umovakh pidpryiemstv (fundamentalni zahrozy v suchasnomu sotsiohumanitarnomu prostori) [Theoretical Aspects of Security Studies in the Conditions of Enterprises (Fundamental Threats in the Modern Socio-Humanitarian Space)]. Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava – Socio-economic problems and the state. Ternopil. Ternopil. Vol. (1) 16. 24–31. URL: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17voissp.pdf. (accessed 14 January 2020).

2. Vivchar O.I. (2008) Zastosuvannia lohistychnoho pidkhodu do upravlinnia materialnymy potokamy [Application of logistic approach to material flow management]. Materialy KhII naukovoi konferentsii TDTU im. I. Puliuia – Proceedings of the XII Scientific Conference I. Pulia. Ternopil: TDTU. (in Ukrainian)

3. Hohosha O.I., Shalenna N.M. Pryvatni viiskovi kompanii yak instrument mizhnarodnoho vplyvu Rosiiskoi Federatsii [Private military companies as an instrument of international influence of the Russian Federation]. Koordynatsiinyi tsentr mizhnarodnoho dialohu Ukraina-IeS – Ukraine-EU International Dialogue Coordination Center. URL: http://cciduaeu.org.ua/pryvatni-vijskovi-kompaniyi-yak-instrument-mizhnarodnogo-vplyvu-rosijskoyi-federatsiyi/ (accessed 28 December 2019).

4. Nevzorov I.L., Khotenets P.V. (2017) Pryvatni viiskovi kompanii ta pravo: hostri pytannia, deiaki svitovi tendentsii normatyvnoho rehuliuvannia [Private military companies and law: pressing questions, some global tendencies of regulatory regulation] Pidhotovka okhorontsiv pravoporiadku v Kharkovi (1917–2017 rr.) – Training of law enforcement guards in Kharkov (1917–2017). Kharkiv. 212–214.

5. Viiskovyi navihator Ukrainy: nezalezhnyi militarnyi daidzhes. Pryvatni viiskovi kompanii (PVK) v Ukraini [Ukraine's Navigator: Independent Military Digest. Private military companies (PVCs) in Ukraine]. URL: https://milnavigator.com.ua/2019/09/16/приватні-військові-компанії-пвк-в-укр/ (accessed 20 January 2020).

6. Pryvatni viiskovi kompanii: shcho vidomo pro yikh isnuvannia v Ukraini ta sviti [Private military companies: what is known about their existence in Ukraine and in the world]. URL: https://24tv.ua/privatni_viyskovi_kompaniyi_shho_vidomo_pro_yih_isnuvannya_v_ukrayini_ta_sviti_n1235633 (accessed 25 January 2020).

7. Shevtsov, A.I., & Bodnarchuk, R.V. (2013) Aktualni problemy restrukturyzatsii oboronno-promyslovoho sektoru ekonomiky Ukrainy [Actual problems of restructuring of the defense-industrial sector of the Ukrainian economy]. Zbirnyk Natsionalnoho instytutu stratehichnykh doslidzhen – Proceedings of the National Institute for Strategic Studies. K., 2013. № 2. 127-134.

8. Yaremenko, O. F. (2011) Aspekty pobudovy pasporta zahroz pidpryiemstva [Aspects of construction of enterprise threat passport]. Visnyk Khmelnytskoho derzhavnoho universytetu – Bulletin of Khmelnitsky State University. № 2. Т. 1. 14–20.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

MODERN APPROACHES TO OPTIMIZE COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES

УДК 005.338.984
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-22

Боковець В.В.
д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Крутінь Я.В.
студент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Шахнюк А.І.
студент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Bokovets Victoria
Krutin Jana
Shakhnyuk Anzhelika
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of
Kyiv National University of Trade and Economics

У статті розкрито суть конкурентоспроможності та її види. Наголошується на конкурентних перевагах, що впливають на конкурентноздатність підприємства та його роботу загалом. Визначаються основні підходи до отримання конкурентних переваг в організації, їх види та особливості. Висвітлюються основні аспекти розвитку підприємства та підвищення його конкурентостійкості. Викладено погляди на особливості формування конкурентних переваг вітчизняних підприємств на основі аналізу особливостей розвитку фірми в умовах жорсткої конкуренції. На основі детального аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування господарюючих суб'єктів визначаються основні підходи до формування ефективної, продуктивної, раціональної маркетингової стратегії, реалізація якої дасть змогу досягти бажаного результату. Основну увагу зосереджено на теоретичних засадах конкурентоспроможності та формуванні конкурентних переваг.

Ключові слова: *конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкурентний потенціал, стратегічний менеджмент, стратегічний маркетинг, стратегія розвитку, теорія конкуренції.*

В статье раскрыта суть конкурентоспособности и ее виды. Отмечаются конкурентные преимущества, влияющие на конкурентоспособность предприятия и его работу в целом. Определяются основные подходы к получению конкурентных преимуществ в организации, их виды и особенности. Освещаются основные аспекты развития предприятия и повышения его конкурентоустойчивости. Изложены взгляды на особенности формирования конкурентных преимуществ отечественных предприятий на основе анализа особенностей развития фирмы в условиях жесткой конкуренции. На основе детального анализа внутренней и внешней среды функционирования хозяйствующих субъектов определяются основные подходы к формированию эффективной, продуктивной, рациональной маркетинговой стратегии, реализация которой позволит достичь желаемого результата. Основное внимание сосредоточено на теоретических основах конкурентоспособности и формировании конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, конкурентные преимущества, конкурентный потенциал, стратегический менеджмент, стратегический маркетинг, стратегия развития, теория конкуренции.*

The article describes the essence of competitiveness and its types. Emphasis is placed on the competitive advantages that affect the competitiveness of the enterprise and its operation as a whole. The basic approaches to obtaining competitive advantages in the organization, their types and features are determined. The basic aspects of development of the enterprise and increase of its competitiveness are covered. The views on peculiarities of formation of competitive advantages of domestic enterprises are presented on the basis of the analysis of peculiarities of firm development in the conditions of fierce competition. On the basis of a detailed analysis of the internal and external environment of the business entities, the basic approaches to the formation of an effective, productive, rational, marketing strategy, the implementation of which will allow to achieve the desired result. The main focus of the study is on the theoretical foundations of competitiveness and the formation of competitive advantages. It is argued that an important area of competitive advantage formation is to develop an effective development strategy for the enterprise, which will be based on the unique positioning of the enterprise, orientation to unique types of activity. It is specified that the process of forming competitive advantages of an enterprise begins with the idea of its creation by determining the appropriate source under the influence of internal and external factors, between which there is a close relationship. The results of the operation of enterprises depend to a large extent on the choice of competitive strategy, comprehensive development of a system of strategic management of competitiveness, achievement and realization of their competitive advantages. Mastering a competitive strategy is a vital problem and a necessary part of the strategic development management system for enterprises and organizations at the current level of development. In the context of globalization, it is essential to increase competition, which is accompanied by the emergence of a large number of competing enterprises in both domestic and foreign markets, increasing market demands, which is forcing the company constantly to develop its strategic potential, to look for possible ways of its effective use, to create new competitive advantages.

Key words: *competitiveness, competitive advantages, competitive potential, strategic management, strategic marketing, development strategy, competition theory.*

Постановка проблеми. Сьогодні у зв'язку з інтеграцією економіки України в європейський економічний простір та глобалізацією світової економіки суттєво змінюються умови функціонування підприємств України та спостерігається загострення конкурентної боротьби в усіх секторах економіки, а тому питання формування конкурентних переваг залишаються об'єктом актуального дослідження. Оптимізація конкурентоспроможності підприємства прямо пов'язана з його прибутковістю. Актуальне завдання управлінського апарату на підприємстві – це пошук унікальних конкурентних переваг в організації власного бізнесу, їх розвиток та утримання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В умовах посилення конкуренції на світовому і вітчизняному ринках є актуальною проблема досягнення й утримання конкурентних переваг. Формування конкурентних переваг на різних рівнях економічної системи досліджено у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців: М. Портера, Ф. Котлера, Р. Байя, Г. Азоєва, В. Василенка, В. Маркової, А. Вовчака, І. Должанського, Л. Лісовської, Л. Іванця, О. Янкового, А. Юданова, Р. Фатхутдінова, М. Чорної та ін. Також тему конкурентних переваг протягом багатьох десятиліть досліджували: І. Ансофф, А. Войчак,

Р. Ж.-Ж. Ламбен, І. Коломоєць, М. Портер, А. Сміт, Й. Шумпетер, Л. Лісовська та інші. Кожен із них мав власне визначення змісту конкуренції, її взаємозв'язку з іншими економічними аспектами, впливу на діяльність підприємства і формування самого поняття «конкурентна перевага».

Необхідно відзначити, що основна кількість наукових розробок у цій галузі зводиться до двох особливостей: перша – підприємства повинні використовувати конкурентні стратегії залежно від своєї ролі на цільовому ринку; друга – всі підходи мають індивідуальні відмінності один від одного, і застосування тієї чи іншої стратегії тягне за собою різні результати діяльності фірми. Однак, незважаючи на всі особливості, визначені провідними вченими-економістами, сьогодні не досить визначеним залишається методичний інструментарій формування конкурентної стратегії, який дав би можливість розвинути потенційні конкурентні переваги підприємства [6, с. 127].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних підходів до управління конкурентними перевагами і вивчення сутності підходів до джерел формування, аналіз взаємозв'язків між концепціями конкурентних переваг.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній науці немає точних відомостей щодо того, хто і коли першим запровадив у науковий обіг термін „конкуренція". Перші найбільш цілісні теоретичні положення про рушійні сили конкурентної боротьби з'явилися лише у середині XVIII сторіччя. І головна заслуга в цьому належить класичній політичній економії, представники якої на основі багаторічних досліджень сформували принципи досконалої конкуренції. Вихідним положенням класичної теорії був принцип абсолютних переваг, сформульований А. Смітом. Видатний економіст вперше довів, що конкуренція, урівнюючи норми прибутку, приводить до оптимального розподілу праці і капіталу. У своїй фундаментальній роботі „Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй" (1776 р.) він визначив поняття конкуренції як суперництво й ототожнив її з „непомітною рукою", яка начебто смикає за ниточки підприємців, змушуючи їх діяти відповідно до якогось ідеального плану розвитку економіки [7].

У сучасній економічній науці немає однозначного поняття конкурентоспроможності. Прийнято вважати, що конкурентоспроможність – це ключові фактори успіху, що формуються підприємством у процесі визначення його мети та цілей існування під час розроблення стратегії успішного розвитку у певній галузі з урахуванням тенденцій розвитку економіки країни. Також є думка, що конкурентоспроможність – це загальна характеристика товарів, що вказує на певну низку конкурентних переваг порівняно з аналогічними товарами-конкурентами на ринку в умовах жорсткої конкуренції.

Таким чином, визначають конкурентноздатність двох видів:

– конкурентоздатність підприємства;

– конкурентоздатність продукції.

Конкурентоспроможність підприємства – це рівень її компетенції щодо інших фірм-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу.

Конкурентоспроможність товару – це ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або вибраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо [11].

Зрозуміло, що для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно вирішити низку завдань із розширення асортиментної лінійки та вдосконалення виробничої діяльності з підвищенням якісних показників готової продукції та визначити низку конкурентних переваг [3].

Конкурентна перевага – це будь-який чинник, що дає змогу підприємству досягти фінансових результатів. Набуття й утримання конкурентних переваг підприємствами залежить передусім від їх джерел. До основних джерел стійкої конкурентної переваги М. Портер відносить: унікальну конкурентну позицію підприємства; ретельно підібрану систему видів діяльності; ставлення до конкурентів (компроміси, співробітництво тощо); визначення ключових факторів успіху [6].

Для визначення конкурентних переваг підприємства для початку потрібно вибрати підходи, що будуть застосовуватися для цього. Такий аналіз наведено у статті Дж. Дея та Б. Венслі [10], які виділяють два основних підходи до отримання конкурентних переваг: перший підхід акцентований на споживачах, а інший підхід – на конкурентах.

Підхід, акцентований на споживачах, передбачає, що підприємство отримує конкурентні переваги, коли його товари краще, ніж товари конкурентів, задовольняють потреби споживачів. Тому вважається, що цей підхід є більш задовільним із погляду концепції маркетингу. Застосування цього підходу передбачає концентрацію фірми на потребах споживачів, застосування методів, які посилюють об'єктивне та суб'єктивне задоволення споживачів товарами фірми [5].

На противагу попередньому підхід, орієнтований на конкурентів, заснований на стратегії і тактиці протидії конкурентам. У межах цього підходу можуть використовуватися два способи досягнення конкурентних переваг: лідерство за витратами та сукупність дій із погіршення якості конкурентного середовища [1].

Основна відмінність більшості вітчизняних підприємств, а особливо промислових, від їхніх закордонних конкурентів полягає у тому, що вони на порядок чи у кілька разів менш ефективні і капіталомісткі. Відповідно, для формування власних

конкурентних переваг необхідно або вкладати в розвиток стільки ж ресурсів, скільки вкладають закордонні конкуренти, що дуже проблематично, або концентрувати свої ресурси тільки на найбільш перспективних напрямах діяльності [4].

У сучасної теорії конкуренції є різноманітні концепції, методи, моделі й інструменти щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства та зміцнення конкурентних переваг. Але, на жаль, на практиці вітчизняні підприємства впроваджують лише невелику частину теоретичних винаходів. Така тенденція пов'язана з їхньою невідповідністю специфіці конкурентного середовища і недостатньою кваліфікацією окремих підрозділів керівництва, що значно гальмує розвиток підприємства та зміцнення його позицій на ринку серед конкурентів.

Конкурентний потенціал – це певна економічна категорія, розвиток якої дає змогу сформувати механізми та інструменти для підвищення конкурентоспроможності підприємств з урахуванням усіх сучасних умов господарювання, пов'язаних із глобалізацією економічних процесів і посиленням міжнародної конкуренції, особливостей функціонування підприємства та залежно від його конкурентних переваг.

Конкурентний потенціал підприємства відображає наявність у нього можливостей із формування довготривалих конкурентних переваг. Конкурентний потенціал, з одного боку, забезпечує ефективну реалізацію конкурентної стратегії, сприяє збереженню або збільшенню частки ринку і тим самим забезпечує конкурентоспроможність підприємства, а з іншого – створює умови для розвитку і поліпшення конкурентної позиції підприємства у майбутньому [7].

Через мінливі сучасні економічні умови підприємства змушені постійно відстежувати зміни коливання попиту на ринку, вартість сировини, ресурсів, основних засобів тощо, що впливають на діяльність підприємства. Тому проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства залежить від ступеня використання сучасних підходів управління, впровадження стратегічного менеджменту, застосування стратегічного маркетингу та проводження своєчасного контролю. Актуальним залишається питання щодо формування ефективної стратегії господарювання, яка би перетворила об'єкт господарювання на лідера ринку.

У процесі оптимізації підходів до конкурентоспроможності також повинні досліджуватися такі питання, як вивчення уподобань споживачів, аналіз діяльності конкурентів, створення нового продукту з високоякісної сировини, зменшення собівартості виробів, покращення обслуговування, вдосконалення технічної бази, налагодження зовнішньоекономічних зв'язків, розвиток логістики та стратегічного маркетингу, впровадження інноваційно-комунікативних та фінансово-облікових технологій, підвищення інвестиційної привабливості.

Крім вищезазначених факторів, у сучасних умовах господарювання також слід враховувати і такі важливі фактори, як управління інноваціями та технологіями, процес та технологія виробництва, використання інформації, управління людськими ресурсами, управління змінами тощо.

Утримання стійких конкурентних позицій на ринку передбачає розроблення шляхів підвищення ефективності виробництва за наявності стратегії функціонування в конкурентному середовищі. Досліджуючи конкурентоспроможність як довгостроковий процес, який здійснюється відповідно до вибраної стратегії розвитку підприємства, можна виділити низку заходів щодо забезпечення організацією досягнення власних конкурентних переваг, таких як:

– зниження собівартості виробу;
– підвищення пріоритетності;
– зміна якості та технічних параметрів виробу;
– виявлення недоліків товарів конкурента;
– впровадження інновацій;
– виявлення переваг власних товарів порівняно із замінниками;
– використання цінових факторів підвищення конкуренції;
– вплив на споживача шляхом проведення реклами, надання кредиту;
– пошук нових сфер використання та збуту продукції тощо [11].

Спрямованість підприємства на інноваційний вектор розвитку є першим кроком до підвищення ефективності ведення конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на зовнішньому туристичних ринках. Саме розуміння неминучості посилення вимог до гнучкості та індивідуалізації продукції або послуг буде ключовим моментом у наданні споживачами переваги, і ті, хто будує такі системи сьогодні, захищені від інформаційно-технологічних змін на ринку завтра. З погляду стратегічної конкурентноздатності, підприємствам необхідно нарощувати темпи освоєння нових технологій у товарній та управлінській сферах, залучати додатковий капітал для розвитку ІТ-складника підприємства та розробляти власні інноваційні проекти для подальшої їх комерціалізації [2].

Висновки з проведеного дослідження. З огляду на умови сучасних інтеграційних процесів, поглиблення процесів світової глобалізації в Україні, всі фактори та принципи забезпечення конкурентоспроможності підприємств та продукції повинні бути послідовними, взаємопов'язаними та доповнювати один одного. Запорука успішного, конкурентноздатного підприємства не тільки на ринку України, але й на всесвітньому – це розроблення стратегії розвитку та підвищення конкурентноздатності вітчизняного виробництва,

визначення цілей підприємства, організація та реалізація всіх необхідних заходів для досягнення певної мети підприємства та пильний контроль за дотриманням порядку виконання цих завдань.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аранчій В.І. Теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій аграрних підприємств. URL: http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.3/3.pdf. (дата звернення: 14.05.2020).

2. Боковець В.В., Денисович Є.С., Зайцева Д.Є. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі. Електронний науково-практичний журнал: Інфраструктура ринку. Одеса:Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій. 2018. № 17. С. 79–85.

3. Боковець В.В. Формування та оцінка конкурентного середовища на підприємствах харчової промисловості. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Глобальні виклики для сільського господарства та харчової промисловості» (Київ, 23–24 травня 2019 р.). К.: НУБіП України, 2019. С. 15–18. (дата звернення: 16.02.2020).

4. Грозный И.С. Конкурентные преимущества предприятия: стратегия достижения в инновационном аспекте: монографія. Донецк: Схід, 2008. 328 с. (дата звернення: 03.02.2020).

5. Зозульов О. Місце маркетингу у посиленні конкурентних позицій підприємства. Маркетинг і реклама. № 9. 2002. С. 44–47.

6. Калюжний В.Я., Зубко Т.Л. Підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес №3 (13).* 2015. С. 127–132.

7. Пермінова С.О., Савицька О.М., Омельченко Я.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в контексті стратегічного розвитку. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка».* 2017. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6049 (дата звернення: 19.02.2020).

8. Портер М. Конкуренция. М. Портер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с. (дата звернення: 19.02.2020).

9. Резнікова О.С. До визначення поняття «Конкурентоспроможність підприємства» в умовах глобалізації. *Економічний вісник Донбасу*. 2013. Вип.2(32). С. 123–128.

10. Фролова В.Ю. Стратегічний підхід в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. URL: http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/25102/1.pdf. (дата звернення: 20.02.2020).

11. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства та продукції. URL: http://ua.textreferat.com/referat-21731-1.html (дата звернення: 12.02.2020).

12. Wensley R. Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. Journal of Marketing. vol. 52, pp. 65–72.

REFERENCES:

1. Aranchiy V.I. Teoretychni aspekty formuvannja konkurentnykh strateghij aghrarnykh pidpryjemstv [Theoretical aspects of the formation of competitive strategies of agricultural enterprises]. Available at: http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.3/3.pdf. (accessed 14 February 2020).

2. Bokovets V.V., Denisovich E.S., Zaitseva D.E. (2018) Innovaciji jak faktor pidvyshhennja konkurentospromozhnosti pidpryjemstv turystychnoji ghaluzi. [Innovation as a factor in improving the competitiveness of tourism enterprises]. *Electronic scientific and practical journal: Market Infrastructure. Odessa: Black Sea Research Institute of Economics and Innovation*, no. 17, pp.79–85.

3. Bokovets V.V. (2019) Formuvannja ta ocinka konkurentnogho seredovyshha na pidpryjemstvakh kharchovoji promyslovosti. [Formation and evaluation of competitive environment in food industry enterprises]. *Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "Global Challenges for Agriculture and the Food Industry" (Kyiv, May 23–24, 2019).* K .: NULES of Ukraine, pp.15–18.

4. Grozny I.S. (2008) Konkurentnыe preymushhestva predpryjatyja: strateghyja dostyzhenyja v ynnovacyonnom aspekte [Competitive advantages of the enterprise: strategy of achievement in innovative aspect]: [monograph] Donetsk: East.

5. Zozuliov O. (2002) Misce marketynghu u posylenni konkurentnykh pozycij pidpryjemstva. Marketyngh i reklama. [The place of marketing in strengthening the competitive position of the enterprise. Marketing and advertising]. No 9, pp.44–47.

6. Kalyuzhny V.Ya., Zubko T.L. (2015) Pidvyshhennja konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Increasing the competitiveness of the enterprise]. *Economy. Management. Business* vol.3, no.13, pp. 127–132.

7. Permina S.O., Savitska O. M., Omelchenko Y.V. (2017) Pidvyshhennja konkurentospromozhnosti pidpryjemstv v konteksti strateghichnogho rozvytku [Increasing the competitiveness of enterprises in the context of strategic development]. *Electronic scientific special edition "Effective economy".* Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6049 (accessed 19 February 2020).

8. Porter M. (2005) Konkurencyja [Competition]. M. Porter; trans. with English. – M .: Williams.

9. Reznikova O.S. (2013) Do vyznachennja ponjattja «Konkurentospromozhnistj pidpryjemstva» v umovakh ghlobalizaciji. [By defining the concept of "Competitiveness of the enterprise" in the conditions of globalization]. *Economic Bulletin Donbass,* vol.2, no.32, pp. 123–128.

10. Frolova V.Yu. Strateghichnyj pidkhid v upravlinni konkurentospromozhnistju pidpryjemstva [Strategic Approach in Managing the Competitiveness of the Enterprise]. Available at: http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/25102/1.pdf (accessed 20 February 2020).

11. Shljakhy pidvyshhennja konkurentospromozhnosti pidpryjemstva ta produkciji [Ways to improve the competitiveness of enterprises and products]. Available at: http://ua.textreferat.com/referat-21731-1.html (accessed 20 February 2020)

12. Wensley R. (1988) Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. *Journal of Marketing*. vol. 52, pp. 65–72.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

FORMATION OF EFFECTIVE MOTIVATIONAL MECHANISM AT THE ENTERPRISE

УДК 331
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-23

Васюта В.Б.
к.т.н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Vasiuta Viktoriia
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

У статті розглядається питання формування ефективного мотиваційного механізму на підприємстві. У країнах із розвинутою ринковою економікою широко застосовується управління працею з використанням мотиваційного аспекту. Аналіз ефективності наявної системи мотивації на підприємстві є основою для розроблення практичних рекомендацій щодо напрямів удосконалення мотиваційного механізму. Ефективним можна вважати такий мотиваційний механізм, який враховує специфіку діяльності підприємства, передбачає ті методи мотивації, що є найбільш доречними для нього. У статті проаналізовано наявну систему мотивації персоналу на підприємстві. На основі проведеного дослідження виявлено, що наявна на підприємстві система мотивації потребує удосконалення. Проведено моніторинг персоналу, запропоновано практичні рекомендації щодо напрямів удосконалення мотиваційного механізму на підприємстві та оцінено ефективність запропонованих заходів.

Ключові слова: *мотивація, мотиваційний механізм, персонал, методи мотивації, мотиваційний моніторинг.*

В статье рассматривается вопрос формирования эффективного мотивационного механизма на предприятии. В странах с развитой рыночной экономикой широко применяется управление трудом с использованием мотивационного аспекта. Анализ существующей системы мотивации на предприятии является основой для разработки практических рекомендаций по направлениям усовершенствования мотивационного механизма. Эффективным можно считать такой мотивационный механизм, который учитывает специфику деятельности предприятия, предполагает те методы мотивации, которые являются наиболее уместными для него в настоящее время. В статье проанализирована существующая система мотивации персонала на предприятии. На основе проведенного исследования выявлено, что существующая на предприятии система мотивации требует усовершенствования. Проведен мониторинг персонала, предложены практические рекомендации по направлениям усовершенствования мотивационного механизма на предприятии и оценена эффективность предложенных мероприятий.

Ключевые слова: *мотивация, мотивационный механизм, персонал, методы мотивации, мотивационный мониторинг.*

The article discusses the formation of an effective motivational mechanism in the enterprise. The questions of the motivational mechanism are devoted to the scientific works of many domestic and foreign scientists and economists. In countries with developed market economies, labor management is widely used using the motivational aspect. At the present stage, a necessary condition for improving the production results of domestic enterprises is the formation of an effective motivational mechanism. Analysis of the existing motivation system in the enterprise is the basis for the development of practical recommendations for improving the motivational mechanism. The relevance of this issue contributed to the choice of research topic, formed the goal, objectives and its structure. An effective motivational mechanism should be based on the current system of material and non-material incentives comply with the development strategy of the enterprise, ensure a balance of interests of workers and the enterprise, and direct efforts to achieve certain goals. Such a motivational mechanism can be considered effective, which takes into account the specifics of the enterprise, suggests those methods of motivation that are currently most appropriate for him. The following can contribute to the improvement of the motivational mechanism at the enterprise: conducting internal diagnostics of personnel activity efficiency; systemic motivational monitoring; involvement of personnel management specialists. The article analyzes the existing system of personnel motivation in the enterprise. Based on the study, it was revealed that the incentive system existing at the enterprise requires improvement. One of the tools to motivate an employee is salary. Workers evaluate their level of wages with that which they could receive while working in another enterprise, or with the average in the industry. The analysis showed that in terms of competitiveness, the wage system at the enterprise during the study period can be considered ineffective with the dynamics of deterioration. On the basis of the personnel monitoring conducted, practical recommendations for improving the motivational mechanism at the enterprise are proposed and the effectiveness of the proposed measures is evaluated.

Key words: *motivation, motivational mechanism, staff, methods of motivation, motivational monitoring.*

Постановка проблеми. Мотиваційний механізм являє собою комплекс організаційно-економічних, матеріально-технічних та інших інструментів і методів спонукання до ефективної праці працівників підприємства. Механізм мотивації до праці реалізується за допомогою системи інтересів та стимулів. У країнах із розвинутою ринковою економікою широко застосовується управління працею з використанням мотиваційного аспекту [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мотивація є важливим інструментом підвищення ефективності праці. Всі наявні теорії мотивації мають свої переваги та недоліки, жодна теорія не є досконалою [2]. Для сучасних вітчизняних підприємств ефективною є модель Портера-Лоулера, за якою рівень витрачених працівником зусиль буде залежати від цінності винагороди і від сприйняття того, що він отримає її у разі підвищення результативності своєї праці [3]. Наскільки працівник буде впевнений у стабільності винагороди за свою працю, настільки підвищиться її результативність. Отже, на сучасному етапі необхідною умовою підвищення результатів виробництва вітчизняних підприємств є формування ефективного мотиваційного механізму.

Питанням мотиваційного механізму присвячені наукові роботи В. Дедекаєва, М. Карліна, М. Збарського, В. Рябоконя та інших. [4]. Водночас недостатня увага приділялась ефективності формування мотиваційного механізму

на підприємствах у сучасних умовах. Важливість цього питання зумовила вибір теми дослідження, сформувала мету, завдання і його структуру.

Постановка завдання. Мета статті полягає у розробленні практичних рекомендацій щодо напрямів удосконалення мотиваційного механізму на ПрАТ «Кременчукм'ясо». Об'єктом дослідження є мотиваційний механізм праці, а також результати господарської діяльності ПрАТ «Кременчукм'ясо». Предметом дослідження є сукупність теоретико-методологічних і практичних аспектів удосконалення мотиваційного механізму праці на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективний мотиваційний механізм повинен ґрунтуватися на діючій системі матеріального і нематеріального стимулювання, відповідати стратегії розвитку підприємства, забезпечувати баланс інтересів працівників і підприємства, спрямовувати зусилля на досягнення визначених цілей [2]. Саме завдяки об'єктивному оцінюванню результатів діяльності працівника та наданню йому справедливої винагороди керівництво підприємства може впливати на рівень його вмотивованості. Ефективним можна вважати такий мотиваційний механізм, який враховує специфіку діяльності підприємства, передбачає ті методи мотивації, що є найбільш доречними для нього натепер [4]. ПрАТ «Кременчукм'ясо» працює в складних умовах конкуренції і розширення ринків збуту продукції. Для оцінки наявної системи мотивації праці на ПрАТ «Кременчукм'ясо» було проаналізовано трудові показники, що характеризують ефективність використання персоналу.

Аналіз свідчить про зростання протягом 2016–2018 років обсягів виробництва продукції у вартісних показниках. Рівень продуктивності праці у 2018 році зріс на 7,30% порівняно із 2017 роком, а за три роки цей показник зріс на 32,36% та 32,33% відповідно. Значення показника трудомісткості продукції у вартісному вимірюванні зменшилося за три роки на 20,53%.

Аналізуючи отримані результати у натуральних показниках, ми бачимо спад виробництва, зниження середньорічного виробітку працівника та зростання трудомісткості продукції. Відомо, що натуральні показники є більш об'єктивними для аналізу, тому робимо висновок, що ця динаміка негативна і свідчить про зниження рівня продуктивності праці.

Важливим фактором, що впливає на рівень продуктивності праці, є ефективність використання робочого часу працівниками підприємства. На ПрАТ «Кременчукм'ясо» спостерігається зменшення кількості відпрацьованого часу одним працівником у 2017 році та збільшення у 2018 році на 3,52%. За три роки цей показник зменшився на 0,44%. Ефективність використання фонду робочого часу працівників підприємства у 2017 році порівняно з 2016 роком зросла, а у 2018 році зменшилася на 4,97% (рис. 1). За три роки зростання становило 5,18%.

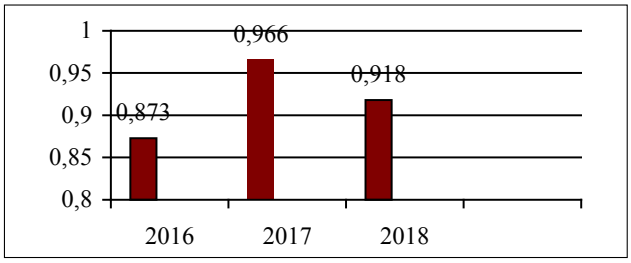


Рис. 1. Коефіцієнт ефективності використання фонду робочого часу

Джерело: узагальнено автором

Вмотивований працівник буде намагатися працювати краще, докладаючи максимум зусиль для збереження робочого місця на цьому підприємстві. У намаганні працівника максимально виявляти свої сили і здібності, використовувати отриманий досвід і знання для досягнення найвищих результатів праці і проявляється його ставлення до праці [5]. Ефективність системи мотивації персоналу на підприємстві можна аналізувати за інтенсивністю руху працівників. Проблема високої плинності є важливою для кожного підприємства. Нехтування нею приводить до виникнення ризиків та майбутніх втрат із боку підприємства. Вони зумовлені труднощами у пошуку необхідних кадрів на вакантні місця, витратами, пов'язаними з навчанням такого працівника або його адаптацією [6]. Аналізуючи рівень плинності на ПрАТ «Кременчукм'ясо» за 2016–2018 роки, можна відзначити перевищення нормативного значення (рис. 2).

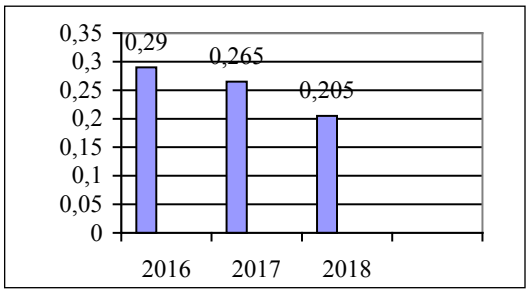


Рис. 2. Динаміка плинності кадрів на ПрАТ «Кременчукм'ясо» за 2016–2018 роки

Джерело: узагальнено автором

У теорії мотивації розглядають велику кількість видів мотивації на підприємствах. Найбільш поширеними на вітчизняних підприємствах є матеріальна та нематеріальна мотивація. Основним інструментом матеріальної мотивації є заробітна плата. За період 2016–2018 рр. середньорічна та середньомісячна заробітна плата працівників підприємства зростає. Ця тенденція є позитивною для стимулювання працівників до підвищення результативності праці, але за умови зростання

її показників, а не рівня мінімальної заробітної плати в Україні.

Ефективність системи оплати праці на підприємстві з позицій працівника можна оцінювати за такими показниками, як [7]:

1. Показник конкурентоспроможності заробітної плати. Показує, у наскільки вигідному (невигідному) становищі перебуває працівник за рівнем оплати праці порівняно ыз ситуацією, що склалася в середньому у галузі. За показником конкурентоспроможності систему оплати праці на товаристві можна вважати неефективною, оскільки показник менше 1 (рис. 3).

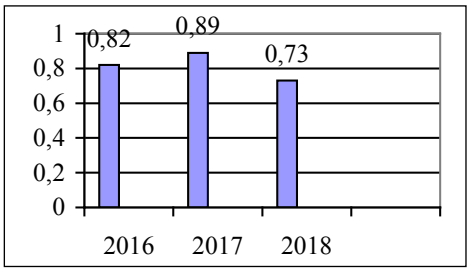


Рис. 3. Динаміка показника конкурентоспроможності заробітної плати

Джерело: узагальнено автором

2. Співвідношення середньої заробітної плати із соціальними стандартами. Як соціальний стандарт будемо використовувати законодавчо затверджений розмір прожиткового мінімуму. Виходячи з того, що цей показник повинен бути більше 2, систему оплати праці за цим показником можна вважати ефективною (рис. 4).

З позиції підприємства показник зарплатовіддачі на ПрАТ «Кременчукм'ясо» за три роки зменшився на 7,46%, збитковість витрат на заробітну плату збільшилася на 17,95%. Фінансова продуктивність одного працівника зростає і свідчить про збільшення частки чистого збитку, що приходиться на одного працівника.

Однією із функцій, які повинна виконувати заробітна плата, є стимулююча функція.

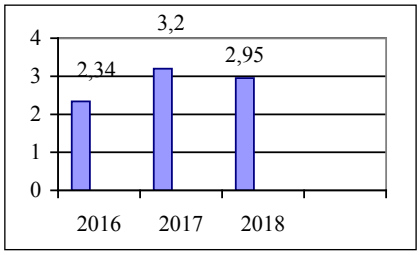


Рис. 4. Співвідношення середньої заробітної плати із соціальними стандартами

Джерело: узагальнено автором

Стимулювання відбувається за рахунок частки фонду оплати праці, а саме фонду додаткової заробітної плати та заохочувальних і компенсаційних виплат. Аналіз показує, що фонд оплати праці штатних працівників товариства збільшився на 34,41%. У складі фонду оплати праці спостерігається збільшення фонду основної заробітної плати на 59,56%, зменшення додаткової на 22,52%, зменшення суми заохочувальних та компенсаційних виплат на 19,76% (рис. 5).

Структура заробітної плати є оптимальною, коли частка основної заробітної плати в загальному фонді оплати праці становить 70–75%. З цього можна дійти висновку, що система мотивації на ПрАТ «Кременчукм'ясо» потребує вдосконалення, заробітна плата стимулюючу функцію не виконувала у 2017–2018 роках. Спостерігається зростання розміру витрат на виплату надбавок і доплат та преміальних виплат. Питома вага премій та винагород, що мають систематичний характер, зростає (рис. 6).

Така диспропорція в динаміці складу та структури фонду оплати праці не сприяла зростанню стимулюючої ролі оплати праці, а отже, і її ефективності, що підтверджено виконаним аналізом.

Способи мотивації праці прийнято ділити на матеріальні і нематеріальні. Матеріальне стимулювання ґрунтується на основних результатах виробничої та фінансово-господарської

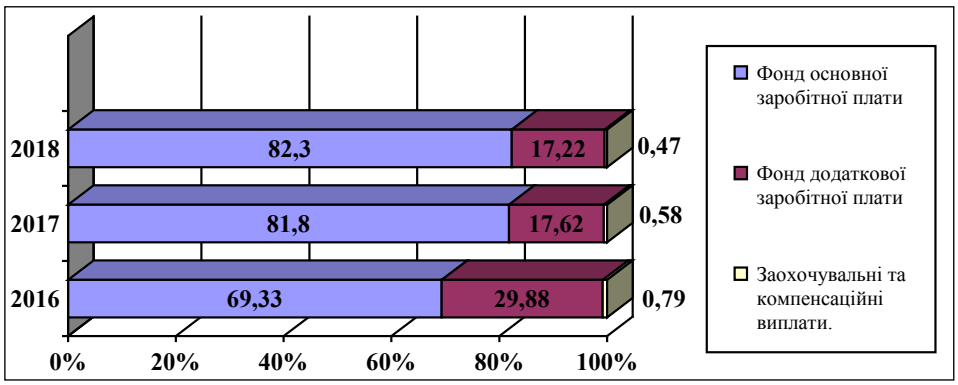


Рис. 5. Аналіз структури фонду оплати праці на товаристві за 2016–2018 роки

Джерело: узагальнено автором

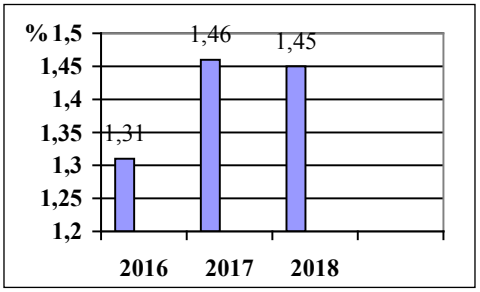


Рис. 6. Питома вага премій та винагород, що мають систематичний характер, у фонді оплати праці ПрАТ «Кременчукм'ясо» за 2016–2018 роки

Джерело: узагальнено автором

діяльності підприємства. Аналіз показав, що господарська діяльність ПрАТ «Кременчукм'ясо» за 2016–2018 роки була неефективною, підприємство отримувало збиток. Отже, товариство не мало можливості застосовувати матеріальне стимулювання працівників.

Відомо, що винагороди можуть бути зовнішні (грошові виплати, просування по службі) та внутрішні (відчуття у працівника успіху при досягненні мети). Є багато нематеріальних стимулів, що спонукають співробітників до кращої праці. До таких належить і розроблення системи планування службової кар'єри. Кожен працівник має бути вмотивований насамперед впевненістю у своєму майбутньому, чого, на жаль, на ПрАТ «Кременчукм'ясо» нині немає.

Не менш важливою є нематеріальна мотивація, особливо у випадках, коли матеріальне стимулювання неможливе через погіршення фінансових результатів діяльності підприємства. Особливу увагу варто приділити наявності на підприємстві соціального пакету. Соціальний пакет – це винагорода, яку здійснює роботодавець за працю. Це винагорода нефінансового характеру, що здійснюється понад встановлені законодавством норми. Характерним для соціального пакету є те, що його наявність надає підприємствам додаткові конкурентні переваги під час залучення до роботи більш кваліфікованого працівника [8]. ПрАТ «Кременчукм'ясо» має соціальний пакет для персоналу та базове підвищення кваліфікації працівників. Проте на підприємстві не виділяється досить коштів для навчання персоналу.

Інший вид нематеріальної мотивації – це соціальні вигоди. Цей вид мотивації вимагає порівняно невеликих витрат протягом року на одного працівника, проте підвищує статус підприємства в очах персоналу, оскільки працівник відчуває турботу про себе з боку керівництва. Крім того, медичний огляд, наприклад, дає змогу попереджати захворюваність працівників. У майбутньому це дасть можливість уникнути появу невідпрацьованого часу через відсутність працівника з причин хвороби. Сприяти удосконаленню мотиваційного механізму на ПрАТ «Кременчукм'ясо» можна через: проведення внутрішньої діагностики ефективності діяльності персоналу; системне проведення мотиваційного моніторингу; залучення фахівців з управління персоналом. За допомогою мотиваційного моніторингу виявляються потреби працівників і вимірюється ступінь задоволення цих потреб на момент проведення моніторингу. Цим можна спонукати працівників досягати цілей підприємства [9]. Але важливим є те, що система мотивації, що аналізується або запроваджується сьогодні, може стати недієвою у майбутньому [10]. Це пояснюється постійною зміною потреб людини під впливом великої кількості внутрішніх та зовнішніх факторів. Тому для оцінки мотивації трудової діяльності в динаміці необхідно проводити

Таблиця 1

Заходи з удосконалення мотиваційного механізму на ПрАТ «Кременчукм'ясо»

Перелік заходів	Результат
1. Вдосконалення структури фонду оплати праці (підвищення мотивуючої ролі заробітної плати)	1. Зацікавленість працівника у підвищенні ефективності своєї праці
2. Ефективне використання робочого часу	2. Підвищення продуктивності праці
3. Покращення умов праці	3. Працівник відчуває себе комфортно і затишно, отже, підвищується продуктивність праці і відчуття задоволеності
4. Оновлення основних фондів	4. Підвищення продуктивності праці
5. Створення умов для соціальної активності працівників підприємства	5. Створення на робочих місцях духу єдиної команди
6. Організація харчування	6. Задовольняються потреби працівників. Покращуються умови відпочинку, що впливають на підвищення ефективності праці.
7. Виділення коштів на навчання працівників	7. Таке навчання дає можливість відійти від щоденної роботи, отримати нові знання, новий мотиваційний заряд. Забезпечення можливості для кар'єрного зростання, підвищення кваліфікації, що призводить до підвищення результативної діяльності підприємства

Джерело: узагальнено автором

моніторинг мотиваційних процесів систематично. На основі проведеного моніторингу персоналу ПрАТ «Кременчукм'ясо» розроблено заходи з удосконалення мотиваційного механізму (табл. 1).

Велика роль у формуванні ефективного мотиваційного механізму на підприємстві відводиться відділу управління персоналом, у функції якого входить виявлення окремих мотиваційних чинників та визначення їхнього впливу на діяльність персоналу підприємства [11]. Отже, суб'єктом удосконаленого мотиваційного механізму на ПрАТ «Кременчукм'ясо» повинна стати служба управління персоналом, яка не тільки виконує функції мотивації та стимулювання праці персоналу, але й реалізує весь комплекс завдань щодо управління персоналом від планування до охорони праці.

Підвищення ефективності використання працівників за рахунок удосконалення мотиваційного механізму на ПрАТ «Кременчукм'ясо» насамперед може вплинути на розмір чистого доходу. Побудовано математичну модель залежності чистого доходу підприємства від групи факторів, проведено апроксимацію тренду. Для розроблення цієї моделі було застосовано кореляційно-регресивний аналіз. З усіх отриманих результатів взято до уваги модель залежності розміру чистого доходу від показника стимулювання матеріальної зацікавленості. Абсолютне зростання чистого доходу, тобто величина сукупного річного економічного ефекту від зростання показника стимулювання матеріальної зацікавленості, становило 28 489,61 тис. грн.

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження виявлено, що наявна на ПрАТ «Кременчукм'ясо» система мотивації потребує удосконалення. За показником конкурентоспроможності систему оплати праці на товаристві за 2017–2018 роки можна вважати неефективною з динамікою до погіршення. Це породжує невдоволення працівників та спричиняє плинність. Запропоновано практичні рекомендації щодо напрямів удосконалення мотиваційного механізму на підприємстві та оцінено ефективність запропонованих заходів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Павловська Н. Щодо посилення мотивації до праці. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 3. С. 16–20 с.

2. Причепа І. В., Яворська К. Л. Формування мотиваційного механізму стимулювання персоналу промислових підприємств за сучасних умов господарювання. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.5.57 (дата звернення: 24.12.2019).

3. Столбуненко Н.М., Іванчо В.А. Сучасні тенденції формування системи мотивації та стимулювання персоналу на сучасному підприємстві. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2019. Том 18. Вип. 3 (43). С. 217–232.

4. Кондрюк М. Роль мотиваційного механізму в стратегії управління підприємством. URL: http://oldconf.neasmo.org.ua/node/975 (дата звернення: 24.12.2019).

5. Власенко Т.Ю., Луценко І.В. Методи і принципи мотивації персоналу на підприємстві. *Молодий вчений.* 2019. № 1 (65). С.209–2012. URL: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-47 (дата звернення: 25.12.2019).

6. Шашина М.В., Тульчинський Р.В., Федотов О.Ю. Формування мотиваційної складової кадрової політики підприємства в умовах високого рівня мобільності робочої сили. *Агросвіт*. 2019. № 3. С. 48–52. URL: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.3.48 (дата звернення: 25.12.2019).

7. Дороніна О.А. Напрями удосконалення системи оплати праці як складова кадрової політики підприємства. URL: http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/1619 (дата звернення: 22.12.2019).

8. Зелена М.І. Соціальний пакет на підприємстві машинобудівної галузі як впливовий важіль в системі мотивації. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 4. С. 70–75. URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6943/1/7.pdf (дата звернення: 25.12.2019)

9. Васюта В.Б. Особливості формування ефективного мотиваційного механізму на підприємстві. *International journal «Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools»*. 2019. Vol. 31. Number 1. 239–249.

10. Струс Р.В. Коваль О.Г. Мишко О.В. Оптимізація управління підприємством шляхом мотивації персоналу. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 17. С. 373–377. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-55 (дата звернення: 25.12.2019)

11. Семенова Л.Ю., Татаринова К.С. Розробка ефективного мотиваційного механізму діяльності підприємства. *Молодий вчений.* 2019. № 1 (65). С. 238–241. URL: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-54 (дата звернення: 25.12.2019)

REFERENCES:

1. Pavlovskaya N. (2010) Shchodo posylennia motyvatsii do pratsi [Regarding motivation to work]. *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 3, pp. 16–20.

2. Prychepa I., Yavorska K. (2019) Formuvannia motyvatsiinoho mekhanizmu stymuliuvannia personalu promyslovykh pidpryiemstv za suchasnykh umov hospodariuvannia [Formation motivational mechanism of stimulation of industrial enterprises under the modern conditions of entrepreneurship] *Efektyvna ekonomika* [Effective economy] (electronic journal), no. 5. Available at: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.5.57 (accessed 24 December 2019).

3. Stolbunenko N.M., Ivancho V.A. (2019) Suchasni tendentsii formuvannia systemy motyvatsii ta stymuliuvannia personalu na suchasnomu pidpryiemstvi [Modern trends of formation of the staff motivation and stimulation system at the modern enterprise] *Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka upravlinnia*, no. 18, pp. 217–232.

4. Kondryuk M. (2013) Rol motyvatsiinoho mekhanizmu v stratehii upravlinnia pidpryiemstvom [The role of motivational mechanism in enterprise management strategy], Available at: http://oldconf.neasmo.org.ua/node/975 (accessed 24 December 2019).

5. Vlasenko T., Lutsenko, I. (2019) Metody i pryntsypy motyvatsii personalu na pidpryiemstvi [Methods and principles of personnel motivation at presentation] *Molodyj vchenyj* [Young Scientist] (electronic journal), no. 1 (65), pp. 209–2012. Available at: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-47 (accessed 24 December 2019).

6. Shashyna M., Tulchinsky R., Fedotov O. (2019) Formuvannia motyvatsiinoi skladovoi kadrovoi polityky pidpryiemstva v umovakh vysokoho rivnia mobilnosti robochoi syly [Formation of the motivational component of personnel policy of the enterprise in the conditions of high level of labor mobility] *Ahrosvit* [Ahrosvit] (electronic journal), no. 3, pp. 48–52. Available at: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.3.48 (accessed 24 December 2019).

7. Doronina O.A (2010) Napriamy udoskonalennia systemy oplaty pratsi yak skladova kadrovoi polityky pidpryiemstva [Areas of improvement wage system as part of personnel policy of the company], Available at: http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/1619 (accessed 22 December 2019).

8. Zelena M. (2018) Sotsialnyi paket na pidpryiemstvi mashynobudivnoi haluzi yak vplyvovyi vazhil v systemi motyvatsii [Social package on the machine-building company as an influence on the motivation system] *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu* [Herald of Khmelnytsky National University] (electronic journal), no. 4, pp. 70–75. Available at: http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6943/1/7.pdf (accessed 25 December 2019).

9. Vasiuta V. (2019) Osoblyvosti formuvannia efektyvnoho motyvatsiinoho mekhanizmu na pidpryiemstvi [Features of forming an effective motivational mechanism at the enterprise] *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools,* vol. 31, no. 1, pp. 239–249.

10. Strus R.V., Koval O.G., Myshko, O.V. (2018) Optymizatsiia upravlinnia pidpryiemstvom shliakhom motyvatsii personalu [Optimize enterprise management by motivating staff] *Ekonomika i suspilstvo* [Economy and Society] (electronic journal), no 17, pp. 73–377. Available at: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-55 (accessed 25 December 2019).

11. Semenova L., Tatarinova K. (2019) Rozrobka efektyvnoho motyvatsiinoho mekhanizmu diialnosti pidpryiemstva [Development of effective motivational mechanism of enterprise activities] *Molodyj vchenyj* [Young Scientist] (electronic journal), no. 1 (65), pp. 238–241. Available at: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-54 (accessed 25 December 2019).

APPLICATION OF METHODS OF ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING IN THE SYSTEM OF STAKEHOLDER RELATIONS AND THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ У СИСТЕМІ СТЕЙКХОЛДЕРНИХ ВІДНОСИН ТА ФОРМУВАННІ Й РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

UDC 334.021:658:69.009
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-24

Velychko Volodymyr
Candidate of Economic Sciences,
Assistant Lecturer at Department
of Entrepreneurship and Business
Administration
O.M. Beketov National University of Urban
Economy in Kharkiv
Grytskov Evgen
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of
Entrepreneurship and Business
Administration
O.M. Beketov National University of Urban
Economy in Kharkiv
Zubarev Dmitriy
Postgraduate Student at Department of
Entrepreneurship
and Business Administration
O.M. Beketov National University of Urban
Economy in Kharkiv

The aim of the study is to identify areas and features of the application of methods of economic and mathematical modeling in the system of stakeholder relations and the formation and implementation of social corporate responsibility of construction companies. The proposed areas of economic and mathematical modeling of the influence of the systemic factor of stakeholder relations on the integral indicator of the formation and use of social corporate responsibility of construction companies. It was determined that in order to increase the efficiency of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction enterprises, it is necessary to form a quantitative basis that takes into account stakeholders and the level of interaction of stakeholders. Based on the developed quantitative basis, reasonable management decisions are made in the areas of interaction between stakeholders and ensuring the formation and implementation of social corporate responsibility of construction companies.

Key words: *stakeholder relations, social corporate responsibility, construction enterprises, stakeholders, system factor, integrated indicator, economic and mathematical modeling, adequacy criteria.*

Целью исследования является определение сфер и выявление особенностей применения методов экономико-математического моделирования в системе взаимодействия с заинтересованными сторонами, формирования и реализации социальной корпоративной ответственности строительных компаний. Предложены направления экономико-математического моделирования влияния системного фактора взаимодействия заинтересованных сторон на интегральный показатель формирования и использования социальной корпоративной ответственности строительных компаний. Определено, что для повышения эффективности формирования и реализации социальной корпоративной ответственности строительных предприятий необходимо сформировать количественную основу, учитывающую уровень взаимодействия заинтересованных сторон. На основе разработанной количественной базы принимаются обоснованные управленческие решения в сферах взаимодействия заинтересованных сторон и обеспечения формирования и реализации социальной корпоративной ответственности строительных компаний.

Ключевые слова: *стейкхолдерные отношения, социальная корпоративная ответственность, строительные предприятия, стейкхолдеры, системный фактор, интегральный показатель, экономико-математическое моделирование, критерии адекватности.*

Доведена необхідність застосування методів економіко-математичного моделювання у системі стейкхолдерних відносин та формуванні й реалізації соціальної корпоративної відповідальності будівельних підприємств. Метою дослідження є визначення напрямів та виявлення особливостей застосування методів економіко-математичного моделювання у системі стейкхолдерних відносин та формуванні й реалізації соціальної корпоративної відповідальності будівельних підприємств. Для досягнення поставленої мети вирішуються наступні завдання: визначення напрямів економіко-математичного моделювання впливу стейкхолдерних відносин на рівень соціальної корпоративної відповідальності будівельних підприємств; характеристика критеріїв адекватності економіко-математичної моделі; представлення результатів економіко-математичного моделювання та їх інтерпретація. Запропоновані напрями здійснення економіко-математичного моделювання впливу системного чинника стейкхолдерних відносин на інтегральний показник формування та використання соціальної корпоративної відповідальності будівельних підприємств. Визначено системний чинник визначення видів стейкхолдерів, які взаємодіють у системі формування та реалізації соціальної корпоративної відповідальності будівельних підприємств. Побудовано економіко-математичну модель та визначені її критерії адекватності. Критерії адекватності, що свідчать про рівень впливу системного стейкхолдерного чинника на інтегральний показник формування й реалізації соціальної корпоративної відповідальності будівельних підприємств, вказують на достовірність та повноту встановлених зв'язків. Визначено, що для зростання ефективності формування й реалізації соціальної корпоративної відповідальності будівельних підприємств необхідно сформувати кількісне підґрунтя, які враховують стейкходлерні чинники та рівень взаємодії зацікавлених осіб. На основі розробленої кількісної основи приймаються обґрунтовані управлінські рішення щодо напрямів взаємодії стейкхолдерів та забезпечення формування й реалізації соціальної корпоративної відповідальності будівельних підприємств.

Ключові слова: *стейкхолдерні відносини, соціальна корпоративна відповідальність, будівельні підприємства, стейкхолдери, системний чинник, інтегральний показник, економіко-математичне моделювання, критерії адекватності.*

Problem Statement. Current business conditions require the adoption of sound management decisions to ensure stakeholder relations and the formation of social corporate responsibility of construction companies. The current state of these enterprises is determined by ambiguity, which is associated with a decrease in production and economic potential, a slowdown in the growth of key performance indicators, and the negative influence of external and internal factors. In such conditions, the development and use of an appropriate decision-making basis is of particular importance, and is formed on a quantitative basis. Its creation involves the application of modern methods of economic and mathematical modeling in

the system of stakeholder relations and the formation and implementation of corporate social responsibility as important factors affecting the development of construction enterprises. Thus, the research topic is relevant, and its development is timely.

Literature Review. The application of methods of economic and mathematical modeling in the study of economic processes are presented in scientific developments [1–9]. Along with this, there are unresolved issues regarding the application of methods of economic and mathematical modeling in the system of stakeholder relations and the formation of social corporate responsibility of construction companies.

Research Objective is to identify areas and identify features of the application of methods of economic and mathematical modeling in the system of stakeholder relations and the formation and implementation of social corporate responsibility of construction companies.

To achieve this goal, the following tasks are solved:

– determination of the directions of economic and mathematical modeling of the influence of stakeholder relations on the level of social corporate responsibility of construction enterprises;

– characterization of the criteria for the adequacy of the economic and mathematical model;

– presentation of the results of economic and mathematical modeling and their interpretation.

Key Results. Economic and mathematical modeling for research is implemented in the following areas:

1. The use of information and analytical support based on the assessment of the integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility and the system factor of the level of stakeholder relations of construction enterprises.

2. Establishing the relationship between the integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility and the system factor of the level of stakeholder relations based on the correlation and determination coefficient.

3. Construction of correlation fields, economic and mathematical models of the influence of the system factor on an integral indicator of the level of formation and implementation of social corporate responsibility of construction companies.

4. Definition of criteria that determine the adequacy of the developed economic and mathematical models.

5. Interpretation of the established relationships between the integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction companies and the systemic factor.

Summarizing the existing legal support for certain types of stakeholders that affect the social corporate responsibility of construction companies and form a systemic stakeholder structural factor (SKV_1): government bodies; bodies of state architectural and construction control (SKV_{12}); government bodies providing development and implementation of urban planning documentation (SKV_{13}); bodies for the formation of the urban cadastre (SKV_{14}); bodies providing the formation and use of land (SKV_{15}); subjects of architectural activity (SKV_{16}); social security authorities (SKV_{17}); bodies ensuring responsibility of enterprises, their associations, institutions and organizations for violations in the field of urban planning (SKV_{18}); housing reconstruction bodies (SKV_{19}); bodies carrying out architectural and technical supervision during the construction of an architectural object (SKV_{110}); bodies authorized to consider cases of violations in the field of urban development (SKV_{111}); domestic stakeholders engaged in investment activities in the construction industry (SKV_{112}); stakeholders providing the implementation of scientific and technical activities in construction (SKV_{113}), contractor (SKV_{114}); subjects providing innovative activity (SKV_{115}); customer (SKV_{116}); financial and credit institutions (SKV_{117}); organizations providing interaction with construction companies in the field of securities transactions (SKV_{118}); organizations that exercise external and internal control over the financial and economic activities of construction enterprises (SKV_{119}); insurance companies and companies that interact with construction enterprises (SKV_{120}); stakeholders supporting the formation and implementation of foreign investment (SKV_{121}); bodies providing external control over the activities of construction enterprises (SKV_{122}); workers (SKV_{123}); corporate governance bodies of construction enterprises (SKV_{124}); founder (SKV_{125}); top management (SKV_{126}); managers of different levels (SKV_{127}); other stakeholders (SKV_{128}).

The systemic factor that determines the types of stakeholders that interact in the system of formation and implementation of social corporate responsibility (SKV_1) is based on the following model:

$$\left\{\begin{matrix} SKV_{11}, SKV_{12}, SKV_{13}, SKV_{14}, SKV_{15}, SKV_{16}, \\ SKV_{17}, SKV_{18}, SKV_{19}, SKV_{110}, SKV_{111}, SKV_{112}, \\ SKV_{113}, SKV_{114}, \quad SKV_{115}, SKV_{116}, SKV_{117}, SKV_{118}, \\ SKV_{119}, \quad SKV_{120}, SKV_{121}, SKV_{122}, \quad SKV_{123}, SKV_{124}, \\ SKV_{125}, SKV_{126}, SKV_{127}, SKV_{128} \end{matrix}\right\} \subset SKV_1, \quad (1.1)$$

The proposed economic and mathematical model for assessing the systemic factor in determining the types of stakeholders that interact in the system of formation and implementation of social corporate responsibility of construction enterprises:

$$SKV_1 = \sqrt[28]{\begin{matrix} SKV_{11} x SKV_{12} x SKV_{13} x SKV_{14} x SKV_{15} x SKV_{16} x SKV_{17} x SKV_{18} x SKV_{19} \\ x SKV_{110} x SKV_{111} x SKV_{112} x SKV_{113} x SKV_{114} x SKV_{115} x SKV_{116} x SKV_{117} \\ x SKV_{118} x SKV_{119} x SKV_{120} x SKV_{121} x SKV_{122} x SKV_{123} x SKV_{124} x SKV_{125} \\ x SKV_{126} x SKV_{127} x SKV_{128} \end{matrix}}. \quad (1.2)$$

The adequacy criteria of the economic and mathematical model determine the influence of stakeholder relations on the level of social corporate responsibility of construction enterprises as follows:

correlation coefficient (R): determined based on model:

$$R = \frac{\sum_{i=1}^{n}(X_i - \bar{X})x(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^{n}(X_i - \bar{X})^2 \, x \sum_{i=1}^{n}(Y_i - \bar{Y})^2}}, \quad (1.3)$$

X_i, Y_i – values of quantities between which connections are established;

$\bar{X}$, $\bar{Y}$ – average values of integral indicators.

The correlation coefficient determines the level of influence of the independent variable x on the dependent factor c. The value of the correlation coefficient varies in the range from –1 to 1. A positive or negative value determines either direct or feedback between the indicators. Modulo the values of the correlation coefficient – if the indicator is 0 – there is no connection between the indicators;

– from 0.01 to 0.2 – low;
– 0.201 – 0.4 – inconsequential;
– 0.401 – 0.6 – moderate;
– 0.601 – 0.8 – significant;
– 0.801 – 0.99 – high;
– 1 – absolute.

The essence of the correlation coefficient is determined by how much the dependent variable changes from the independent one;

coefficient of determination (R^2): definition model:

$$R^2 = \sqrt{R}. \quad (1.4)$$

The determination coefficient is a more precise criterion that determines the level of influence of an independent variable on a dependent one; its value varies from 0 to 1 – depending on the level of their influence;

Student's t-test: assessment model:

$$t = \frac{M_1 - M_2}{\sqrt{m_1^2 + m_2^2}}, \quad (1.5)$$

M_1, M_2 – arithmetic mean values;

m_1, m_2 – the value of statistical errors of arithmetic mean integral indicators.

Student's t-test determines the feasibility of established relationships. Based on the student criterion, actual values are determined, which are compared with the corresponding standard values that are presented in the developed tables. In cases where the actual values of Student's t-test exceed its normative values, the established relationships are advisable and the study of relationships continues. Otherwise, the connection is unstable and impractical. In this case, the model is considered inadequate;

Fisher's F-test: determination model:

$$F = \frac{R^2}{1 - R^2} x \frac{(n - m - 1)}{m}, \quad (1.6)$$

n – number of observations regarding integral indicators.

It determines the level of materiality and significance of the established relationships between integral indicators. In this case, the actual value of the Fisher's F-test is determined, which is compared with its normative values, which are presented in the corresponding tables. In the case when the actual value of the Fisher's F-test exceeds its normative value, then the relationships between the integral indicators are taken significant. Otherwise, the economic and mathematical model is inadequate and further studies are not carried out;

– criteria for testing for homo or heteroscedasticity: determined by the Goldfeld-Quandt test, Glaser's models, by the criterion μ. The degree of homogeneity of the residual indicators of the economic and mathematical model is determined. If the distribution of residues is uniform, then homoscedasticity is confirmed (the value of μ is determined). If the distribution of the residues is not homogeneous, then heteroscedasticity is confirmed by the value of μ. At the same time, the level of adequacy of the economic and mathematical model is characterized: hemoscedastic rests – adequacy model;

– Heteroscedasticity of residues – the model is inadequate;

– Durbin-Watson criterion (DW): it is determined by the model:

$$DW = \frac{\sum(e_i - e_{i-1})^2}{\sum {e_i}^2}, \quad (1.7)$$

e_i, e_{i-1} – residuals of integral indicators.

The actual value of the Durbin-Watson criterion is compared with tabular values. If the value of the DW criterion is less than 2, then the following options are possible:

– if the actual DW value is lower than the lowest tabular DW value, then the null hypothesis of the absence of autocorrelation is discarded and a conclusion is made about the positive autocorrelation in the residuals;

– if the actual value of DW is greater than the upper tabular value of DW, the null hypothesis of the absence of autocorrelation is not rejected and the conclusion is made that there is no correlation between the following residues and the previous ones;

– if the actual DW value is between the lower and upper values of the Durbin-Watson criterion, neither the hypothesis of the absence of autocorrelation in the residues can be rejected or accepted. This requires further research.

If the actual value of the DW criterion is more than 2, it is a negative autocorrelation.

Comparison of the limit value of the Durbin-Watson criterion with the actual value of 4 – DW possible results:

– at 4 – DW, the lower value of the lower boundary of the criterion is lower, the null hypothesis about the absence of autocorrelation is rejected and the conclusion is made about the presence of negative autocorrelation in the residues;

– when 4 – DW is greater than the upper boundary of the Durbin-Watson criterion, the null hypothesis is accepted about the absence of autocorrelation in the residues;

Table 1

The results of determining the Fisher and Student's criteria by the model of the influence of the systemic stakeholder factor on the integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction enterprises, rel. units (Developed by the authors)

The calculated values of F and t criteria of the Fisher and Student's tests	Standard values F and t of the Fisher and Student's criteria (at a significance level of 0.05)
F_{SKV} = 43.1 t_{SKV} = 27.6 t_{SKV} = 17.2	$F_н$ = 3.44 $t_н$ = 2.31

– if 4 – DW is between the values of the lower and lower grades of the Durbin – Watson criterion, then it is impossible to conclude either the presence or absence of autocorrelation of residues.

The proposed test allows to check the economic and mathematical model for autocorrelation. If it is positive, then it is possible to obtain false results of estimates, if autocorrelation is negative, then the model is adequate;

– criteria for checking for multicollinearity: the degree of impact of one independent variable on another independent variable with the corresponding pair correlation coefficient is estimated.

The phenomenon of multicollinearity leads to a bias in the estimates of the results of economic and mathematical modeling, and reduces the effectiveness of the study. The level of multicollinearity is as follows:

– the correlation coefficient between independent variables is equal to:

– 0 – lack of multicollinearity;

– 0.01 – 0.2 – low multicollinearity;

– 0.201 – 0.4 – minor;

– 0.401 – 0.6 – moderate;

– 0.601 – 0.8 – significant;

– 0.801 – 0.99 – high;

– 1 – absolute.

In cases when the value of the coefficient of pair correlation between independent variables exceeds 0.601 (the values are confirmed, a high or absolute level of multicollinearity), then a decision is made to exclude one of the independent factors from the economic and mathematical model.

Otherwise (absent, low, negligible or mediocre level of multicollinearity), a decision is made on the remainder of the independent variables in the economic and mathematical model.

Applying the economic and mathematical model (1.2), the systemic factor is determined for identifying the types of stakeholders that interact in the system of formation and implementation of social corporate responsibility of construction enterprises:

$$SKV_1 = 3{,}3.$$

Based on the generated information and analysis support, a model of the influence of the systemic stakeholder factor on the integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction enterprises was built:

$$SKV_{\square} = 0{,}04\ x\ SKV_1 - 0{,}01. \qquad (1.8)$$

$SKV_{\square}$ – an integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction companies.

The adequacy criteria, indicating the degree of influence of the systemic stakeholder factor on the integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction enterprises, are as follows:

– correlation coefficient (R) – 0.72;

– coefficient of determination (R^2) – 0.52.

The results of determining the Fisher and Student's criteria for models of the influence of the systemic stakeholder factor on the integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction companies are presented in Table 1.

Testing economic and mathematical models in homo or heteroscedasticity indicates homogeneity of the distribution of bonds, since the calculated value of the criterion μ does not exceed its normative values: μ_{calc} (1.12) <changes in the systemic stakeholder factor by 52% determine the transformation of the integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction enterprises;

– a 1% increase in the systemic stakeholder factor leads to an increase in the integral indicator of the formation and implementation of corporate social responsibility by 4% and vice versa;

– the values of the correlation and determination coefficients are presented; they indicate a moderate influence of the systemic stakeholder factor on the integral indicator of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction enterprises;

– in the formation and implementation of social corporate responsibility, it is necessary to take into account stakeholder factors and the interaction of types of stakeholders;

– in order to increase the effectiveness of the formation and implementation of social corporate responsibility, it is necessary to develop measures to increase the effectiveness of interaction with stakeholders of construction enterprises.

Conclusion. As a result of the study, it was found that in order to increase the efficiency of the formation and implementation of social corporate responsibility of construction enterprises, it is necessary to form a quantitative basis that takes into account stakeholders and the level of interaction of interested parties.

Based on the developed quantitative basis, reasonable management decisions are made in the areas of interaction between stakeholders and ensuring the formation and implementation of social corporate responsibility of construction companies.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 408 с.
2. Грицьков Є. В. Організаційно-економічне забезпечення управління інтелектуальним капіталом на будівельних підприємствах: автореф… канд. екон. наук: 08.00.04. Х.: ХНУМГ імені О. М. Бекетова, 2016. 21 с.
3. Доугерти К. Введение в эконометрику: пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 1997. 402 с.
4. Єлейко В. Основи економетрії. Львів: «Марка ЛТД», 1995. 191 с.
5. Колодницький М. М. Основи теорії математичного моделювання систем. Житомир, 2001. 718 с.
6. Лук'яненко І. Г., Краснікова Л. І. Економетрика: підручник. К.: Знання, 1998. 494 с.
7. Пономаренко О. І., Пономаренко В. О. Системні методи в економіці, менеджменті та бізнесі: навч. посібник. К.: Либідь, 1995. 240 с.
8. Пруненко Д. О. Теоретико-методологічні аспекти формування та реалізації стратегії управління інтелектуальним капіталом будівельних підприємств: дис. … д-ра екон. наук: 08.00.04. Харків: ХНУМГ імені О. М. Бекетова, 2019. 604 с.
9. Розен В. В. Математические модели принятия решений в экономике: учебн. пособие. М.: КД «Университет», 2002. 288 с.

REFERENCES:

1. Vitlinskyy V. V. (2003) Modeliuvannia ekonomiky [Modeling the economy]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
2. Hrytskov Ye. V. (2016) Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia upravlinnia intelektualnym kapitalom na budivelnykh pidpryiemstvakh [Organizational and economic support of intellectual capital management at construction enterprises]: (PhD Thesis). Kharkiv.
3. Dougerti K. (1997) Vvedenie v ekonometriku [Introduction to Econometrics]. Moskow: INFRA-M. (in Russian)
4. Ieleyko V. (1995) Osnovy ekonometrii [Econometrics basics]. Lviv: «Marka LTD». (in Ukrainian)
5. Kolodnytskyy M. M. (2001) Osnovy teorii matematychnoho modeliuvannia system [Basics of the theory of mathematical modeling of systems]. Zhytomyr. (in Ukrainian)
6. Lukianenko I. H., Krasnikova L. I. (1998) Ekonometryka [Econometrics]. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
7. Ponomarenko O. I., Ponomarenko V. O. (1995) Systemni metody v ekonomitsi, menedzhmenti ta biznesi [System methods in economics, management and business]. Kyiv: Lybid. (in Ukrainian)
8. Prunenko D. O. (2019) Teoretyko-metodolohichni aspekty formuvannia ta realizatsii stratehii upravlinnia intelektualnym kapitalom budivelnykh pidpryiemstv [Theoretical and methodological aspects of the formation and implementation of the strategy of management of intellectual capital of construction enterprises]: (PhD Thesis). Kharkiv.
9. Rozen V. V. (2002) Matematicheskie modeli prinyatiya reshenii v ekonomike [Mathematical models of decision making in economics]. Moskow: KD «Universitet». (in Russian)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ АГРОФОРМУВАННЯМИ

THEORETICAL ASPECTS OF ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF ORGANIZATION-AND-INFORMATION SUPPORT OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTITIES

УДК 658.012: 338.242
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-25

Власюк С. А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Уманський національний університет
садівництва
Бондаренко Н.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Уманський національний університет
садівництва
Ролінський О. В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської
справи та страхування
Уманський національний університет
садівництва

Vlasyuk Svitlana
Uman National University of Horticulture
Bondarenko Nataliia
Uman National University of Horticulture
Rolinskyi Oleksandr
Uman National University of Horticulture

У статті розглянуто основні причини фінансової кризи в агроформуваннях. Встановлено, що оцінка результативності організаційно-інформаційного забезпечення антикризового управління агроформуваннями має бути сформована відповідно до мети, поставлених завдань і досягнутих результатів за відповідний період. Визначено, що особливе місце в антикризовому управлінні належить фінансовому менеджменту, який включає сукупність принципів і методів розроблення та реалізації відповідних управлінських рішень стосовно формування вхідних та використання вихідних фінансових потоків для отримання позитивного фінансового результату. Виявлено необхідність ідентифікації основ передчасного виявлення, своєчасного подолання фінансової кризи та розроблення адекватної антикризової програми агроформувань. Запропоновано для прогнозування фінансової нестабільності використовувати індекс Альтмана. Для ефективності антикризового управління необхідним є поєднання інтересів як державних органів управління, так і самого суб'єкта.

Ключові слова: *антикризове управління, агроформування, фінансова криза, результативність, фінансовий менеджмент, організаційно-інформаційне забезпечення.*

В статье рассмотрены основные причины финансового кризиса в агроформированиях. Установлено, что оценка результативности организационно-информационного обеспечения антикризисного управления агроформированиями должна быть сформирована в соответствии с целями, поставленными задачами за соответствующий период. Определено, что особое место в антикризисном управлении принадлежит финансовому менеджменту, который включает совокупность принципов и методов разработки и реализации соответствующих управленческих решений относительно формирования входных и использования выходных финансовых потоков для получения положительного финансового результата. Выявлена необходимость идентификации основ преждевременного выявления, своевременного преодоления финансового кризиса и разработки адекватной антикризисной программы агроформирований. Предложено для прогнозирования финансовой нестабильности использовать индекс Альтмана. Для эффективности антикризисного управления необходимо сочетание интересов как государственных органов управления, так и самого субъекта.

Ключевые слова: *антикризисное управление, агроформирования, финансовый кризис, результативность, финансовый менеджмент, организационно-информационное обеспечение.*

It has been found out that the activity of agricultural entities is caused by a number of financial complications due to the inability to respond in time to political events, economic and financial reforms, low solvency, low competitiveness, inefficient use of financial resources, lack of liquid collateral, inflationary processes, etc. leads to crisis phenomena. It has been established that it is possible to achieve the required result at minimal cost based on the preparation of a special system of crisis management, namely organizational-and-information support of crisis management of agricultural entities. It has been determined that crisis management is to ensure a stable state in the market, prevent crisis phenomena, and to overcome the crisis in the economic system by timely and correct assessment of the financial condition of the business entity that will help to prevent bankruptcy and prepare a strategy to improve its efficiency. The process of constant systematic application of relevant informative indicators to analyze, plan and prepare the necessary operational management decisions on the activities of agricultural entities allows preventing the emergence of crisis phenomena. It has been noted that the specifics of the crisis management of agricultural entities is that most of them need not only crisis management, but also a fundamental change in the management system. Nowadays, it is necessary to identify the basics of early detection, the timely overcoming of the financial crisis and the development of an adequate anti-crisis program of agricultural entities. It has been suggested to determine the effectiveness of organizational-and-information support of crisis management of agricultural entities on a qualitatively new multidimensional platform, taking into account the specifics of their functioning and information, communication and competence capabilities in a certain time interval and to determine preventive tactical decisions and measures and strategic horizons of activity. It has been suggested to use the Altman index to predict financial instability. It is necessary to combine the interests of both public authorities and the agricultural entity for anti-crisis management to be efficient.

Key words: *crisis management, agricultural entity, financial crisis, efficiency, financial management, organizational-and-information support.*

Постановка проблеми. Діяльність агроформувань супроводжується низкою фінансових ускладнень через нездатність своєчасного реагування на політичні події, економічні та фінансові реформи, низьку платоспроможність, низький рівень конкурентоспроможності, неефективне використання фінансових ресурсів, відсутність ліквідної застави, інфляційні процеси тощо, що призводить до кризових явищ. І тому фінансова криза стає основною причиною банкрутства господарюючого суб'єкта будь-якої організаційно-правової форми власності, а в аграрному секторі ще й негативно позначається на соціально-економічному становищі сільського населення. Саме тому на сучасному етапі для ефективного функціонування агроформувань необхідним є своєчасне проведення управлінських заходів, спрямованих на діагностику, попередження, профілактику, ліквідацію кризових явищ і нейтралізацію дії кризи, а також визначення антикризових заходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організаційно-інформаційного забезпечення антикризового управління агроформуваннями завжди було в полі зору зарубіжних і українських науковців. Так, у різних площинах ці питання досліджували І. Брижань [1], Н. Височанська [2], Я. Гринчишин [2], О. Гудзь [3], М. Дем'яненко [4], Л. Лігоненко [5], А. Мазаракі [6], П. Стецюк [7] та інші. Наукові розвідки переважно присвячені або теорії і методології антикризового управління, або ж практичним аспектам проблеми агроформувань. Проте теоретичні засади створення раціонально функціонуючої та ефективної системи антикризового управління роботою агроформувань з урахуванням специфіки діяльності не розкриті повною мірою.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд теоретичних і методичних підходів та розроблення практичних рекомендацій щодо удосконалення оцінки ефективності організаційно-інформаційного забезпечення антикризового управління агроформуваннями в усьому комплексі його проблем. При цьому визначена необхідність створення системи антикризового управління в діяльності агроформувань на основі поєднання інтересів як державних органів управління, так і самого суб'єкта. Теоретичним і методологічним підґрунтям стали фундаментальні основи сучасної економічної науки, наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених із цієї проблематики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концептуальні аспекти аграрної політики встановлюють провідну позицію та місце агроформувань у забезпеченні найважливіших стратегічних перспектив країни. Проте неврегульованість міжгалузевих відносин, непослідовне та несвоєчасне законодавче забезпечення, відсутність відповідних механізмів регулювання, некомплексне розв'язання проблем та не досить відпрацьовані правила функціонування агроформувань на аграрному ринку не дають очікуваного росту ефективності їхньої діяльності.

На основі підготовки спеціальної системи менеджменту кризових ситуацій, а саме організаційно-інформаційного забезпечення антикризового управління агроформуваннями, можливе досягнення необхідного результату за мінімальних витрат. Антикризове управління нині є одним з найбільш розповсюджених термінів серед науковців та практиків.

Проте серед науковців немає єдиної думки щодо трактування дефініції «антикризове управління» (табл. 1). Більшість фахівців вважає антикризове управління фінансовим процесом, який пов'язаний напряму із погашенням заборгованостей. Інші – діяльністю керівництва та персоналу підприємства в умовах банкрутства.

Таким чином, антикризове управління полягає у забезпеченні в економічній системі стабільного стану на ринку, запобіганні кризовим явищам та подоланні кризи за рахунок вчасної і правильної оцінки фінансового стану господарюючого суб'єкта, що дасть можливість запобігти

Таблиця 1

Наукові підходи щодо трактування дефініції «антикризове управління»

Автор	Визначення
Височанська Н.В., Гринчишин Я.М. [2, с. 248]	Визначають антикризове фінансове управління як забезпечення фінансової стійкості
Лігоненко Л.О. [5]	Визначає як економічний вплив відповідних управлінських структур через мотивування працівників і стимулювання ринку на підвищення ефективності виробничої діяльності господарюючого суб'єкта з метою підвищення його адаптаційних можливостей щодо подолання кризових явищ з урахуванням як внутрішніх, так і зовнішніх резервів
Іващук В. [8]	Характеризує як самостійний вид професійної діяльності, спрямований на запобігання кризовим явищам та подолання їх у діяльності підприємства на підставі раціонального використання наявних ресурсів і потенціалу виживання, мінімізації матеріальних та фінансових витрат шляхом застосування відповідних втрат, принципів та методів роботи
Шершньова З., Багацький В., Гетманцева Н. [9]	Формулюють як управління, спрямоване на виявлення ознак кризових явищ та створення відповідних передумов для їх своєчасного послаблення, подолання, для забезпечення життєдіяльності суб'єкта господарювання, недопущення ситуації його банкрутства тощо
Телін С. [10]	Визначає як постійно організоване управління, спрямоване на виявлення та усунення кризових явищ за допомогою механізму управління, який включає сукупність цілей, методів, принципів, завдань
Бланк І.	Під антикризовим управлінням розуміє постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ та реалізацію генерального плану недопущення поширення кризових явищ і стагнації розвитку підприємства, який здійснюється протягом усього періоду його функціонування
Ситник Л. [11]	Розглядає антикризове управління як здатність розробляти оптимальні шляхи виходу з кризової ситуації, визначати пріоритетні цінності підприємства в умовах кризи, координувати діяльність підприємства та його працівників до передбачення кризи, добиватися ефективності їхньої праці в екстремальних умовах

банкрутству та підготувати стратегію з метою підвищення ефективності його функціонування.

Організаційно-інформаційне забезпечення відіграє досить суттєву роль у системі антикризового управління агроформуваннями. Процес постійного планомірного застосування відповідних інформативних показників для проведення аналізу, планування та підготовки необхідних оперативних управлінських рішень щодо діяльності агроформувань дає змогу запобігти виникненню кризових явищ. Показники формуються за рахунок як зовнішніх, так і внутрішніх джерел інформації (рис. 1).

Варто зазначити, що особливе місце в цьому механізмі належить фінансовому менеджменту, який складається зі стратегічних і тактичних планів фінансового забезпечення та базується на специфічному наборі фінансових інструментів. У загальному вигляді система фінансового менеджменту агроформувань включає сукупність принципів і методів розроблення та реалізації відповідних управлінських рішень стосовно формування вхідних та використання вихідних фінансових потоків задля позитивного фінансового результату.

Варто зазначити, що специфіка антикризового управління агроформуваннями полягає у тому, що більшість із них мають потребу не лише в антикризовому управлінні, а й у докорінних змінах системи управління.

У своїй діяльності більшість агроформувань в Україні зазнали збитковості саме через відсутність своєчасного та повного інформаційного забезпечення. Більшість підприємств, у яких вже виникла потреба введення антикризового управління, в реальному житті зазвичай ігнорують основні його принципи та впроваджують його лише формально.

Оцінка ефективності та результативності організаційно-інформаційного забезпечення антикризового управління агроформуваннями має бути сформована відповідно до мети, поставлених завдань і досягнутих результатів за відповідний період. Тобто результативність організаційно-інформаційного забезпечення антикризового управління агроформуваннями доцільно визначати на якісно новій мультивимірній платформі з урахуванням специфіки функціонування агроформувань та їхніх інформаційних, комунікаційних і компетентнісних можливостей у певному часовому інтервалі. Необхідно визначати превентивні, тактичні рішення і заходи та стратегічні горизонти діяльності. Відповідно до цих положень потрібно формувати і систему критеріїв, індикаторів і вимірників результативності організаційно-інформаційного забезпечення антикризового управління агроформуваннями [12].

Нині організаційно-інформаційне забезпечення антикризового управління постає як необхідний регулюючий процес в агроформуванні, що дасть змогу покращити результати діяльності та стати конкурентоспроможним на ринку, охоплюючи основні аспекти, які розглядаються у різній послідовності залежно від соціальних, економічних особливостей та фінансового стану.

Отже, питання інформаційно-організаційного забезпечення антикризового управління і шляхи його покращення постають перед будь-яким підприємством, у тому числі і перед агроформуванням, та потребують оперативного роз'яснення. Саме тому виникає необхідність у створенні

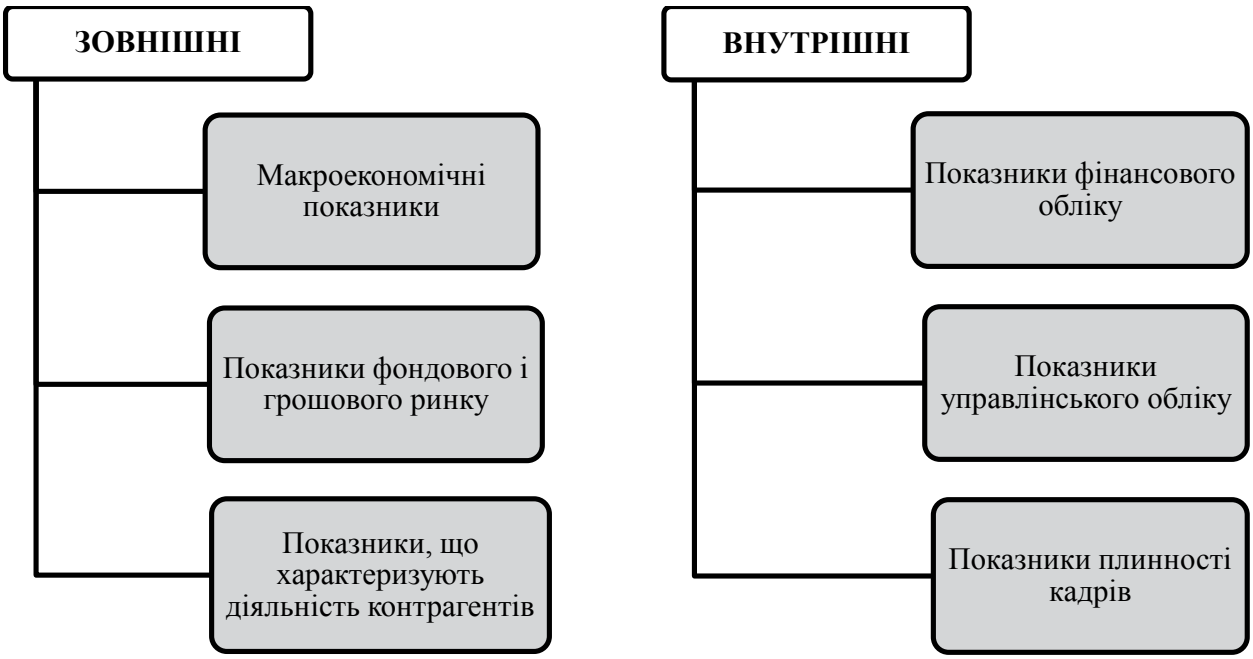


Рис. 1. Джерела організаційно-інформаційного забезпечення агроформувань

універсального підходу до антикризового управління з урахуванням індивідуальних особливостей, який ґрунтується на об'єктивних закономірностях функціонування відповідно до правової бази, враховуючи вплив внутрішніх та зовнішніх чинників.

Прогнозувати фінансову нестабільність, щоб уникнути санації, є надзвичайно особливим умінням. Професор Нью-Йоркського університету Е. Альтман розробив алгоритм розрахунку індексу кредитоспроможності (індекс (модель) Альтмана), який відображає достатній рівень надійності прогнозу. Індекс Альтмана «Z» розраховується за формулою:

$$Z = 1.2K1 + 1.4K2 + 3.3K3 + 0.6K4 + 0.99K5,$$

де *1,2; 1,4; 3,3; 0,6* і *0,99* – коефіцієнти регресії, що характеризують міру впливу на індекс «Z»;

K1 – відношення оборотного капіталу до сукупних активів;

K2 – відношення чистого прибутку до сукупних активів;

K3 – відношення фінансового результату до оподаткування до сукупних активів;

K4 – співвідношення між власним і залученим капіталом;

K5 – відношення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції до сукупних активів

Якщо Z < 1,8 – можливість банкрутства дуже висока («червона» зона); Z = від 1,8 до 2,6 – імовірність висока («сіра» зона); Z = від 2,61 до 2,9 – можливість досить ймовірна; Z = від 2,9 і вище – дуже низька ймовірність («зелена» зона) [13].

З достатньою вірогідністю за допомогою цієї моделі можна визначити, хто серед суб'єктів господарювання може бути потенційним банкрутом.

Розглянуте вище вказує на необхідність ідентифікації основ передчасного виявлення, своєчасного подолання фінансової кризи та розроблення адекватної антикризової програми агроформувань. У звичайних умовах господарювання ця система є інструментом контролю фінансового стану, а під час фінансової кризи – сигналізує про виникнення загрози та рекомендує вибір адаптованих до агроформування заходів антикризового управління.

На рівні агроформування антикризове управління складається із сукупності взаємопов'язаних і взаємозалежних організаційно-виробничих структур, провадиться керівництвом на основі стратегічної програми його розвитку та враховує взаємозалежність горизонтальних і вертикальних зв'язків підрозділів, що забезпечують досягнення мети.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, узагальнення результатів аналізу теорії організаційно-інформаційного забезпечення антикризового управління агроформуваннями дало змогу встановити, що цей механізм запобігає кризовим явищам, є основою подолання кризи за рахунок своєчасної поінформованості та дає змогу підготувати стратегію з метою підвищення ефективності функціонування суб'єкта. Аргументовано, що специфіка антикризового управління агроформуваннями вимагає в окремих випадках не лише антикризового управління, а й докорінних змін системи управління. Показано, що антикризова програма може виступати й інструментом контролю фінансового стану, й інформатором про виникнення загрози. Для успішного подолання фінансової кризи в агроформуваннях необхідне поєднання інтересів як державних органів управління, так і самого суб'єкта.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Брижань І., Григор'єва О. Концептуальні основи антикризової політики екологічно орієнтованого розвитку України. Економічний часопис XXI. 2015. 5-6. С. 41–44.

2. Височанська Н.В., Гринчишин Я.М. Антикризове управління в забезпеченні фінансової стійкості банківського сектору України. Молодий вчений. № 9 (61) вересень, 2018 р. С. 244–249.

3. Гудзь О.Є. Формування стратегії антикризового управління підприємств. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2019. № 2. С. 4–10.

4. Дем'яненко М.Я., Малік М.Й. Фінансова криза в аграрному секторі АПК. Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. 2010. Вип. 7 (1). С. 408–414.

5. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством. К. : КНТЕУ, 2005. 824 с.

6. Mazaraki A., Kasianova A. Overview of proactive and reactive activities in corporate crisis management. Economic Annals XXI. 2015. 3–4 (1). P. 42–45.

7. Стецюк П.А. Модернізація механізмів фінансового забезпечення аграрного виробництва. Облік і фінанси. 2016. № 1 (71). С. 132–136.

8. Іващук В.К., Нужна О.В. Стратегії антикризового управління. Економіка &держава. 2009. № 11. С. 34–36.

9. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. / З.Є. Шершньова, В.М. Багацький, Н.Д. Гетманцева; за заг. ред. З. Є. Шершньової. К.: КНЕУ, 2007. 680 с.

10. Телін С. В. Антикризове управління як засіб запобігання банкрутству підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2010. № 5 Т. 2. С. 214–218.

11. Ситник Л. С. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством. Донецьк : ІЕП НАН України, 2000. 504 с.

12. Шинькович А.В. Технології оцінювання результативності організаційно-інформаційного забезпечення антикризового управління агроформувань. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 4(30), 2019.

13. Дашко Л.О. Аналіз оцінки банкрутства на прикладі українських підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 5. URL: http://global-national.in.ua/archive/5-2015/221.pdf (дата звернення: 27.03.2020).

REFERENCES:

1. Bryzhan, I. & Hryhorieva, O. (2015). Kontseptualni osnovy antykryzovoii polityky ekolohichno oriientovanoho rozvytku Ukraiiny [Conceptual bases of the anti-crisis policy of ecologically oriented development in Ukraine]. Economic journal XXI, no. 5–6, pp. 41–44.

2. Vysochanska, N.V. & Hrynchyshyn, Ya. M. (2018). Antykryzove upravlinnia v zabezpechenni finansovoii stiikosti bankivskoho sektoru Ukraiiny [Crisis management in ensuring the financial stability of the Ukrainian banking sector]. Young scientist, no. 9 (61), pp. 244–249.

3. Hudz, O.E. (2019). Formuvannia stratehii antykryzovoho upravlinnia pidpyiemstv [Formation of enterprise crisis management strategy]. Economy. Management. Business, no. 2, pp. 4–10.

4. Demianenko, M.Ya. & Malik, M.Y. (2010). Finansova kryza v ahrarnomu sektori APK [The financial crisis in the agricultural sector of the agro-industrial complex]. Economical sciences. Series: Accounting and finances, vol. 7 (1), pp. 408–414.

5. Lihonenko, L.O. (2005). Antykryzove upravlinnia pidpryiemstvom [Enterprise crisis management]. Kyiv: KNTEU. 824 p.

6. Mazaraki, A. & Kasianova, A. (2015). Overview of proactive and reactive activities in corporate crisis management. Economic Annals XXI, no. 3–4 (1), pp. 42–45.

7. Stetsiuk, P.A. (2016). Modernizatsiia mekhanizmiv finansovoho zabezpechennia ahrarnoho vyrobnytstva [Modernization of financial support mechanisms for agricultural production]. Accounting and financing, no. 1 (71), pp. 132–136.

8. Ivashchuk, V.K. & Nuzhna, O.V. (2009). Stratehii antykryzovoho upravlinnia [Crisis management strategies]. Economy & State, no. 11, pp. 34–36.

9. Shershniova, Z.Ye., Bahatskyi, V.M. & Hetmantseva, N.D. (2007). Antykryzove upravlinnia pidpryiemstvom: navch. posib [Enterprise crisis management: tutorial]. Kyiv: KNEU. 680 p.

10. Telin, S.V. (2010). Antykryzove upravlinnia yak zasib zapobihannia bankrutstvu pidpyiemstv [Crisis management as a means of preventing the bankruptcy of enterprises]. Bulletin of Khmelnytskyi National University. Economical sciences, no. 5 T. 2, pp. 214–218.

11. Sytnyk, L.S. (2000). Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia pidpryiemstvom [Organizational-and-economical mechanism of enterprise management]. Donetsk: IEP NAS of Ukraine. 504 p.

12. Shynkovych, A.V. (2019). Tekhnolohii otsiniuvannia rezultatyvnosti orhanizatsiino-informatsiinoho zabezpechennia antykryzovoho upravlinnia ahroformuvan [Technologies for evaluating the effectiveness of organizational-and-information support of the crisis management of agricultural entities]. Economy. Management. Business, no. 4 (30).

13. Dashko, L.O. (2015). Analiz otsinky bankrutstva na prykladi ukraiinskykh pidpyiemstv [Bankruptcy assessment on the example of Ukrainian enterprises]. Global and national problems of the economy, no. 5. Available at: http://global-national.in.ua/archive/5-2015/221.pdf (accessed 27 February 2020).

METHODS OF ESTIMATION OF DEVELOPMENT CAPACITY OF PROCESSING ENTERPRISES AND PECULIARITIES OF THEIR APPLICATION

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

UDC 338.43
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-26

Volkova Nelia
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department
of Economics
and International Economic Relations
Poltava State Agrarian Academy
Zagrebelna Irina
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department
of Economics
and International Economic Relations
Poltava State Agrarian Academy

The article deals with the problematic issues of assessing the capacity of processing enterprises; a methodological approach to assessing development potential is proposed. It has been found that in order to identify the amount of potential that is currently at the disposal of the enterprise and can be used for the development of the enterprise, it is advisable to evaluate it. Among the main methods of diagnostics of development potential, by means of which it is possible to carry out an assessment of the potential of development of enterprises, the analytical method consisting in determining the integrated factor indicator and the graphical method by means of constructing the polygon of potential are singled out. An integrated factor index is analyzed and a graphical method is developed on the basis of constructing a polygon of processing enterprises development potential. Groups of enterprises by the level of development potential are highlighted. The functional correlation between the ranked enterprise distributions is established using the rank correlation coefficient.

Key words: *potential, potential of enterprise development, methods of estimation of development potential, analytical method, graphical method.*

В статье рассмотрены проблемные вопросы оценки потенциала перерабатывающих предприятий; предложен методический подход к оценке потенциала развития. Выяснено, что для выявления объемов потенциала, который является в настоящее время в распоряжении предприятия и может быть использован для развития предприятия, целесообразно проводить его оценки. Среди основных методов диагностики потенциала развития, с помощью которых можно провести оценку потенциала развития предприятий, выделены аналитический способ, заключающийся в определении интегрированного факторного показателя, и графический способ, с помощью построения многоугольника потенциала. Проанализированы интегрированный факторный показатель и разработаны графический способ на базе построения многоугольника потенциала развития перерабатывающих предприятий. Выделены группы предприятий по уровню потенциала развития. Установлено с помощью коэффициента ранговой корреляции функциональную зависимость между ранжированы делениями предприятий.

Ключевые слова: *потенциал, потенциал развития предприятия, методы оценки потенциала развития, аналитический способ, графический метод.*

Ефективне і конкурентоспроможне функціонування кожного окремого переробного підприємства є практично неможливим без якісного і економічно обґрунтованого розвитку його ресурсного потенціалу. У сучасних умовах, коли значна частина господарств знаходиться у кризовому фінансовому стані, їх важливим завданням є одержання максимальних прибутків при мінімальних витратах ресурсів. Однак, на жаль, нині значна частина підприємств все більше втрачає можливості здійснення навіть простого відтворення свого ресурсного потенціалу. Підвищення рівня ефективності використання потенціалу переробних підприємств відіграє провідну роль в успішному вирішенні економічних і соціальних завдань, досягненні головної мети виробництва – підвищення прибутковості. У даній статті оцінювання потенціалу розвитку десяти переробних підприємств з виробництва харчових продуктів Полтавської області здійснювалося за двома методичними підходами. За аналітичним способом була побудована матриця потенціалу розвитку на основі експертних оцінок: виробництво та реалізація продукції, система енергозабезпечення, матеріального постачання, фінансово-кредитного та кадрового забезпечення, системи управління. За добутком параметричної одиничної оцінки підприємства і його рангу за аналізованим синтезуючим фактором визначаються інтегровані (групові) факторні показники. Останні сумуються в розрізі суб'єктів господарювання, найвищий із них приймається за одиницю потенціалу розвитку. Його розраховують для інших підприємств як відношення сумарного потенціалу до його найвищого рівня, прийнятого за одиницю. Аналітичний метод розрахунків перевірявся та підтверджувався графічним методом. За результатами обчислення площин побудованого багатокутника для кожного з підприємств числові величини розташовують у порядку зменшення і, таким чином, встановлюється запас можливостей подальшого розвитку виробництва харчової продукції. Оцінка потенціалу розвитку досліджуваних підприємств з виробництва харчових продуктів Полтавської області дозолили поділити їх на три групи: ті, які мають найвищий, середній та найнижчий рівень. Дана тематика має перспективу дослідження з напрямку розробки заходів, що дозволять стабілізувати розвиток вітчизняних переробних підприємств.

Ключові слова: *потенціал, потенціал розвитку підприємства, методи оцінювання потенціалу розвитку, аналітичний спосіб, графічний метод.*

Problem statement. Today, any enterprise needs to increase its internal potential for the successful survival and stabilization of its position. Market conditions are characterized by this fact. It makes it possible to assess the availability and condition of resources on the basis of which the company is able to manage financial, production, intellectual resources, and if it uses them effectively, to ensure a smooth process of production and sale of products with the help of developed strategy.

There is a need to evaluate the potential development of the company. This is so because the degree of realization of available and potential opportunities directly influences achievement of operational, tactical and strategic goals of the enterprise. At the same time, the main characteristic of the potential in the process of such evaluation should be the value for achieving the set goals. It is necessary to use not only one, but several indicators, taking into account the nature of the criterion. This will allow to identify what kind of valuation to use: estimated, natural, or heuristic.

Analysis of recent researches and publications. Different works of many scientists were devoted to the questions of clarification of the essence and

scientific concept of "potential", problems of its formation and optimization. We may admit: V. Avdeenko, F. Albert, I. Ansoffa, O. Anchishkin, M. Bakanov, B. Bachevsky, V. Gavva, V. Gerasymchuk, Y. Dinets, L. Dovgan, A. Zadoi, I. Zablodskaya, V. Zubkov, E. Ivanova, J. Quin, O. Kuzmin, I. Lukinova, M. Maksimov, B. Mochalova, V. Nemtsov, P. Pereva, I. Repina, O. Reshetnyak, M. Tymoschuk, R. Feshchur, S. Heyman, A. Tsigichko, D. Chernikov, D. Shevchenko and many others.

However, we should take into account the current challenges of the domestic economy in assessing the potential development of manufacturing enterprises that remain underdeveloped. The challenges remain despite the scrupulous attention to this problem of a big number of scientists, such as: O. Balatsky, A. Voronkova, I. Jain, Y. Doroshenko, Y. Kachmarik E. Krykavsky, O. Oleksyuk, Y. Petrovich, M. Pityulich, E. Popov, E. Lapin, I. Repina, O. Fedonin and others. In particular, the concept of the potential of social and economic development of companies remains debatable. That is why numerous methods of its evaluation have not been properly applied.

Formulating the purposes of the article. The purpose of the study is to develop practical recommendations for assessing the development potential of processing plants based on the analysis of the results of theoretical and methodological research and publications.

Presenting main material. A successful food processing plant must not only have current revenues, but also ensure the development of all components of the enterprise's potential. The potential reflects the level of competitiveness of the organization.

It is worth to say that a number of very important factors should be taken into account while analyzing sectorial features of capacity. Here we are talking about investigating the specifics of technological processes and organization of production, features of resources spent on production and the resulting final product. They characterize the segment groups of consumers, which buy goods of enterprises, as well as the markets in which they operate, etc.

The general evolution of the methodology of research and assessment of the potential of enterprises can be divided into two stages: the stage of spontaneous development and the stage of scientific segmentation. Each of them testifies to the different levels of economic consciousness of practitioners. For example, the first stage is characterized by a fuzzy formulation of the aim of research, although scientists and business practitioners have already understood the need to create qualitatively new management mechanisms. Such mechanisms would be able to combine domestic business planning experience with modern social and economic prospects (opportunities). The creation of mechanisms of such type is possible only on the basis of the hereditary nature of the cycles of development of economic systems. During this phase, the etiological and resource approaches to the understanding the potential of processing enterprises prevailed. First of all, it indicated the insufficient level of theoretical elaboration of the problem [1, p. 15].

However, it should be noted that the processing industry meets the needs of the population in food. In general, enterprises of this business area can be attributed to labor and material-dominant. Still, in some cases we may admit a significant impact of machines and equipment on the effectiveness of their activities. The industry is closely linked to agriculture (in the stages of first processing of raw materials), to mechanical engineering (to provide equipment). Specialization in the processing industry is developed in the stages of the technological cycle. If the first stages are close to the raw materials, then the next ones are close to the consumer.

The dynamics of market demand for the products of the processing industry (consumer goods) makes it necessary to assess the competitive potential of enterprises.

In our opinion, the most relevant to the essence of the category of "potential" will be the following ways of its evaluation:

1. Potential is characterized by an internal structure that is why there is a need for methods that can assess the existing and probable potential for development.

2. There is a need for methods that would evaluate the effects of direct and indirect effects on a food processing enterprise due to the fact that competitiveness potential is the result of synthesis of different types of potentials.

3. Based on the study of the dynamics of change (both in retrospect and in perspective) of the processing enterprise, there is a need to apply methods that would reflect the properties of the category of "potential".

4. The need to assess competitiveness is conditioned by the need to plan a strategy for the behavior of an entity in the market.

5. Changing consumer requirements and preferences, the development of science and technology are constantly gaining momentum. They complicate the formation of long-term strategy. However, it is enough to determine the competitive position and direction of development of the business entity and the number of indicators of competitiveness that has arisen since the beginning of market relations.

Potential management is associated not only with the definition and with usage, but with the formation and development of its properties that are required to achieve the desired goal. There is a need to develop and implement a comprehensive methodology for evaluating the capacity of processing plants under these conditions. This methodology will be based on a system of reasonable indicators, criteria, and

parameters for the development of all components of the potential and also take into account the evaluation of the effectiveness of the processes of management.

It is necessary to carry out its evaluation in order to identify currently available amount of potential and which can be used for the development of the enterprise.

Assessment of development potential is about determining the level of its competitiveness or determining the ability of an enterprise to adapt in a changing external environment, its flexibility.

Applied aspects of potential assessment and diagnostics can be distinguished:

1) by the directions of usage of proper tool: current and prospective planning of activity and development; operational and strategic management of activity and development.

2) by the object level: business, enterprise, integral property complex, functional media systems, partial elements and their systems.

Capacity diagnostics are used most often to monitor the current capabilities of an enterprise and evaluate individual aspects of its operations and business results. Monitoring is defined as "a system of continuous control of the implementation of internal business processes and competencies in order to identify the results achieved – expected results" in this approach.

The main method which can be used in order to evaluate the potential of the enterprise development is the analytical method. It allows to determine the integrated factor and graphical method by building a polygon of potential.

We have selected 10 food processing companies. Their products fill the consumer basket of the average citizen in Poltava.

In our opinion, the assessment of the development potential of processing enterprises should be carried out both analytically and graphically. The results obtained by two methods should be compared to more accurately assess of the development potential of processing plants.

The analytical method (Table 1) is used to develop a matrix of development potential, which provides conditional expert assessments of the state of various factors of the investigated enterprise. A team of experts among the employees of the enterprise determines output.

Table 1

Matrix of general development potentials of processing enterprises in Poltava region

Synthesizing factor of potential	Enterprises										Rank of the factor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	Parametric expert evaluation of the enterprise										
The potential of the production system and sales of products	3.9	4.2	4.4	4.0	4.5	4.7	4.1	3.8	3.9	4.3	0.23
The potential of the energy supply system	3.6	3.5	3.8	3.7	3.4	3.9	3.8	3.7	3.6	3.8	0.08
Supply system potential	3.5	3.9	3.8	3.6	3.8	3.9	3.8	3.7	3.8	4.0	0.16
The potential of the finance and credit system	4.3	4.6	4.7	4.6	4.8	4.9	4.5	4.3	4.1	4.7	0.20
The potential of the staffing system	3.6	3.9	3.9	4.0	3.8	4.1	4.0	3.8	3.7	4.0	0.19
Management system potential	4.0	4.2	4.2	3.9	4.0	4.1	4.2	4.0	3.8	4.1	0.14
	Integral (group) factor indicator of the enterprise										
The potential of the production system and sales of products	0.897	0.966	1.012	0.92	1.035	1.081	0.943	0.874	0.897	0.989	-
The potential of the energy supply system	0.288	0.28	0.304	0.296	0.272	0.312	0.304	0.296	0.288	0.304	-
Supply system potential	0.56	0.624	0.608	0.576	0.608	0.624	0.608	0.592	0.608	0.64	-
The potential of the finance and credit system	0.86	0.92	0.94	0.92	0.96	0.98	0.9	0.74	0.82	0.94	-
The potential of the staffing system	0.684	0.741	0.741	0.76	0.722	0.779	0.76	0.722	0.703	0.76	-
Management system potential	0.56	0.588	0.588	0.546	0.56	0.574	0.588	0.56	0.532	0.574	-
Total score	3.849	4.119	4.193	4.018	4.157	4.35	4.103	3.784	3.848	4.207	-
Capacity factor	0.885	0.947	0.964	0.924	0.956	1.000	0.94	0.87	0.88	0.97	-

1. LLC “TH” Khorol Factory for Baby Food”;
2. PJSC “Poltavatsukor”
3. LLC “Lubensky Dairy Plant”;
4. LLC “Poltava Meat Factory”;
5. JSC “Poltava Bakery”;
6. PJSC “Dominic”;
7. State enterprise «Poltava Cereal Integrated Plant»;
8. LLC “AIA Globinsky Canning Plant “Globus”;
9. LLC “UkrOliya” TM “Dikanka”;
10. LLC “Piryatin Cheese Factory”.

The integrated (group) factor indicator of each processing enterprises is defined as the product of the parametric estimation unit of the processing enterprise and the rank of the synthesizing factor analyzed.

The aggregate estimate is formed by all the integrated (group) factor indicators for each processing enterprise.

The coefficient of development potential (CDP) is taken to be one for the enterprise. It has the highest total score on all integrated factor indicators. For other enterprises it is calculated as the ratio to the highest level of aggregate assessment of the leader enterprise [2, p. 137].

Therefore, we calculated the development potential of processing enterprises by analytical means. We have found that the studied enterprises can be divided by the level of development potential into three groups:

The 1st group: these are the enterprises that have the highest level of development potential. These include PJSC “Dominik”, LLC “Lubensky Dairy Plant” and LLC “Piryatin Cheese Factory”.

The 2nd group consists of enterprises with medium level of development potential. These are JSC “Poltava Bakery”, State Enterprise “Poltava Cereal Integrated Plant” and PJSC “Poltavatsukor”.

The 3rd group includes the enterprises with a low level of development potential. These are the LLC “Poltava meat plant”, LLC “TH” Khorol Factory for Baby Food”, LLC “AIA Globinsky Canning Plant “Globus” and LLC “UkrOliya” TM “Dikanka”.

We will diagnose the development potential of processing enterprises in the Poltava region by the graphical method in order to confirm these results.

The graphical way of determining the level of development potential of the enterprise is to construct a polygon of development potential on the corresponding diagram (Fig. 1). An enterprise with the highest level of development potential will be matched by a polygon with a maximum area of Si. After drawing the axes and fixing the levels of values of each factor under study on them at equal angles, the area of each polygon is calculated by the formula:

$$S = \sum_{i=1}^{10} \frac{1}{2} \sin \Delta x(a_i + a_{i+1}) \cdot \qquad (1)$$

Here, a_i is the value of the integrated factor in each of the six processing plants, with i=6 (six integrated factors of the enterprise potential).

The results of calculations of data concerning selected 10 enterprises are given in Table 1. Some difficulties that arise with the calculation by such a method are offset by the ability to visualize the state of the enterprise and compare it with the competitors.

The results of the enterprise development potential assessment, as defined in Table 2, make it possible to rank them by value. Here we mean

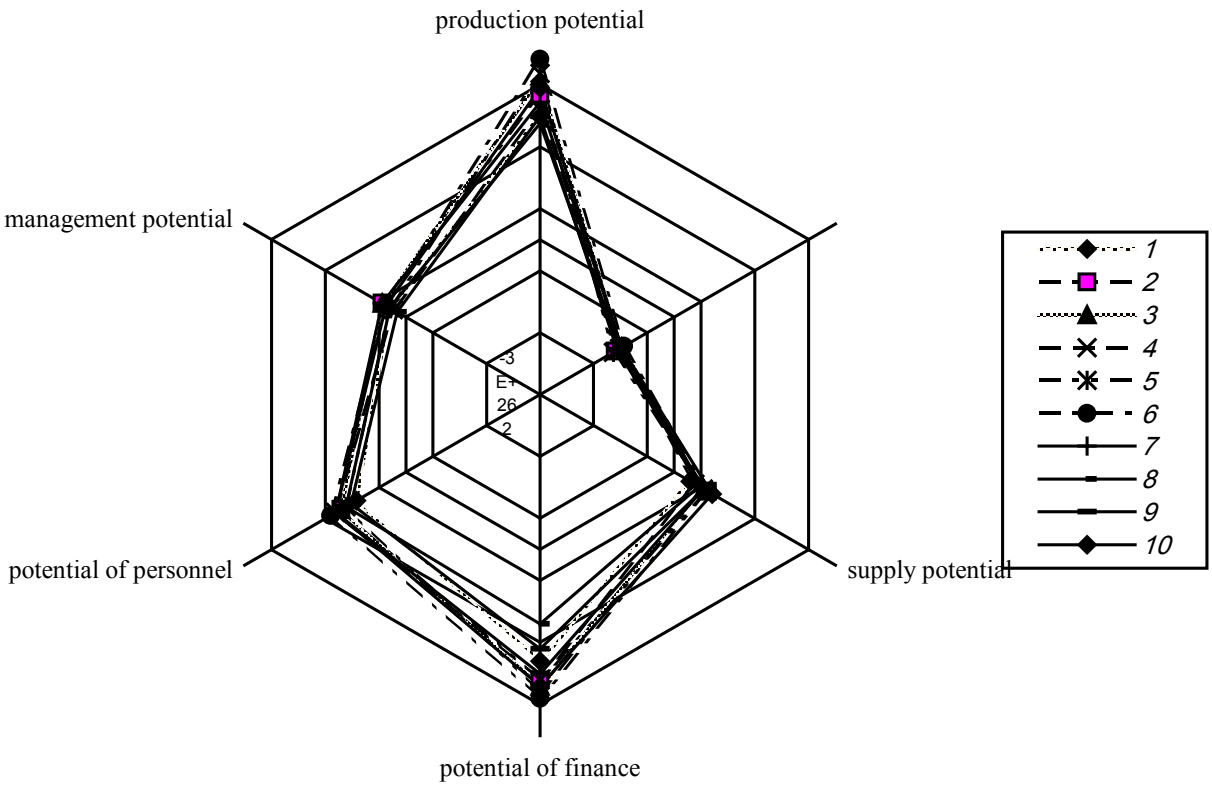


Fig. 1. Graphic representation of the comparison of selected enterprises by the potentials of development of processing enterprises in Poltava region

Source: developed by the authors

Table 2

The results of ranking of enterprises by the indicators of general development potentials

Enterprise	The value of the area of the polygon of potential		Capacity factor	
	(square units)	rank	value	rank
1.	0.698	8	0.885	8
2.	0.795	6	0.947	6
3.	0.820	3	0.964	3
4.	0.761	7	0.924	7
5.	0.796	4	0.956	4
6.	0.874	1	1.00	1
7.	0.795	5	0.948	5
8.	0.676	10	0.87	10
9.	0.694	9	0.88	9
10.	0.827	2	0.97	2

obtaining a hierarchy of their competitive statuses, or the so-called ranked distribution (Table 1). This table shows the results of calculations of the planes of polygons constructed according to the scheme (Fig. 1) for all 10 enterprises. They are also ranked according to the values of the integrals, which numerical values are in descending order.

$$\sum_{i=1}^{10} \Delta = \frac{360}{n} = \frac{360}{10} = 36. \qquad (2)$$

S_1 = 1/2 x 0.5878 x (0.897 x 0.288 + 0.288 x 0.56 +0.56 x 0.86 + 0.86 x 0.684 + 0.684 x 0.56 + 0.56 x 0.897) = 0.698

S_2 = 1/2 x 0.5878 x (0.966 x 0.28 + 0.28 x 0.624 + 0.624 x 0.92 + 0.92 x 0.741 + 0.741 x 0.588 + 0.588 x 0.966) = 0.795

S_3 = 1/2 x 0.5878 x (1.012 x 0.304 + 0.304 x 0.608 + 0.608 x 0.94 + 0.94 x 0.741 + 0.741 x 0.588 + 0.588 x 1.012) = 0.820

S_4 = 1/2 x 0.5878 x (0.92 x 0.296 + 0.296 x 0.576 + 0.576 x 0.92 + 0.92 x 0.76 + 0.76 x 0.546 + 0.546 x 0.92) = 0.761

S_5 = 1/2 x 0.5878 x (1.035 x 0.272 + 0.272 x 0.608 + 0.608 x 0.96 + 0.96 x 0.722 + 0.722 x 0.56 + 0.56 x 1.035) = 0.796

S_6 =1/2 x 0.5878 x (1.081 x 0.312 + 0.312 x 0.624 + 0.624 x 0.98 + 0.98 x 0.779 + 0.779 x 0.574 + 0.574 x 1.081) = 0.874

S_7 = 1/2 x 0.5878 x (0.943 x 0.304 + 0.304 x 0.608 + 0.608 x 0.9+ 0.9 x 0.76 + 0.76 x 0.588 +0.588 x 0.943) = 0.795

S_8 = 1/2 x 0.5878 x (0.874 x 0.296 + 0.296 x 0.592 + 0.592 x 0.74 + 0.74 x 0.722 + 0.722 x 0.56 + 0.56 x 0.874) = 0.676

S_9 = 1/2 x 0.5878 x (0.897 x 0.288 + 0.288 x 0.608 + 0.608 x 0.82 + 0.82 x 0.703 + 0.703 x 0.532 + 0.532 x 0.897) = 0.694

S_{10} =1/2 x 0.5878 x (0.989 x 0.304 + 0.304 x 0.64 + 0.64 x 0.94 + 0.94 x 0.76 + 0.76 x 0.574 + 0.574 x 0.989) = 0.827.

Therefore, graphical data, obtained by the first method, confirm our calculations and allow us to determine three levels of development potential of processing enterprises in Poltava region.

The results of the calculations from the table concerning the potential of development of processing enterprises of Poltava region are included in the table. In addition, in Table 2, we bring the results of calculations of the planes of polygons for all processing enterprises of Poltava region. We make the calculations according to the values of integrals, the numerical values of which are arranged in descending order.

Comparison of ranked distributions of enterprises, performed by two methods, shows their sufficient identity.

The rank correlation coefficient establishes an almost functional relationship between the two ranked enterprise distributions. This indicates the possibility of using both methods of assessing the development potential of enterprises operating in a particular market segment. Therefore, the leaders of the development potential are PJSC “Dominik”, LLC “Lubensky Dairy Plant” and LLC “Piryatin Cheese Factory”.

Conclusions of the study. Summarizing results of the research we conclude that management decisions should take into account the mutual influence of factors, as well as the most important criteria for assessing the impact of traits. It is necessary to distinguish from the whole a set of only those assessments that form the general criteria for assessing the quality of the enterprise.

It must be acknowledged that estimating the development potential of processing plants based on the use of the analytical method is very important. It determines the integrated factor and graphical method. Building a polygon of potential is affordable and effective. The introduction of this methodology makes it possible to compare the synthesizing factors of the enterprise potential and to develop measures to increase the efficiency of the use of the development potential.

REFERENCES:

1. Hryhorev V.V., Ostrovkyn Y.M. (1998) Otsenka stoymosty predpryiatyi: ymushchestvennyi pokhod

[Valuation of companies: property campaign]. Moscow: Delo. (in Russian)

2. Bachevskyi B.Ie., Zablodska I.V., Reshetniak O.O. 2009Potentsial i rozvytok pidpryiemstva [Potential and development of the enterprise]: navch. posibnyk. Kyiv : TsUL. (in Ukrainian)

3. Tymoshchuk M.R., Feshchur R.V. (2003) Otsiniuvannia potentsialu rozvytku pidpryiemstva [Assessment of enterprise development potential]. *Visnyk Derzhavnoho universytetu "Lvivska politekhnika"*. Ser.: Menedzhment ta pidpryiemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku. № 494. 153-160.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Григорьев В.В., Островкин И.М. Оценка стоимости предприятий: имущественный поход.. М.: Дело, 1998. 224 с.

2. Бачевський Б.Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2009. 400 с.

3. Тимощук М.Р., Фещур Р.В. Оцінювання потенціалу розвитку підприємства. *Вісник Державного університету «Львівська політехніка»-.* Сер.: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2003. № 494. С. 153-160.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНО-ВИРОБНИЧОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІЗ СЕРІЙНИМ ТИПОМ ВИРОБНИЦТВА

AREAS OF IMPROVEMENT OF OPERATIONAL-PRODUCTION PLANNING AT THE ENTERPRISE WITH THE SERIAL TYPE OF PRODUCTION

УДК 338.58:65.014
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-27

Гаєвська Л.М.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Університет державної фіскальної служби України

Gaevs'ka Larysa
University of the State Fiscal Service of Ukraine

У статті розглядаються теоретичні основи формування оперативно-виробничого планування на підприємствах із серійним типом виробництва, загальні аспекти функціонування підприємств із серійним типом виробництва. Розглянуті складнощі, які виникають у процесі виробництва, та заходи, за допомогою яких можна уникнути несправності. Запропоновані заходи щодо вдосконалення на підприємствах оперативно-виробничого планування для підвищення ефективності діяльності та продуктивності підприємства за мінімальних витрат часу. Досліджуються напрями вдосконалення за сприянням сучасних систем та концепцій, які є актуальними натепер. Розглянуті концепція «Just in time» («Точно в термін»), концепція «бережливого виробництва», а також прогресивні методи планування, такі як «Material Requirements Planning» (планування потреби в матеріалах») і «Manufacturing Execution Systems» (система управління виробничими процесами), та певні умови їх ефективного застосування.

Ключові слова: *оперативно-виробниче планування, серійне виробництво, «Точно в термін», «система управління виробничими процесами», «планування потреби в матеріалах».*

В статье рассматриваются теоретические основы формирование оперативно-производственного планирования на предприятиях с серийным типом производства, общие аспекты функционирования предприятий с серийным типом производства. Рассмотрены сложности, которые возникают в ходе производства, и меры, с помощью которых можно избежать неисправности. Предложены меры на счет усовершенствования на предприятиях оперативно-производственного планирования для повышения эффективности деятельности и продуктивности предприятия при минимальных потерях времени. Исследуются направления совершенствования при содействии современных систем и концепций, которые являются актуальными на сегодняшний день. Рассмотрены концепция «Just in time», концепция «бережливого производства», а также прогрессивные методы планирования, такие как «Material Requirements Planning» (планирование нужности в материалах) и «Manufacturing Execution Systems» (система управления производственными процессами), и определенные условия их эффективного применения.

Ключевые слова: *оперативно-производственное планирование, серийное производство, «точно в срок», «планирование потребности в ресурсах», система управления производственными процессами».*

The article discusses the theoretical foundations of the formation of operational production planning in enterprises with a serial type of production, the general aspects of the functioning of enterprises with a serial type of production. Author consider the difficulties that arise during production and measures with which to avoid malfunction. The proposed measures to improve at the enterprises of operational and production planning for improving the efficiency of the enterprise and the productivity of the enterprise with minimal time loss. There is an analysis of the serial type of production, certain features of production, features of the nomenclature, features of the duration of the production cycle. Determined by what causes a variety of nomenclature in the enterprise. Are studied areas of improvement with the assistance of modern systems and concepts that are relevant today. The concept of "Just in time" or the concept of "lean manufacturing", as well as progressive planning methods such as "Material Requirements Planning" and "Manufacturing Execution Systems" and certain conditions for their effective use are considered. The main characteristic of the Japanese concept is considered and how it is good for use in enterprises, as well as the conditions for improving part of operational planning – scheduling. The article also speaks about what results can be achieved using the concept of lean manufacturing. There is a pressing question about progressive methods in production, which companies use with a capital letter, what modern systems show, how they influence the company's activity and how they help and improve the production process in general. The improvement of operational-and-production planning requires substantial reconstruction within the enterprise's production, a change in the management and control system. Progressive methods «Material Requirements Planning» и «Manufacturing Execution Systems», concept «Just in time», improvements in the control system at all stages of the production process will help achieve high performance and results will not keep you waiting. In addition to the above, in batch production during the organization of operational planning, enterprises assume the development of tasks, schedules and daily production schedules for each industry, for each production according to its specific indicators, since the operational and calendar plan is the starting point for daily production management. Operational accounting of the relevant indicators of the structural units allows timely detection and prevention of possible deviations from the normal course of production.

Key words: *operational production planning, serial production, JIT, MRP, MES.*

Постановка проблеми. Для кожного підприємства чимале значення має ритмічна робота, в процесі якої на кожному робочому місці і ділянці виробництва, в кожному виробничому підрозділі буде виконуватися та виготовлятися в цю одиницю часу визначена кількість продукції. Така робота налаштована на високу якість виробництва, що приводить до ефективності управління підприємства. Однак чітко визначити та розрахувати заздалегідь ритм виробництва дуже складно. Для цього необхідно забезпечити повну узгодженість дій всіх структурних підрозділів в часі, забезпечити їхню виробничу пропорційність, постійно відстежувати можливі збої узгодженого ритму виробництва і мати змогу виправити недоліки, якщо на якійсь ділянці встановлений ритм буде порушений.

Для того щоб уникнути цих складнощів, кожна служба повинна погоджувати дії з усіма підрозділами підприємства. Ця узгодженість формується у процесі виконання важливої функції управління, яка називається оперативно-виробничим плануванням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нині питання щодо вдосконалення системи організації виробництва, зокрема й оперативно-виробничого планування, є актуальним та розглядається у працях А.М. Семенова, В.В. Шкурби, І.М. Ісакова, Д.Л. Вордлоу.

Постановка завдання. Дослідження теоретичних основ ефективної діяльності системи оперативно-виробничого планування за серійного типу виробництва та шляхи вдосконалення виробництва під час застосування сучасних концепцій та систем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Удосконалення системи оперативно-виробничого планування на промислових підприємствах із серійним типом виробництва є актуальним питанням. Особливості підприємств із серійним типом виробництва впливають на будування системи виробничого планування та виробництва загалом. Під час побудови системи оперативно-виробничого планування є багато критеріїв, які впливають на її функціонування: необхідність скорочення тривалості виконання виробничих процесів, різноманітність номенклатури продукції, витрати виробництва.

Серійне виробництво характеризується випуском достатньої номенклатури виробів, з великою кількістю деталей, які обробляються на спеціалізованому обладнанні. Оскільки деталі мають різні часові нормативи тривалості виробничого циклу, випередження, черговості подачі на збірку, розміри партії обробки за значної питомої ваги взаємозамінних деталей, що входять до складу машин різної модифікації, то їх угрупування в машинокомплект має певну складність на рівні цехів [3].

Діяльність підприємства з серійним типом виробництва визначає, що розмаїття номенклатури з великою кількістю уніфікованих деталей, виробів, вузлів, що входять у різні машинокомплекти, технологічно передує некомплектності випуску, оскільки одночасний запуск усього переліку деталей у машинокомплекті неможливий через відмінності у часі обробки. Під час розроблення планових завдань цехів дільницям та бригадам необхідно враховувати не тільки оптимальну кількість випуску, а і терміни випуску кожної деталі для забезпечення безперебійного виробничого процесу.

Для покращення функціонування системи оперативно-виробничого планування необхідно вибрати певний груповий комплект, який сприяє чіткій регламентації робіт за часом і змістом, контролем за термінами їхнього виконання за безперервної зайнятості робітників [4].

Оскільки оперативне управління виробництвом забезпечує підвищення якості продукції та ефективності виробництва, велике значення має оперативно-календарне планування та використання прогресивних методів, таких як японська система «Just in time» («Точно в термін»), яка забезпечує підвищення ефективності виробництва завдяки мінімізації виробничих запасів, складів, підвищення якості продукції, зниження витрат виробництва. Система JIT («Точно в термін») сприяє оперативному регулюванню складу номенклатури продукції та обсягів її виробництва відповідно до попиту. Концепція JIT є частиною автомобілебудування та успішного досвіду в Toyota Motors.

Одним із найважливіших напрямів удосконалення оперативно-виробничого планування є контроль та вдосконалення усієї системи внутрішнього планування, від якого і залежить завершальний етап планування на підприємстві. Тому необхідно створити всі умови для забезпечення функціонування системи оперативно-виробничого планування, адже за обмеженої та неякісної інформації попередніх етапів внутрішньовиробничого планування не буде достовірною інформація оперативного планування.

Що стосується календарного планування, то необхідно удосконалити систему контролю за дільничним, цеховим та міжцеховим плануванням для забезпечення безперебійного та вчасного процесу виробництва за певними встановленими термінами: встановлення завдань на добу, тиждень, поопераційний графік для ліній, бригад, дільниць. Контроль за оперативним регулюванням допоможе уникнути відхилень від календарних термінів, що прискорить виробничий процес та обмежить втрати часу. Завчасне формування виробничих завдань як на рівні цехів, так і на рівні дільниць, на короткий проміжок часу допоможе покращити організацію виробничого процесу усього підприємства та вчасно встановити планові нормативи діяльності підприємства [1].

Для того щоб забезпечити ефективність системи оперативно-виробничого планування, необхідно удосконалити:

– систему внутрішньовиробничого планування на підприємстві загалом;

– систему контролю за діяльністю попередніх етапів внутрішнього планування;

– об'ємне планування: формування завчасних завдань для окремих гілок підприємства;

– вибір прогресивних методів організації виробництва на підприємстві;

– календарне планування.

Особливістю серійного типу виробництва є виготовлення деталей різних найменувань. Для підвищення продуктивності процесу виробництва деталі оброблюють партіями. Розмір партії виявляє великий вплив на ефективність виготовлення деталей: чим більша партія, тим нижчі витрати на виробництво. Проте зі зростанням розміру партії зростають витрати на зберігання.

У цьому разі доцільним було застосування концепції Just in time, завдяки якої можна було б досягти таких результатів, як:

– мінімізація виробничих запасів;
– зменшення кількості складів;
– зниження витрат на виробництво;
– підвищення якості продукції;
– зменшення витрат на зберігання.

Однією з проблем на підприємстві є визначення відповідності запланованих обсягів робіт, розрахованих на основі плану виробництва та пропускної спроможності обладнання, та зіставлення цих розрахунків. У результаті зіставлення виявляються як резерви виробничих потужностей, так і вузькі місця у виробництві. Ця проблема вирішується за допомогою завдання вибору оптимального варіанту розподілу номенклатури виробничої програми за окремими групами обладнання, за допомогою якої відбувається розподіл виробничої програми між окремими групами обладнання, для того, щоб час на обробку був мінімальним і при цьому одночасно забезпечувалося максимальне завантаження кожного станка.[2]

Для розроблення змінно-добових завдань на чергові робочі дні необхідно створити розклад послідовності виконання окремих операцій та робіт, який включає дати запуску, дати випуску партії деталей, інші події технологічного маршруту.

Під час реалізації календарного плану здійснюються функції контролю, система оперативного регулювання отримує данні щодо відхилень поточного процесу виробництва від запланованого, які необхідно швидко регулювати без шкоди для виробничого процесу. Одним із заходів підвищення ефективності оперативно-виробничого планування є застосування прогресивних методів, наприклад метод MRP (Material Requirements Planning – планування потреби в матеріалах).

Функціонування системи MRP (планування потреби в матеріалах) відображає календарно-планові розрахунки, основою яких є виробничий розклад та структура виробу. На основі календарно-планових розрахунків можна скласти укрупнений цикловий графік виготовлення виробів, який допоможе уникнути втрат часу у виробничому процесі.

Також одним із прогресивних методів, засобом підвищення ефективності оперативно-виробничого планування є MES (Manufacturing Execution Systems – система управління виробничими процесами). MES-системи оперують не одним або двома критеріями побудови розкладу, а декількома десятками, що дає можливість диспетчеру цеху будувати розклад з урахуванням різних виробничих ситуацій. [5] Диспетчер, складаючи розклад, може вказати, що він хоче бачити в конкретному розкладі – зменшення календарної тривалості виконання всього завдання, зменшення тривалості операцій переналадок, вивільнення верстатів, що мають невелике завантаження. Всі процеси в цеху контролюються в реальному часі, і це дає змогу заздалегідь передбачити всі можливі порушення розкладів і вчасно вживати відповідних заходів.

Висновки з проведеного дослідження. Для того, щоб забезпечити на підприємстві ефективну діяльність, необхідно створити всі умови. Однією із умов є застосування системи оперативно-виробничого планування, яка фактично забезпечує хід виробництва, який залежить від його типу. Серійний тип виробництва потребує уважності, адже під час розроблення виробничих процесів можна зазнати невдач, які призведуть до втрати результатів діяльності підприємства. Тому необхідно вдосконалювати систему оперативно-виробничого планування, яка впливає на діяльність підприємства. Вдосконалення оперативно-виробничого планування можливе за допомогою сучасних концепцій, однією з яких є «Just in time» (Точно в термін) та прогресивних методів, таких як «Material Requirements Planning» (планування потреби в матеріалах) і «Manufacturing Execution Systems» (система управління виробничими процесами). Можна удосконалити саму структуру управління виробництвом, враховуючи певні особливості та умови виробництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Громов С.А, Тарасов В.Б. Интегрированные интеллектуальные системы оперативного планирования производства. Известия ЮФУ. М.: Технические науки, 2011. № 7. С. 60–67.

2. Соломенцев Ю.М., Загидуллин Р.Р., Фролов Е.Б. Планирование в современных системах управления производством. Информационные технологии и вычислительные системы. М.: Технические науки, 2010. № 4. С. 77–87.

3. Стрелкова Л.В., Макушева Ю.А. Планирование как эфективный инструмент управления предприятием в современных условиях. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия «Экономические науки». Нижний Новгород, 2010. № 3(2). С. 603–606.

4. Фролов Е.Б. Оперативное планирование производства. Открытые системы. М.: 2013. № 5. С. 37–42.

5. Шматько Н.М. Організація планування структурних змін у процесі розвитку промислового підприємства. Управління розвитком. Харьков, 2016. № 4. С. 139–142.

REFERENCES:

1. Gromov S.A., Tarasov V.B. (2011) Integrirovannye intellektual'nye sistemy operativnogo planirovaniya proizvodstva [Integrated intelligent systems of production planning and sheduling]. Izvestiya SFedU. Engineering sciences, vol. 7, no. 120, pp. 60–67.

2. Solomentsev Yu.M., Zagidullin R.R., Frolov E.B. (2010) Planirovanie v sovremennykh sistemakh upravleniya proizvodstvom [Planning in modern systems

of production maneging]. Journal of information technologies and computing systems, vol. 4, pp. 77–87.

3. Strelkova L.V., Makusheva Yu.A. (2010) Planirovanie kak efektivnyy instrument upravleniya predpriyatiem v sovremennykh usloviyakh [Planning as an effective tool for enterprise management in modern conditions]. Vestnik of Lobachevsky state university of Nizhni Novgorod. Series: Economics, vol. 3(2), pp. 603–606.

4. Frolov E.B. (2013) Operativnoe planirovanie proizvodstva [Operational planning of production]. Open Systems, vol. 5, pp. 37–42.

5. Shmatko N. (2016) Orghanizacija planuvannja strukturnykh zmin u procesi rozvytku promyslovogho pidpryjemstva [Organization of the planning of structural changes in the process of industrial enterprise development]. Development Management, vol. 4, no. 186, pp. 139–142.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОГО КОНРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

PROSPECTS OF USAGE OF FINANCIAL CONTROLLING IN ENTERPRISE

УДК 338.658
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-28

Головко О.Г.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Кушнір А.Е.
магістр
Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»

Golovko Olena
Kharkiv Educational and Scientific Institute
SHEI "Banking University"
Kushnir Alina
Kharkiv Educational and Scientific Institute
SHEI "Banking University"

У статті проаналізовано теоретичні підходи до визначення сутності поняття «фінансовий контролінг». У результаті виявлено, що деякі науковці розглядають фінансовий контролінг як систему інформаційної підтримки управлінських рішень, інші трактують це поняття як відокремлений напрям економічної роботи на підприємстві. Зазначено, що фінансовий контролінг є ефективною системою управління суб'єктів господарювання, що включає в себе планування, облік, контроль, аналіз, інформаційне забезпечення менеджменту для досягнення подальших цілей підприємства. Було визначено основну мету фінансового контролінгу, що полягає в забезпеченні стабільного розвитку підприємства, орієнтації управлінського процесу на максимізацію прибутку та мінімізацію фінансових ризиків. Базою дослідження вибрано ПАТ «Ефект» та проаналізовано фінансовий стан підприємства, розраховано п'ятифакторну функцію діагностики фінансового стану, а також визначено рівень банкрутства за допомогою моделі Альтмана. Виявлено, що ПАТ «Ефект» не є банкрутом, але присутні недоліки стосовно фінансового стану загалом. Запропоновано впровадити ERP-систему для оптимізації бізнес-процесів підприємства.

Ключові слова: *фінансовий контролінг, фінансовий стан, п'ятифакторна функція діагностики фінансового стану, банкрутство, модель Альтмана, ПАТ «Ефект», ERP-система.*

В статье проанализированы теоретические подходы к определению сущности понятия «финансовый контроллинг». В результате выявлено, что некоторые ученые рассматривают финансовый контроллинг как систему информационной поддержки управленческих решений, другие трактуют данное понятие как отдельное направление экономической работы на предприятии. Отмечено, что финансовый контроллинг является эффективной системой управления субъектов хозяйствования, включает в себя планирование, учет, контроль, анализ, информационное обеспечение менеджмента для достижения дальнейших целей предприятия. Была определена основная цель финансового контроллинга, которая заключается в обеспечении стабильного развития предприятия и в ориентации управленческого процесса на максимизацию прибыли и минимизацию финансовых рисков. В качестве базы исследования было выбрано ПАО «Эффект» и проанализировано финансовое состояние предприятия ПАО «Эффект», рассчитана пятифакторная функция диагностики финансового состояния, а также определен уровень банкротства с помощью модели Альтмана. Обнаружено, что ПАО «Эффект» не является банкротом, но присутствуют недостатки относительно финансового состояния в целом. Предложено внедрить ERP-систему для оптимизации бизнес-процессов предприятия.

Ключевые слова: *финансовый контроллинг, финансовое состояние, пятифакторная функция диагностики финансового состояния, банкротство, модель Альтмана, ПАО «Эффект», ERP-система.*

The article discusses about analysis of theoretical approaches to defining of the concept of «financial controlling» essence. As a result it was revealed that some scientists consider the financial controlling as a system of information support for managerial decisions. Others interpret this concept as a separate direction of economic work at the enterprise. It is stated that financial controlling is an effective management system of economic entity that includes planning, accounting, control, analysis, information support of management for achieving further enterprise goals. The main purpose of financial controlling is to ensure the stable development of the enterprise and focus of management process on minimizing of financial risk. PrJSC «Effect» was selected as the base of research and the financial status of the enterprise was analyzed, the five-factor function of diagnostics of financial condition was calculated and the level of bankruptcy was determined using the Altman model. During analysis of liquidity indicators, deviations from the rate of absolute and fast liquidity ratios were revealed. Part of current assets, which financed by equity, decreases, the ratio of financing increases, thereby making the company dependent on external sources of financing. The situation at the enterprise is more or less stable, since the value of the autonomy coefficient is optimal, which indicates the availability of borrowed funds. Five factors were selected to perform the five-factor diagnosis of financial condition: current liquidity ratio, autonomy ratio, equity maneuvering ratio, product profitability and capital turnover ratio. PrJSC "Effect" is not a bankrupt, but there are shortcomings in the financial situation as a whole, the probability of bankruptcy of PrJSC "Effect" is low. It is advisable to pay attention to finding and implementing new effective management methods. Controlled financial management is an effective tool for improving the financial position of an enterprise and optimising business processes. It is proposed to implement an ERP-system to optimize the business processes of the enterprise. A single program can control processing, accounting, inventory, costs, delivery, logistics, etc.

Key words: *financial controlling, financial condition, five-factor function of diagnostics of financial condition, bankruptcy, Altman model, PrJSC «Effect», ERP-system.*

Постановка проблеми. За умов обмеженості фінансових ресурсів на вітчизняних підприємствах для подальшого виживання та розвитку підприємства дуже важливо мати інструменти щодо управління підприємством, що дасть змогу бути більш стабільним, тим самим маючи позитивний фінансовий стан, та надалі мати перспективи подальшого розвитку. За останні роки більшість підприємств потерпає від неефективного управління, тим самим нехтуючи розробленням подальших, більш стратегічних цілей, що в результаті призводить до неплатоспроможності, низької ліквідності та нездатності конкурувати з іншими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сутності поняття «фінансовий контролінг» та перспектив його впровадження в діяльність підприємств займалися як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, котрі розглядали його

у своїх працях із теоретико-методичного та практичного погляду. До них відносимо таких дослідників, як: І.О. Бланк, В.Б. Дзьоба, Г.Л. Матвієнко-Біляєва, В.В. Папп, С.В. Приймак, О.О. Терещенко та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення поняття «фінансовий контролінг», обґрунтування необхідності використання його в сучасних умовах розвитку економіки та впровадження ERP-системи як складника фінансового контролінгу на підприємствах, оскільки за допомогою цієї системи можна досягти стабільності діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. За сучасних умов розвиток підприємств стрімко зростає, в результаті чого виникає жорстка конкуренція щодо ведення бізнесу. В подальшому, аби вистояти, підприємству потрібно чітко розуміти та прогнозувати напрями розвитку свого бізнесу, враховувати всі можливі загрози, які можуть виникнути, та прогнозувати шляхи їх подолання. Саме фінансовий контролінг є тією системою управління, яка може забезпечити гнучкість, надійність та стабільність функціонування господарюючих суб'єктів, надаючи можливість планувати заздалегідь, ставити короткострокові та довгострокові цілі менеджменту і контролювати їхні результати.

Є різні підходи щодо визначення поняття «фінансовий контролінг». Деякі автори розглядають це поняття як «набір методик, спрямованих на вдосконалення облікової політики й управлінської практики підприємств, виходячи з фінансових критеріїв успішності функціонування підприємства» [1]. Інші трактують це поняття з «найважливішою функцією підтримки системи менеджменту, яка займається плануванням і постановкою мети» [2]. Таким чином, можна згрупувати це поняття за системним та процесним підходом. За системним поняття «контролінг» розуміють як систему інформаційної підтримки управлінських рішень на основі використання сукупності методів та процедур із фінансової діагностики, методичного та консультаційного забезпечення [10] або як систему, що зорієнтована на майбутній розвиток підприємства чи регіону загалом [13].

Згідно з процесним підходом цей термін розтлумачують як сукупність методів та процедур, які покликані забезпечити методичну й організаційну основу для підтримки основних функцій управлінської діяльності на підприємстві: планування, організування, мотивування, регулювання та контроль [5], або як функціонально відокремлений напрям економічної роботи на підприємстві, що пов'язаний із реалізацією фінансово-економічної інформативної функції для прийняття оперативних та стратегічних управлінських рішень [4].

Сутність фінансового контролінгу виявляється не лише через підходи, а й через його функції. О.О. Терещенко виділяє шість основних функцій контролінгу, якими є: координація, розроблення фінансової стратегії підприємства, планування та бюджетування, внутрішній контроль, внутрішній консалтинг та методологічне забезпечення.

Отже, термін «фінансовий контролінг» є складною системою, яка досліджує стратегічний розвиток підприємства на основі визначеної головної мети, матеріальних, вартісних і соціальних цілей підприємства, відстеження тенденцій розвитку виробничих програм, інвестиційних проектів та фінансової діяльності на основі планування, обліку, аналізу та контролю сукупності економічних показників і забезпечує інформацію для прийняття управлінських рішень [1].

Основною метою фінансового контролінгу є забезпечення стабільного розвитку підприємства, орієнтація управлінського процесу на максимізацію прибутку та мінімізацію фінансових ризиків [5].

Базою дослідження було вибрано публічне акціонерне товариство Харківська парфюмерно-косметична фабрика «Ефект» (далі ПАТ «Ефект»), яке є одним із найбільших підприємств у парфумерно-косметичній галузі в Україні та займає друге місце за обсягом випуску і широтою асортименту серед вітчизняних виробників. Основна продукція ПАТ «Ефект» наведена в широкому асортименті і нараховує понад 180 найменувань таких асортиментних груп, як: косметичні креми, креми-скраби, косметичне молочко і тоніки, косметичні гелі; парфуми та одеколони; зубні пасти; шампуні; миючі засоби для посуду; лікарські препарати [9].

Під час аналізу показників ліквідності було виявлено відхилення від норми коефіцієнтів абсолютної та швидкої ліквідності (табл. 1). Вони вказують на те, що підприємство не має коштів, аби погасити свої зобов'язання. Для забезпечення поточної ліквідності оборотні активи досліджуваного підприємства повинні перевищувати поточні зобов'язання у два рази. Далі спостерігається падіння платоспроможності, оскільки коефіцієнт покриття протягом досліджуваного періоду скорочується на 0,871 одиниці, що є негативним явищем для ПАТ «Ефект».

Чистий оборотний капітал з 2015 року мав тенденцію до зростання до 2016 року, але в 2017 році показник мав від'ємне значення. Таким чином, аби мати змогу запобігти негативним ризикам, ПАТ «Ефект» має збільшувати обсяги ліквідних активів та проводити певні заходи щодо залучення зобов'язань. Проаналізуємо показники фінансової стійкості підприємства (табл. 2).

За вищенаведеними даними бачимо, що всі показники входять в інтервал нормативних значень. Це свідчить про те, що у підприємства є достатня частка власних коштів у загальному капіталі, але далі спостерігається тенденція до зниження. Частина оборотних активів, що фінансується власним капіталом, зменшується, зростає

коефіцієнт фінансування, тим самим підприємство стає залежним від зовнішніх джерел фінансування.

Ситуація на підприємстві є більш-менш стабільною, оскільки оптимальне значення коефіцієнта автономії 0,5, що говорить про забезпеченість позикових коштів власними. Отже, слід зазначити, що ПАТ «Ефект» є фінансово стійким.

Для детальної діагностики фінансового стану слід розрахувати п'ятифакторну функцію діагностики фінансового стану, що запропонована О.А. Сметанюк [13]. Він звертає увагу на фактори, які потрібно підбирати за умов мінімального рівня кореляційного зв'язку між окремими факторами; виключенням факторів за умови, що один із них є частиною іншого; дотримання принципу простоти та достовірності фактів.

Для проведення функції діагностики фінансового стану ПАТ «Ефект» було вибрано п'ять факторів: коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт автономії, коефіцієнт маневрування власним капіталом, рентабельність продукції, коефіцієнт оборотності капіталу.

Формула інтегрального показника фінансового стану має такий вигляд:

$$Z_{ФСП} = 0{,}12X_1 + 1{,}22\,X_2 + 0{,}84\,X_3 + 1{,}49\,X_4 + 0{,}32\,X_5 - 1{,}35, \quad (1)$$

де X_1 – коефіцієнт поточної ліквідності;

X_2 – коефіцієнт автономії;

X_3 – коефіцієнт маневрування власним капіталом;

X_4 – рентабельність продукції; X_5 – коефіцієнт оборотності капіталу.

Таблиця 1

Показники ліквідності ПАТ «Ефект» за 2014–2018 рр.

Показник	Рік					Нормативне значення
	2014	2015	2016	2017	2018	
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,076	0,088	0,236	0,052	0,107	0,2-0,3
Коефіцієнт покриття	2,205	1,693	2,935	0,985	1,334	>1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,102	0,676	1,442	0,298	0,552	0,6-0,8
Чистий оборотний капітал, тис.грн.	2529	2228	3981	-96	1851	>1

Таблиця 2

Показники фінансової стійкості (платоспроможності) ПАТ «Ефект» за 2014–2018 рр.

Показник	Рік					Нормативне значення
	2014	2015	2016	2017	2018	
Коефіцієнт автономії	0,884	0,830	0,720	0,718	0,742	> 0,5
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	0,547	0,409	0,659	-0,015	0,250	> 0,1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,159	0,142	0,244	-0,006	0,116	> 0
Коефіцієнт фінансування	0,132	0,205	0,126	0,392	0,347	< 1

Таблиця 3

Показники розрахунку інтегрального коефіцієнта фінансового стану ПАТ «Ефект» за 2014–2018 рр.

Показники	Рік				
	2014	2015	2016	2017	2018
Коефіцієнт поточної ліквідності	2,205	1,693	2,935	0,985	1,334
Коефіцієнт автономії	0,884	0,830	0,720	0,718	0,742
Коефіцієнт маневрування власним капіталом	0,159	0,142	0,244	-0,006	0,116
Рентабельність продукції	0,028	0,024	-0,013	-0,046	-0,086
Коефіцієнт оборотності капіталу	1,141	1,189	1,450	1,412	1,827
Інтегральний показник фінансового стану	0,533	0,401	0,530	0,023	0,270

Таблиця 4

Оцінка банкрутства ПАТ «Ефект» за моделлю Е. Альтмана за 2014–2018 рр.

Рік	Показники						
	X1	X2	X3	X4	X5	Інтегральний показник рівня загрози банкрутства (Z)	Імовірність банкрутства
2014	0.256	0.017	1.017	7.586	1.017	9,256	Низька
2015	0.288	0.019	0.994	4.880	0.994	7,574	Низька
2016	0.265	0.030	1.023	7.947	1.023	9,527	Низька
2017	0.277	0.002	1.021	2.551	1.021	6,256	Низька
2018	0.343	0.035	1.324	2.881	1.324	7,882	Низька

За результатами розрахунку маємо отримати таке: якщо $Z_{ФСП} < -0,75$, то у підприємства кризовий фінансовий стан. Якщо $-0,75 < Z_{ФСП} < 0,75$, то потрібні більш детальні розрахунки. Підприємство має нормальний фінансовий стан, якщо $Z_{ФСП} > 0,75$.

Як бачимо з розрахованих даних (табл. 3), значення інтегрованого показника фінансового стану погіршується, тобто підприємство має значення в цьому проміжку від $-0,75 < Z_{ФСП} < 0,75$. Дані свідчать, що ПАТ «Ефект» не є банкрутом, але присутні недоліки стосовно фінансового стану загалом.

Аби передбачити банкрутство підприємства, слід використовувати емпірично-індуктивні системи показників фінансової діагностики. Однією з таких систем є саме багатофакторна модель Альтмана, яка дає змогу прогнозувати банкрутство на п'ятирічний період із точністю до 70% [15]. За допомогою цієї моделі підприємства можуть виявити недоліки, які присутні в їхніх фінансах та заздалегідь вжити певних заходів, аби їх уникнути надалі.

У загальному вигляді модель Альтмана має такий вигляд:

$$Z = 1,2X_1 + 1,4\,X_2 + 3,3\,X_3 + 0,6\,X_4 + X_5. \quad (2)$$

Після того як розраховані показники, отримані дані порівнюють із нормативними значеннями. Якщо $Z < 1,81$ – ризик банкрутства дуже високий (ДВ); за умови $1,81 \le Z < 2,77$ ризик банкрутства високий (В); $2,77 \le Z < 2,99$ – середній (С); $Z \ge 2,99$ – низький (Н).

Коефіцієнти X1–X5 розраховані за звітними даними ПАТ «Ефект» мають такі показники, що наведені нижче. Після розрахунку коефіцієнтів було розраховано саму функцію Z і порівняно із нормативним значенням (табл. 4).

Максимальне значення протягом досліджуваного періоду інтегральний показник рівня загрози банкрутства для ПАТ «Ефект» досяг у 2016 р., а у 2018 році інтегральний показник рівня загрози банкрутства збільшився на 1,626 од.

Отже, протягом досліджуваного періоду імовірність банкрутства ПАТ «Ефект» є низькою (Н). Таким чином бачимо, що фінансовий стан ПАТ «Ефект» є стабільним. Падіння всіх показників спостерігалося в 2014 та 2015 роках, а в 2017–2018 рр. фінансовий стан підприємства дещо покращився. Але керівництву підприємства не слід зупинятися на досягнутому. Доцільно звернути увагу на пошук та впровадження нових ефективних методів управління. Фінансове управління на засадах контролінгу є ефективним інструментом покращення фінансового становища підприємства та оптимізації бізнес-процесів.

Фінансовий контролінг має в своєму арсеналі ERP-систему. Ця система містить у собі набір інтегрованих програм, які комплексно, в єдиному інформаційному просторі підтримують усі основні аспекти управлінської діяльності підприємств – планування ресурсів (фінансових, людських, матеріальних) для виробництва товарів (послуг), оперативне управління виконанням планів (у тому числі постачання, збут, ведення договорів), усі види обліку, аналіз результатів господарської діяльності [14].

Саме ERP-система забезпечить якісну технічну обробку інформації, поліпшить доступ до інформації всіх підрозділів ПАТ «Ефект» та допоможе менеджерам підприємства в управлінні організацією як системою. Використання ERP-системи дасть змогу користуватися єдиною програмою замість декількох, що зможе контролювати обробкою, бухгалтерським обліком, запасами, витратами, доставкою, логістикою тощо.

Використання ERP-системи надасть низку переваг, у тому числі уникнення більшості помилок, ефективний та швидкий доступ до інформації. Якщо доступ до інформації коректно організований, то це допоможе менеджерам ПАТ «Ефект» швидко зорієнтуватися в різних ситуаціях, у результаті чого зросте ймовірність ухвалення правильних рішень.

Висновки з проведеного дослідження. Фінансовий контролінг нині є досить ефективною системою управління фінансово-господарською діяльністю підприємства, що зорієнтоване на майбутнє. Впровадження фінансового контролінгу на підприємствах України дасть змогу вчасно реагувати на зміни в діяльності, розробляти та опрацьовувати різні варіанти управлінських рішень, здійснювати порівняльний аналіз усіх даних, використовувати різні методи і моделі стосовно управління, що в результаті зможе забезпечити як платоспроможність, так і економічну ефективність на майбутнє.

За результатами проведеного теоретичного аналізу було визначено сутність поняття «фінансовий контролінг», його підходи та функції, а за практичним аналізом було розглянуто фінансовий стан та розраховано п'ятифакторну функцію діагностики фінансового стану ПАТ «Ефект», в результаті чого було визначено необхідність впровадження ERP-системи на підприємстві. Саме ERP-система, яка зосереджена на фінансовому контролінгу, дасть можливість керівництву ПАТ «Ефект» захистити свій бізнес від поразки у зовнішньому фінансовому середовищі, готувати обґрунтовані управлінські рішення, не допускати ознак кризового стану на підприємстві, тим самим орієнтуватися на майбутнє.

Розглянувши проблеми, які вирішує фінансовий контролінг, слід зазначити, шо в нашій країні слід упроваджувати розвиток фінансового контролінгу на вітчизняних підприємствах, що в результаті дасть можливість отримати підвищення рівня економічної ефективності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Буратчук Н.Ю. Beyond Budgeting – модель фінансового управління XXI століття. *Ринок цінних паперів України*. 2012. № 1-2. С. 53–58.
2. Васильєва Т.А. Фінансовий контролінг як інструмент управління економічними процесами на підприємстві. *Вісник Української академії банківської справи.* 2014. № 1. С. 84–90.
3. Дзьоба В.Б. Теоретико-методологічна база побудови і використання системи контролінгу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2013. № 767. С. 31–34.
4. Загородній А.Г. Фінансовий словник. 4-те вид., випр. і доповн. Київ: *«Знання».* 2002. С. 566.
5. Іщенко Н.А. Фінансовий контролінг в системі управління фінансовою діяльністю підприємства. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки.* 2012. Вип. 22(1). С. 227–232.
6. Клокар О.О. Соціально-економічна сутність фінансового контролінгу та його ефективне формування та розвиток. *Схід*. 2016. № 5. С. 11–15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2016_5_3 (дата звернення: 03.02.2020).
7. Ліпич Л.Г. Контролінг в системі антикризового управління. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку.* 2012. № 722. С. 377–381.
8. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Контролінг виробничої діяльності сучасних підприємств. *Управління розвитком*. 2015. № 4. С. 75–79.
9. Офіційний сайт ПАТ «Ефект». URL: http://www.effect.ua (дата звернення: 25.01.2020).
10. Папп В.В. Фінансовий контролінг як основа ефективного управління фінансами підприємства. *Молодий вчений*. 2014. № 11. С. 90–92.
11. Пілевич Д.С. Роль контролінгу в процесі розвитку підприємств. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 232–237.
12. Приймак С.В. Діагностика фінансового стану підприємства в системі контролінгу: автореф. дис. … канд. екон. наук: 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит»; ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». Київ. 2007. С. 21.
13. Сметанюк О.А. Діагностика фінансового стану підприємства в системі антикризового управління: автореф. дис. … канд. екон. наук: 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами»; Хмельницький національний університет. Хмельницький. 2006. С. 20.
14. Терещенко О.О. Фінансовий контролінг: навчальний посібник. Київ: КНЕУ. 2013. С. 407.
15. Altman E.I. Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. *The Journal of Finance*. 1968. № 4. pp. 589–609.

REFERENCES:

1. Buratchuk N. (2012) Beyond Budgeting – modelj finansovogho upravlinnja XXI stolittja [Beyond Budgeting – A Model for Financial Management of the 21st Century]. Rynok cinnykh paperiv Ukrajiny. No.1–2, pp. 53–58.
2. Vasyl'yeva T. (2014) Finansovyy kontrolinh yak instrument upravlinnya ekonomichnymy protsesamy na pidpryyemstvi [Financial Controlling as an Instrument for Managing Economic Processes at the Enterprise]. Visnyk Ukrayins'koyi akademiyi bankivs'koyi spravy. No.1, pp.84–90.
3. Dz'oba V. (2013) Teoretyko-metodolohichna baza pobudovy i vykorystannya systemy kontrolinhu [Theoretical and methodological base of construction and use of the controlling system]. Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politekhnika». Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku.. No. 767, pp. 31–34.
4. Zahorodniy A. (2002) Finansovyy slovnyk. 4-te vyd., vypr. i dopovn. [Financial Dictionary. 4 types, vypr. and additions]. Kyiv: «Znannya», pp. 566. (in Ukrainian)
5. Ishchenko N. (2012) Finansovyy kontrolinh v systemi upravlinnya finansovoyu diyal'nistyu pidpryyemstva [Financial Controlling in the System of Management of Financial Activity of the Enterprise]. Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky, vol. 22 (1), pp. 227–232.
6. Klokar O. (2016) Sotsial'no-ekonomichna sutnist' finansovoho kontrolinhu ta yoho efektyvne formuvannya ta rozvytok [The socio-economic essence of financial controlling and its effective formation and development]. Skhid. No. 5, pp. 11–15. Available at: URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2016_5_3 (accessed 03 February 2020).
7. Lipych, L. (2012) Kontrolinh v systemi antykryzovoho upravlinnya [Controlling in the Crisis Management System]. Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politekhnika». Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku. No. 722, pp. 377–381.
8. Matviyenko-Bilyayeva G. (2015) Kontrolinh vyrobnychoyi diyal'nosti suchasnykh pidpryyemstv [Controlling the Production Activity of Modern Enterprises]. Upravlinnya rozvytkom. No. 4, pp. 75–79.
9. Ofitsiynyy sayt PAT «Efekt». Available at: http://www.effect.ua (accessed 25 January 2020).
10. Papp V. (2014) Finansovyy kontrolinh yak osnova efektyvnoho upravlinnya finansamy pidpryyemstva [Financial Controlling as a Basis for Effective Management of Enterprise Finance]. Molodyy vchenyy. No. 11, pp. 90–92.
11. Pilevych D. (2017) Rol' kontrolinhu v protsesi rozvytku pidpryyemstv [The role of controlling in the process of enterprise development]. Problemy ekonomiky. No. 1, pp. 232–237.
12. Pryymak S. (2007) Diahnostyka finansovoho stanu pidpryyemstva v systemi kontrolinhu [Diagnosis of the financial state of the enterprise in the controlling system] (avtoref. dys. … kand. ekon. nauk: spets. 08.00.08 Hroshi, finansy i kredyt; DU «Instytut ekonomiky ta prohnozuvannya NAN Ukrayiny»). Kyjiv. (in Ukrainian)
13. Smetanjuk O. (2006) Diaghnostyka finansovogho stanu pidpryjemstva v systemi antykryzovogho upravlinnja [Diagnosis of the financial state of the enterprise in the system of crisis management] (avtoref. dys. … kand. ekon. nauk: spets. 08.06.01 Ekonomika, orghanizacija i upravlinnja pidpryjemstvamy; Khmeljnycjkyj nacionaljnyj universytet. Khmeljnycjkyj. (in Ukrainian)
14. Tereshhenko O. (2013) Finansovyj kontrolingh: navchaljnyj posibnyk [Financial Controlling: Teaching tool]. Kyjiv: KNEU. (in Ukrainian)
15. Altman E. (1968) Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. The Journal of Finance. No. 4, pp. 589–609.

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ПОЛОЖЕНЬ БРЕНДИНГУ У КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

RESEARCH OF BASIC BRANDING PROVISIONS IN THE CONTEXT OF ENTERPRISE MARKETING

УДК 347.772:339.138
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-29

Гудзь О.І.
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»
Мусійовська О.Б.
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»

Hudz Olha
Lviv Polytechnic National University
Musiiovska Oksana
Lviv Polytechnic National University

Стаття присвячена обґрунтуванню маркетингової діяльності підприємства на засадах використання брендингу. У статті виділено основні положення, які розкривають сутність брендингу, та наведено переваги для підприємств та споживачів. Запропоновано модель формування брендингу, у якій провідне місце виокремлено для товарної та комунікаційної політики підприємства. Відзначено нерозривність товару та бренду, оскільки у межах товарної політики формуються суто фізичні характеристики товару, а у процесі розроблення комунікаційної політики забезпечується прихильність до товару або бренду. Наведено основні стратегії управління брендами підприємства. Виконано порівняння традиційних підходів до формування брендингу із засобами інтернет-мережі. Виявлено перспективи розвитку брендингу в мережі Інтернет на підставі зростаючої динаміки продажів продукції в інтернеті та чисельності користувачів соціальними мережами.

Ключові слова: *підприємство, маркетингова діяльність, бренд, брендинг, товарна політика, комунікаційна політика.*

Статья посвящена обоснованию маркетинговой деятельности предприятия на основе использования брендинга. В статье выделены основные положения, раскрывающие сущность брендинга, и приведены преимущества для предприятий и потребителей. Предложена модель формирования брендинга, в которой ведущее место выделено товарной и коммуникационной политике предприятия. Указано на неразрывность товара и бренда, поскольку в рамках товарной политики формируются чисто физические характеристики товара, а в ходе разработки коммуникационной политики обеспечивается приверженность к товару или бренду. Представлены основные стратегии управления брендами предприятия. Выполнено сравнение традиционных подходов к формированию брендинга со средствами интернет-сети. Выявлены перспективы развития брендинга в сети Интернет на основании растущей динамики продаж продукции в интернете и численности пользователей социальными сетями.

Ключевые слова: *предприятие, маркетинговая деятельность, бренд, брендинг, товарная политика, коммуникационная политика.*

The marketing activities of enterprises should offer such measures that will differentiate the enterprise and its products among competitors. As a result, the concept of branding is gaining importance and becoming the basis for ensuring the competitiveness of goods, services and businesses. Branding is aimed at building long-term relationships between the brand and the consumer. Branding creates benefits for the enterprise and the consumer. Branding provides the company with successful development, stable sales volumes, increased profits and more. Branding provides the consumer with maximum satisfaction of needs, reduces the risk of purchase, saves time to choose a product, maintains a certain social status and more. The essence of branding was revealed during the research. The main highlights were revealed such as combination of product and communication solutions; gradual formation based on consumers' knowledge and impressions; focus on corporate identity; a means of consumer individualization; obstacles to competitors, etc. Commodity and communication policies play a leading role in branding. The objective of commodity policy is to segment the market and create a product. The goal of communication policy is to inform consumers about the product. Enterprises can implement several branding strategies. Such strategies are to launch new products under the same brand, expand the range within one brand, create additional brands and more. Formation of branding on the Internet is relevant today. Online branding enables consumers to be active participants in product formation. The main branding tools on the Internet are the company website, search marketing, email marketing, banner advertising, contextual advertising, social networks advertising, blogging, online video and more. Internet sales grew 2.8 times in Europe and 7.6 times in Ukraine from 2010 to 2017. Using social networks is an important part of online branding. The main tasks of social networks are to ensure a positive image of the enterprise and to establish bilateral relations with consumers. However, social networks should be used for consumer goods, for household services, for educational services and so on.

Key words: *enterprise, marketing, brand, branding, commodity policy, communication policy.*

Постановка проблеми. Сучасний ринок продукції та послуг перенасичений різноманітною інформацією, що певним чином обтяжує формування попиту серед споживачів та здійснення на них комунікаційного впливу. Одними з основних завдань маркетингової діяльності є дослідження потреб споживачів та донесення різними засобами правдивої інформації про продукцію та послуги. У цьому разі варто звернутися до брендингу, який одночасно поєднує у собі основні інструменти товарної та комунікаційної політики. Саме такий підхід може забезпечити прихильність серед споживачів та сприятиме налагодженню із ними довготермінових ринкових відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню маркетингової діяльності присвячено багато праць, які щороку поповнюються новими дослідженнями. У періодичних виданнях представлено, зокрема, сутність маркетингової діяльності, чинники, які впливають на її результативність, засоби стимулювання, особливості контролінгу, методи оцінювання ефективності тощо. Актуальним нині є розвиток маркетингової діяльності з використанням нових інструментів (таких як брендинг, аутсорсинг, електронний маркетинг тощо), які спрямовуються на підтримування концепції соціально-етичного маркетингу. Цей напрям розвивають такі науковці, як М.І. Белявцев, І.В. Бойчук, Л.В. Гранат, Ю.В. Гуля, В.Д. Кармазінова, Я.С. Ларіна, Н.С. Носань, К.А. Полторак, М.Ю. Разінькова, Н.А. Славіна, В.В. Филоненко, О.І. Шаманська та ін. У своїх

працях вони розглядають сутність брендингу, основні завдання, переваги використання для різних суб'єктів ринку, послідовність формування, основні інструменти, котрі посилюють заходи брендингу, можливості для здійснення ребрендингу тощо. Незважаючи на достатню кількість публікацій, присвячених обґрунтуванню маркетингової діяльності для підприємств, потребує доопрацювання процес інформування споживачів про продукцію і послуги підприємства на засадах брендингу із використанням мережі Інтернет.

Постановка завдання. Основною метою статті є обґрунтування сутності брендингу та виявлення основних засобів, які підвищують його ефективність, а також результативність маркетингової діяльності загалом.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах пожвавлення конкуренції маркетингова діяльність підприємств повинна запропонувати такі програми та заходи, які виділятимуть підприємство та його продукцію або послуги серед аналогічних, які реалізовують конкуренти. Провідними чинниками успіху підприємства повинні стати довгострокові відносини зі споживачами, завоювання їхньої довіри та лояльності. У результаті цього концепція брендингу набуває все більшого значення і стає основоположною у забезпеченні конкурентоспроможності товарів, послуг та підприємства загалом. Ключовим елементом брендингу є бренд. Бренди займають своєрідне місце у нашій свідомості, адже є віддзеркаленням позитивного, емоційного чи іміджевого образу продукції (підприємства), іноді навіть його унікальних властивостей та характеристик [1, с. 91]. Діяльність із розроблення та реалізації бренду й управління ним називається брендингом [2].

На підставі дослідження інформації наукових періодичних видань [1, с. 91В. П.92; 2; 3, с.246В. П.247; 4, с.98В. П.100; 5, с.231; 6, с.61; 7, с.78В. П.79; 8, с.176 та ін.] виявлено провідні аспекти брендингу, які представлено на рис. 1.

Отже, брендинг націлений на формування довгострокових двосторонніх відносин між брендом і споживачем, які з боку підприємства базуються на гарантуванні якості продукції або послуг, а з боку споживача – забезпечують йому індивідуалізацію. Брендинг акцентує увагу на унікальних властивостях і характеристиках продукції. Саме тому повідомлення про бренд мають бути максимально сконцентрованими, короткими і змістовними. Отже, головними ознаками бренду є: зареєстрований товарний знак; добре відома на певному ринку

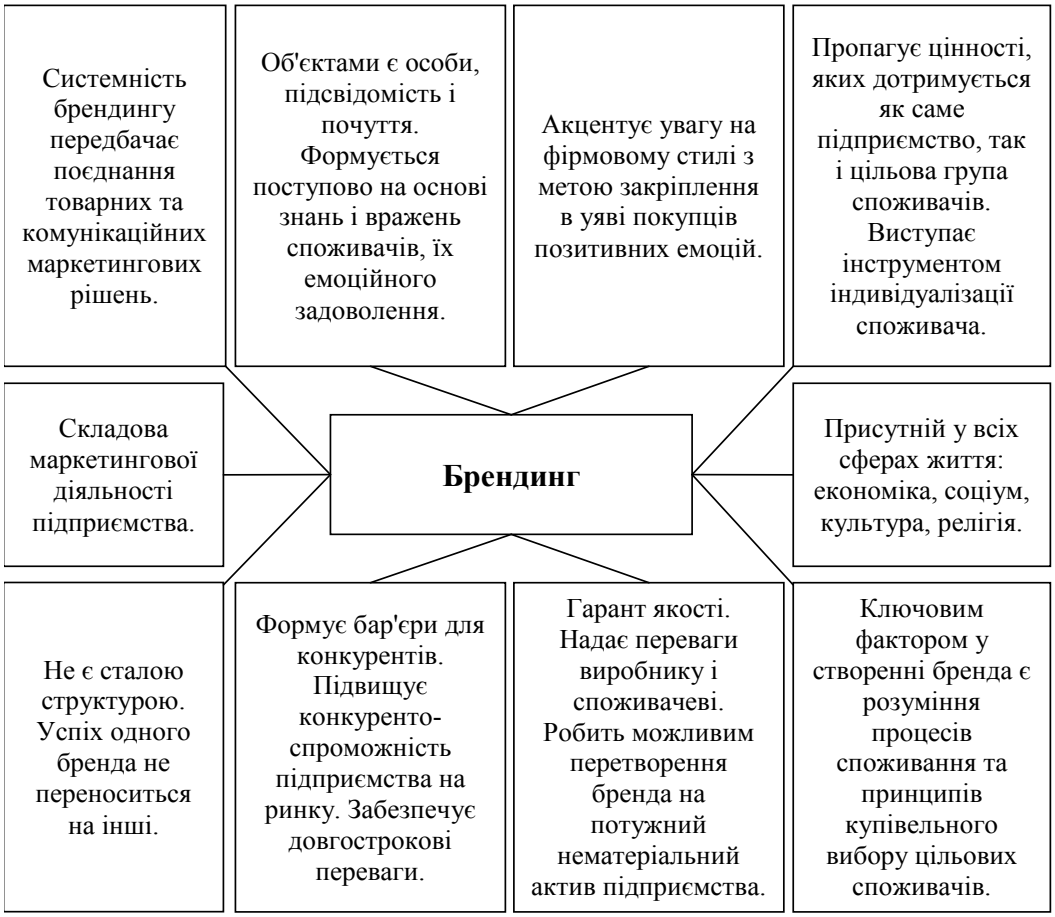


Рис. 1. Сутність брендингу

Джерело: побудовано на підставі власних досліджень

товарна марка; відчуття споживачів, пов'язані з торговою маркою.

Варто зазначити, що бренд, товар, торгова марка є відмінними поняттями. Бренд відображає загальні уявлення про товар, має хорошу репутацію серед споживачів. Товар можна відчути, доторкнутися до нього, побачити. Торгова марка – це зареєстрована назва товару, групи товарів, послуги, які присутні на ринку; тобто це юридичне поняття, ніж маркетингове. Важливо те, що товар може існувати без бренду, а бренд без товару ні [5, с. 230].

Брендинг створює переваги [2; 7, с. 79]:

– для підприємства, забезпечуючи йому успішний розвиток (стабільні обсяги реалізації на конкретних ринках, реалізацію тривалої програми щодо закріплення у свідомості споживачів образу товарів, збільшення прибутку за рахунок розширення асортименту товарів);

– для споживача, сприяючи максимальному задоволенню потреб (допомагає вирізнити товар серед інших, заощаджує час на вибір товару, знижує ризик покупки, сприяє підтриманню певного статусу).

Під час дослідження процесу формування брендингу виявлено декілька спільних та відмінних деталей. Спільними рисами більшості праць є необхідність проведення маркетингових досліджень для з'ясування основних характеристик товару, встановлення цілей, розроблення основних атрибутів бренду (назва, логотип, персонаж, шрифт, упаковка тощо), стеження за діями конкурентів, здійснення реклами, моніторинг та контролювання всього процесу тощо. Варто зазначити, що найбільш вагому

Рис. 2. Формування брендингу

Джерело: побудовано на підставі власних досліджень

Таблиця 1

Особливості брендингу із застосуванням традиційних підходів та інтернету

№	Традиційний брендинг	Брендинг в інтернеті
1	Споживачі мають змогу лише спостерігати за маркетинговими заходами підприємства. Ініціаторами потенційних товарів і послуг є маркетологи підприємства.	Споживачі є активними учасниками та мають змогу вносити свої пропозиції на відповідних форумах, соціальних мережах тощо. Споживачі виступають ініціаторами щодо потенційних товарів та послуг.
2	Обмежується час доступу до інформації про товар або послугу у зв'язку із регламентованою тривалістю робочого дня.	Не існує прив'язки до часу. Інформація в інтернеті доступна завжди.
3	Використання газет, журналів, телебачення, білбордів тощо для інформування споживачів про товар або послугу.	Інформація спрямовується на конкретну групу споживачів, які проявляють інтерес до товару або послуги підприємства. Використовується банерна реклама, таргетинг тощо.

Джерело: сформовано на основі [11, с. 25; 12, с. 78]

роль у формуванні брендингу відведено рекламі. Відмінними поглядами у становленні брендингу є: запровадження бенчмаркінгу, що передбачає аналізування та наслідування успішних аналогічних підприємств [9, с. 232]; перепозиціонування бренду, згідно з чим пропонуються нові доповнюючі товари або унікальні послуги для зміцнення ринкових позицій підприємства [2]; ведення соціально-орієнтованої конкуренції для підвищення репутації підприємства [3, с. 298; 4, с. 98].

У процесі дослідження поетапності формування брендингу та його основних елементів сформовано відповідну модель, зображену на рис. 2.

Враховуючи твердження, що бренд не може існувати без товару, у процесі здійснення брендингу провідну роль відведено товарній та комунікаційній політиці. Завдяки брендингу встановлюється необхідний асортимент товарів чи послуг, у яких зацікавлені споживачі. Більшість споживачів надають перевагу брендам, які мають високу цінність, оскільки так їм легше усвідомити переваги товару. У межах товарної політики формуються суто фізичні характеристики товару, основними атрибутами бренду, згідно з [5, с. 331], є: форма, колір, зміст (слова), символи, охороноздатність, рекламоздатність, властивості, переваги, цінність, культура, індивідуальність. У процесі розроблення комунікаційної політики основними атрибутами товару за [5, с. 331] є: смисл, автентичність, диференціація, стійкість, погодження, гнучкість, прихильність, цінність, залучення, приналежність, креативність, співпраця, заохочення, допомога, поблажливість, психологічність.

У межах брендингу підприємства можуть реалізовувати декілька стратегій, які передбачають випуск нових товарів під тим же брендом, розширення асортименту у межах одного бренду, створення додаткових брендів (див. рис. 2).

На сучасному етапі розвитку комунікацій щоразу більша роль відводиться формуванню брендингу за допомогою інтернету. Брендинг у мережі інтернет – це спеціально розроблений комплекс маркетингових заходів, які націлені на ознайомлення аудиторії інтернет-мережі з товарами та послугами, а також на підвищення лояльності цільової аудиторії [6, с. 61]. Основними інструментами брендингу в мережі інтернет можуть бути: сайт підприємства, пошуковий маркетинг, E-mail-маркетинг, банерна реклама, контекстна реклама, реклама в соціальних мережах, блогінг, онлайн-відео тощо.

Пропагування товарів і послуг підприємства в інтернеті набуває все більшої актуальності і забезпечує високі результати діяльності, сприяючи збільшенню прибутків від реалізації. Просування брендів в інтернеті здійснюється такими методами, як: інсайд-бренд (Inside Brand) – бренд підприємства, який будується лише в інтернеті,

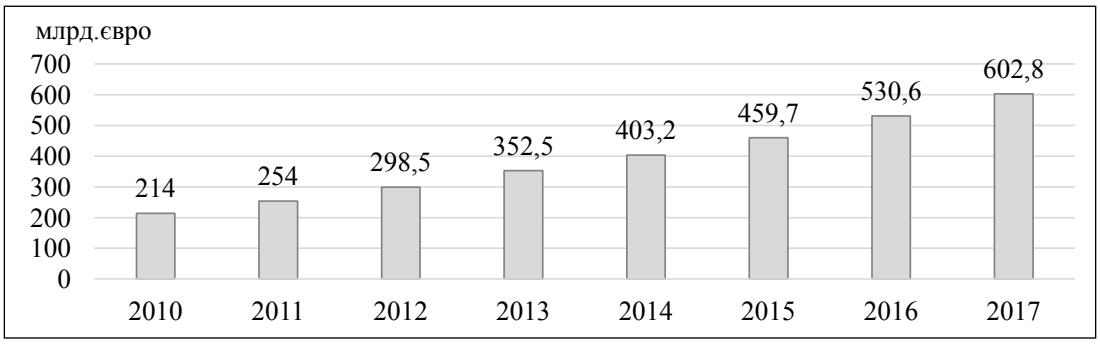


Рис. 3. Обсяги продажів за допомогою інтернету у Європі

Джерело: побудовано на основі [13, с. 67]

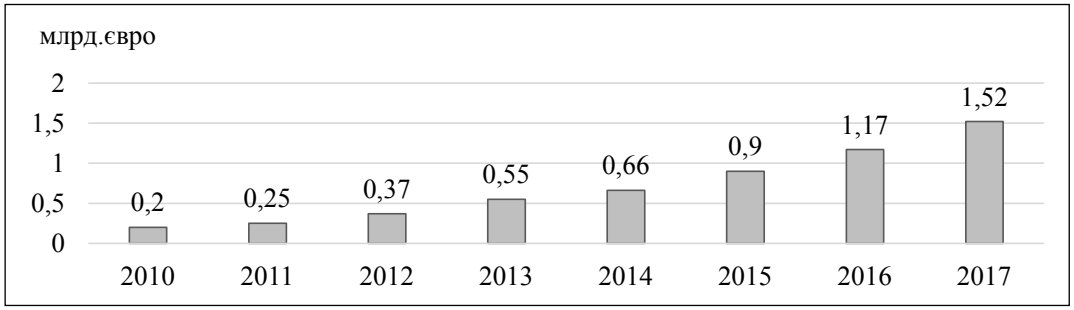


Рис. 4. Обсяги продажів за допомогою інтернету в Україні

Джерело: побудовано на основі [13, с. 68]

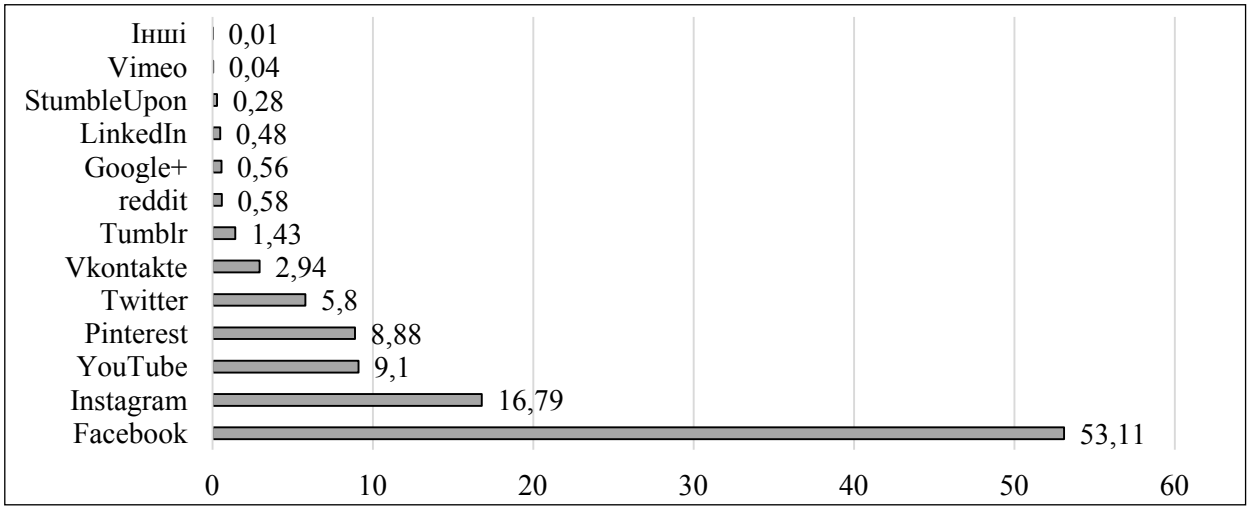


Рис. 5. Користувачі соціальних мереж в Україні у 2018 році, %

Джерело: побудовано на основі [14]

та аутсайд-бренд (Outside Brand) – бренд, у створенні та просуванні якого інтернет виступає допоміжним засобом [8, с. 177; 10, с. 116]. У табл. 1 наведено основні характеристики брендингу із застосуванням традиційних підходів та інтернету.

З огляду на переваги купівлі товарів в інтернеті, спостерігається динаміка до збільшення обсягів продажів за допомогою інтернету у Європі (рис. 3) та Україні (рис. 4). Це є вагомою підставою для ведення діяльності в інтернеті. У період із 2010 року до 2017 року обсяги продажів за допомогою інтернету зросли у 2,8 раза у Європі та у 7,6 раза в Україні.

Одним з елементів брендингу в інтернеті є використання соціальних мереж, основним завданням яких є забезпечення позитивного іміджу для підприємства, а також налагодження двосторонніх відносин із споживачами. В Україні є достатня кількість соціальних мереж, до яких щороку долучаються нові користувачі. У соціальних мережах реклама не сприймається як нав'язлива, а її вартість є досить низькою порівняно із іншими видами реклами. У соціальних мережах є можливість вибрати цільову групу потенційних споживачів. Проте не для всіх товарів доцільно використовувати соціальні мережі, окрім цього, конкуренція тут є досить високою. Соціальні мережі доцільно використовувати для товарів широкого вжитку, для побутових послуг, для освітніх послуг тощо. Структура соціальних мереж за користувачами зображена на рис. 5.

Варто зазначити, що 83% користувачів інтернетом щодня хоча б один раз користуються соціальними мережами [15, с. 374]. Це дає підставу стверджувати про необхідність брендингу, зокрема, у найбільш розповсюджених мережах.

Отже, брендинг, який базується на товарній та комунікаційній політиці підприємства, має на меті створити прихильність споживачів до товарів і послуг підприємства. Для брендингу можна використовувати традиційні засоби інформування та мережу інтернет. При цьому використання інтернету може бути досить продуктивним, оскільки чисельність користувачів постійно зростає та збільшуються обсяги реалізації.

Висновки з проведеного дослідження. У процесі проведеного дослідження розглянуто сутність брендингу та виявлено такі основні його аспекти, як: складник маркетингової діяльності; системність; формується на основі емоційних вражень споживачів; пропагує цінності

підприємства; присутність у всіх сферах життя; гарантування якості; динамічність; розуміння принципів купівельного вибору цільових споживачів. Наведено переваги брендингу для підприємства і споживачів. Запропоновано процесуально-структурний підхід до обґрунтування брендингу, у результаті чого узагальнено модель формування брендингу з акцентами на товарній та комунікаційній політиці. Досліджено форми здійснення брендингу в інтернеті, серед яких сайт підприємства, пошуковий маркетинг, зовнішня активність підприємства в Інтернеті, маркетинг у соціальних медіа, просування бренду, віртуальні світи тощо. Систематизовано особливості брендингу із застосуванням традиційних підходів та інтернету. Наведено динаміку продажів в інтернеті та чисельність користувачів соціальними мережами, що є запорукою розвитку брендингу в мережі Інтернет.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Филоненко В. В. Бренд-менеджмент в системі маркетингової діяльності. Соціально-гуманітарний вісник. 2018. Вип. 24. С. 91В. П.92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sochumj_2018_24_59 (дата звернення: 11.02.2020).

2. Шаманська О. І., Саветін В. Г., Марчук Ю. А. Брендинг як напрямок маркетингової діяльності підприємства. Ефективна економіка. 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_71 (дата звернення: 11.02.2020).

3. Белявцев М. І., Зайцева А. М. Соціально-орієнтований маркетинг як інструмент брендингу. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2015. № 3(2). С. 244В. П. 250. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_3(2)__47 (дата звернення: 11.02.2020).

4. Гранат Л. Брендингові технології управління репутацією інтернет-магазинів. Вісник КНТЕУ. 2017. № 5. С.96В. П.106. http://visnik.knteu.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2105&catid=219&lang=uk (дата звернення: 11.02.2020).

5. Гуля Ю. В. Теоретико-методологічні засади брендингу та бренд-менеджменту підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2015. № 5. Т. 1. С. 229В. П. 235. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_5(1)_49 (дата звернення: 11.02.2020).

6. Кармазінова В. Д., Котова М. В. Брендинг в електронній торгівлі. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2019. Вип. 34. С. 59В. П.62. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2019_34_14 (дата звернення: 11.02.2020).

7. Носань Н. С. Роль бренду у забезпеченні ефективної маркетингової діяльності підприємства. Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. 2016. Вип. 12. С. 76В. П.81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_ek_2016_12_11 (дата звернення: 17.02.2020).

8. Разінькова М. Ю., Небаба Н. О. Інтернет-брендинг як фактор конкурентоспроможності туристичних підприємств. Економічний простір. 2019. № 143. С. 173В. П.182. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2019_143_16 (дата звернення: 17.02.2020).

9. Славіна Н. А., Лаврук О. С. Бенчмаркінг як інструмент маркетингової діяльності аграрного підприємства. Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. 2017. Вип. 26(2). С. 229В. П.235. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZnpPdatu_2017_26(2)__28 (дата звернення: 17.02.2020).

10. Ларіна Я.С., Медведкова І.А. Брендинг як метод забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2017. Вип. 1. С. 15В. П. 20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2017_1_7 (дата звернення: 17.02.2020).

11. Бойчук І.В. Організація маркетингової діяльності на промислових підприємствах. Торгівля, комерція, підприємництво. 2014. Вип. 17. С. 71В. П.74. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2014_17_17 (дата звернення: 17.02.2020).

12. Есаулов В.А. Маркетингова діяльність як важливий інструмент підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2015. № 1. С. 94В. П.100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2015_1_19 (дата звернення: 17.02.2020).

13. Гранат Л.В. Брендинг підприємств інтернет-торгівлі: тенденції та передумови розвитку. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки. 2017. № 7. С. 65В. П. 70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2017_7_11 (дата звернення: 19.02.2020).

14. Юдин А.В. Як змінилась статистика соціальних мереж в Україні. URL: http://bit.do/eL3MD (дата звернення: 19.02.2020).

15. Полторак К.А., Зозульов О.В. Сучасний стан ринку інтернет-технологій: детермінанти розвитку ринку та нові підходи до маркетингової діяльності. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2015. № 12. С. 372В. П.378. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_55 (дата звернення: 19.02.2020).

REFERENCES:

1. Fylonenko V.V. (2018) Brend-menedzhment v systemi marketynhovoi diialnosti [Brand management in the system of marketing activities]. *Sotsialno-humanitarnyi visnyk* [Social sciences and humanities bulletin] (electronic journal), vol. 24, pp. 91B. П.92. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sochumj_2018_24_59 (accessed 11 February 2020).

2. Shamanska O.I., Savetin V.H., Marchuk Yu.A. (2013) Brendynh yak napriamok marketynhovoi diialnosti pidpryiemstva [Branding as a direction of marketing of the enterprise]. *Efektyvna ekonomika* [Efficient economy] (electronic journal), vol. 2. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_71 (accessed 11 February 2020).

3. Beliavtsev M.I., Zaitseva A.M. (2015) Sotsialno-oriientovanyi marketynh yak instrument brendynhu [Social-oriented marketing as a branding tool]. *Visnyk*

Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky [Herald of Khmelnytskyi national university. Economic sciences] (electronic journal), vol. 3(2), pp. 244B. П.250. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_3(2)__47 (accessed 11 February 2020).

4. Hranat L. (2017) Brendynhovi tekhnolohii upravlinnia reputatsiieiu internet-mahazyniv [Branding technologies of reputation management of online stores]. *Visnyk KNTEU* [Herald of the Kiev National University of Trade and Economics] (electronic journal), vol. 5, pp. 96B. П.106. Available at: http://visnik.knteu.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2105&catid=219&lang=uk (accessed 11 February 2020).

5. Hulia Yu.V. (2015) Teoretyko-metodolohichni zasady brendynhu ta brend-menedzhmentu pidpryiemstv [Theoretical and methodological principles of enterprise branding and brand management]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Herald of Khmelnytskyi national university. Economic sciences] (electronic journal), vol. 5, no. 1, pp. 229B. П.235. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_5(1)__49 (accessed 11 February 2020).

6. Karmazinova V.D., Kotova M.V. (2019) Brendynh v elektronnii torhivli [Ecommerce Branding]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Scientific Herald of Kherson State University series: Economics Sciences] (electronic journal), vol. 34, pp. 59B. П.62. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2019_34_14 (accessed 11 February 2020).

7. Nosan N. S. (2016) Rol brendu u zabezpechenni efektyvnoi marketynhovoi diialnosti pidpryiemstva [The role of brand in ensuring effective marketing of the enterprise]. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu*. *Seriia: Ekonomika.* [Bulletin of Mariupol State University. Series: Economics] (electronic journal), vol. 12, pp. 76B. П. 81. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_ek_2016_12_11 (accessed 17 February 2020).

8. Razinkova M. Yu., Nebaba N. O. (2019) InternetB. П.brendynh yak faktor konkurentospromozhnosti turystychnykh pidpryiemstv [Internet branding as a factor of competitiveness of tourist enterprises]. *Ekonomichnyi prostir* [Economic scope] (electronic journal), vol. 143, pp. 173B. П.182. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2019_143_16 (accessed 17 February 2020).

9. Slavina N.A., Lavruk O.S. (2017) Benchmarkinh yak instrument marketynhovoi diialnosti ahrarnoho pidpryiemstva [Benchmarking as an instrument of marketing activity of agrarian enterprise]. *Podilskyi visnyk: silske hospodarstvo, tekhnika, ekonomika* [Podilskyi Herald: Agriculture, Technology, Economics] (electronic journal), vol. 26(2), pp. 229B. П.235. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZnpPdatu_2017_26(2)__28 (accessed 17 February 2020).

10. Larina Ya.S., Medvedkova I.A. (2017) Brendynh yak metod zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva [Branding as a method of ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy* [Socio-economic problems of the modern period of Ukraine] (electronic journal), vol. 1, pp. 15B. П.20. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2017_1_7 (accessed 17 February 2020).

11. Boichuk I.V. (2014) Orhanizatsiia marketynhovoi diialnosti na promyslovykh pidpryiemstvakh [Organization of marketing activities at industrial enterprises]. *Torhivlia, komertsiia, pidpryiemnytstvo* [Trade, commerce, entrepreneurship] (electronic journal), vol. 17, pp. 71B. П.74. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2014_17_17 (accessed 17 February 2020).

12. Esaulov V.A. (2015) Marketynhova diialnist yak vazhlyvyi instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti silskohospodarskykh pidpryiemstv [Marketing as an important tool for increasing the competitiveness of agricultural enterprises]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)* [Proceedings of the Taurida State Agrotechnological University (Economic Sciences)] (electronic journal), vol. 1, pp. 94B. П.100. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2015_1_19 (accessed 17 February 2020).

13. Hranat L.V. (2017) Brendynh pidpryiemstv internet-torhivli: tendentsii ta peredumovy rozvytku [Branding of e-commerce enterprises: trends and prerequisites fordevelopment]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka».* Seriia: Ekonomchni nauky [International scientific journal «Internauka». Series: «Economic Sciences»] (electronic journal), vol. 7, pp. 65B. П.70. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2017_7_11 (accessed 19 February 2020).

14. Yudyn A.V. Yak zminylas statystyka sotsialnykh merezh v Ukraini [How social network statistics in Ukraine have changed]. Available at: http://bit.do/eL3MD (accessed 19 February 2020).

15. Poltorak K.A., Zozulov O.V. (2015) Suchasnyi stan rynku internet-tekhnolohii: determinanty rozvytku rynku ta novi pidkhody do marketynhovoi diialnosti [The current state of the Internet technology market: determinants of market development and new approaches to marketing]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskyi politekhnichnyi instytut»* [Economic Bulletin of National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnical Institute»] (electronic journal), vol. 12, pp. 372B. П.378. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_55 (accessed 19 February 2020).

КОНКУРЕНТНОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ВИЗНАЧЕННЯ СУТІ ТА ВПЛИВУ ФАКТОРІВ

COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE: THE DEFINITION OF THE ESSENCE AND THE IMPACT OF THE FACTORS

УДК 339.137.22
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-30

Дейнега І.О.
д.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту
Рівненський державний гуманітарний університет
Язвінська Т.В.
студентка
Рівненський державний гуманітарний університет

Deineha Inna
Rivne State University of Humanities
Yazvinska Tetiana
Rivne State University of Humanities

У статті ідентифіковано зміст дефініцій «конкурентноздатність» та «конкурентоспроможність». Визначено об'єкти конкурентноздатності. Розкрито зміст поняття «конкурентноздатність підприємства». Розглянуто вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на конкурентноздатність підприємства. Виокремлено напрями збільшення прибутку підприємства, що впливають на підвищення його конкурентноздатності. Встановлено механізм впливу операційного менеджменту на конкурентну позицію підприємства на ринку. Ідентифіковано основні фактори впливу на конкурентноздатність товарів підприємства, які необхідно враховувати під час розроблення його стратегії. Визначено роль ланцюгів цінності у побудові системи управління конкурентноздатністю підприємства та основні етапи операційного менеджменту, що для цього застосовуються. Розглянуто стратегію якості та особливості її побудови. Визначено етапи побудови операційної стратегії.

Ключові слова: *конкуренція, конкурентноздатність підприємства, конкурентна позиція, ланцюг цінності, операційний менеджмент, стратегія, якість.*

В статье идентифицировано содержание дефиниции «конкурентоспособность». Определены объекты конкурентоспособности. Раскрыто содержание понятия «конкурентоспособность предприятия». Рассмотрено влияние внешних и внутренних факторов на конкурентоспособность предприятия. Выделены направления увеличения прибыли предприятия, влияющие на повышение его конкурентоспособности. Установлен механизм воздействия операционного менеджмента на конкурентную позицию предприятия на рынке. Идентифицирован состав основных факторов влияния на конкурентоспособность товаров предприятия, которые необходимо учитывать при разработке его стратегии. Определена роль цепей ценности в построении системы управления конкурентоспособностью предприятия и основные этапы операционного менеджмента, которые для этого применяются. Рассмотрена стратегия качества и особенности ее построения. Определены этапы построения операционной стратегии.

Ключевые слова: *конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентная позиция, цепь ценности, операционный менеджмент, стратегия, качество.*

Stability of functioning of an individual enterprise in the market is one of the components of its competitiveness, so making sound management decisions to ensure continuous and quality production is one of the ways to maintain and strengthen the competitive position of the enterprise. The release of competitive products enables an enterprise to fulfill a number of important social obligations to the state and its employees, while maintaining the desired level of target profit to ensure the economic interest of its owners. Achieving an enterprise the appropriate level of competitiveness of products or services directly shapes its competitive position in the market and is an important task for its management. Competitiveness is a characteristic that can relate to both an individual product and the enterprise or the country as a whole, which is manifested in achieving the goals through the use of stronger parties than competitors. Competitiveness in relation to the enterprise is its complex characteristic, which reflects the ability to function effectively in the conditions of risk and uncertainty, to keep stable, with sufficient capacity to ensure normal activity capacity, target market, produce and sell products (or provide services) better than similar at the price and the quality parameters that are presented in the market to ensure: in the short term – stable profit, and in the long term – stable market position and systematic conquest. In order to ensure stable quality of products and services of any enterprise, it is necessary to develop and implement a quality strategy. This strategy should include the application of a particular philosophy that focuses on customer focus and needs, which is the main criterion for quality. When evaluating the strategy of the company determine the list of major factors influencing the competitiveness of its products, evaluate the practice of competitors in advertising and sales promotion, branding, the benefits of packaging of competitors' goods, the level of service of competitors in the warranty and post-warranty period, the scope and opportunities of their marketing and marketing products. Maintaining a high level of enterprise competitiveness implies that the efficiency of its resources is so high that it allows a higher level of profitability than its main competitors, as well as the fact that the company has a consistently high market share, since its products and / or services are constantly used. market demand.

Key words: *competition, competitiveness of an enterprise, competitive position, value chain, operational management, strategy, quality.*

Постановка проблеми. На тлі трансформаційного розвитку ринкових відносин та погіршення соціально-економічної ситуації в країні загострюється та посилюється конкурентна боротьба між окремими підприємствами на національному ринку. Такі обставини визначили об'єктивну необхідність пошуку нових і модернізації наявних методів управління підприємством для ведення конкурентної боротьби. Стабільність функціонування окремого підприємства на ринку є однією зі складових частин його конкурентноздатності, тому прийняття обґрунтованих управлінських рішень для забезпечення безперервного та якісного виробництва є одним із шляхів збереження та зміцнення конкурентної позиції підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фаховим дослідженням конкуренції та конкурентноздатності присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Зокрема, класичними вважаються роботи А. Сміта, Д. Рікардо, М. Портера, Р. Солоу, І. Ансоффа, Ш. Майталя, М. Крістофера, що стали методологічною основою для подальших прикладних досліджень у цьому напрямі. Серед вітчизняних експертів варто відзначити В. Гросула [2], О. Дейнегу [4], І. Коломійця [6], Ю. Порохню [8], Т. Харченко [10], В. Шкардуна [12]. Проте проблема вивчення впливу факторів на конкурентноздатність підприємства в несприятливих для розвитку підприємницького середовища умовах є не досить опрацьованою та висвітленою в наукових працях.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення факторів впливу на конкурентне становище підприємства та підвищення його конкурентноздатності. Для досягнення поставленої мети під час дослідження використовувалися такі методи загальнонаукового пізнання, як формальна логіка, діалектична логіка та системний аналіз.

Виклад основного матеріалу дослідження. Випуск конкурентноздатної продукції дає змогу підприємству виконувати низку важливих соціальних зобов'язань перед державою і працівниками, підтримуючи одночасно потрібний рівень цільового прибутку для забезпечення економічного інтересу його власників. Досягнення підприємством відповідного рівня конкурентноздатності продукції або послуг безпосередньо формує його конкурентну позицію на ринку та є важливим завданням для його менеджменту.

Як уже було встановлено у [3], більшість вітчизняних науковців не враховують наявність в українській мові двох термінів – «конкурентоспроможність» та «конкурентноздатність» – та, дотримуючись виключно фонетичної близькості цих понять, користуються більш співзвучним російському слову «конкурентоспособность» поняттям «конкурентоспроможність» [2; 5; 6; 8; 10; 11], хоча, згідно зі смисловим навантаженням, майже у всіх без виключення публікаціях йдеться про конкурентноздатність. Погоджуємось із О. Дейнегою, що «конкурентноздатність визначається щодо об'єктів, які вже діють на ринку, а конкурентоспроможність – щодо новостворених, тобто тих, які тільки мають виходити на ринок» [4, с. 62]. Врахування відмінності понять дає змогу чіткіше ідентифікувати сукупність факторів, що впливають на спроможність витримувати конкуренцію на ринку новоствореним об'єктам (конкурентоспроможність) або вже діючим (конкурентноздатність).

У наукових джерелах присутні лексичні конструкції цих дефініцій як щодо підприємств, так і щодо країн. Зокрема, під конкурентоспроможністю підприємства розуміється «комплексна відносна характеристика, чітко визначена у часі, що проявляється у процесі господарсько-фінансової діяльності і дає змогу підприємству за рахунок використання своїх унікальних властивостей (сильних сторін) зберігати або покращувати свої позиції за умов мінливого ринку порівняно з конкурентами» [2, с. 240]. У [10, с. 72] розширюється коло об'єктів конкурентноздатності і зазначається, що «це зумовлено економічними, соціальними та політичними чинниками становища країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках». Таким чином, конкурентноздатність – це характеристика, яка може стосуватися як окремого товару, так і підприємства або країни загалом, що проявляється під час досягнення поставлених цілей за рахунок використання сильніших сторін порівняно з конкурентами.

На нашу думку, щодо підприємства конкурентноздатність – це його комплексна характеристика, що відображає здатність ефективно функціонувати в умовах ризику та невизначеності, утримувати стабільний, з достатньою для забезпечення нормальної діяльності місткістю цільовий ринок, виробляти і реалізувати продукцію (або надавати послуги), кращу від аналогічної за ціновими та якісними параметрами, для забезпечення у короткостроковій перспективі стабільного прибутку, а у довгостроковій – стійкої позиції на ринку та планомірного його завоювання [3, с. 411].

Найважливішими методологічними завданнями вирішення проблеми підвищення конкурентноздатності підприємства є визначення критеріїв конкурентноздатності і формування системи показників її вимірювання, розроблення методів оцінки рівня конкурентноздатності, розроблення методів формування алгоритмів (програм) підвищення конкурентноздатності [9, с. 602].

На конкурентноздатність впливає низка чинників, що діють на підприємство ззовні, не залежать від його волі чи бажання (об'єктивні), а також таких, котрі залежать від ефективності менеджменту підприємства, якості управлінських заходів, пов'язаних із забезпеченням конкурентноздатності (суб'єктивні).

Проблема підвищення конкурентноздатності має кілька аспектів: технологічний, організаційний, економічний, соціальний, юридичний та комерційний тощо, що становлять єдину систему забезпечення конкурентноздатності продукції. При цьому є певна черговість вирішення питань кожного з аспектів, проте вирішення економічних завдань є першочерговим [11, с. 57].

У системі управління конкурентноздатністю підприємства все гостріше перед виробниками та світовим співтовариством постає проблема ефективного використання наявних обмежених ресурсів. Як зазначає І. Гевко, «концепція операційного менеджменту дає змогу управляти новими ділянками утворення доданої вартості, на відміну від загальновизнаних ділянок управлінського обліку. В управлінському обліку розглядають лише ті операції, які перебувають у сфері безпосереднього впливу, тоді як ланцюги розвитку виходять за межі безпосереднього впливу конкретної фірми» [1].

З огляду на вищесказане, можна виокремити такі напрями збільшення прибутку, що напряму впливає на підвищення його конкурентноздатності, як: зв'язок із постачальниками підприємства; зв'язок зі споживачами підприємства; технологічні зв'язки всередині ланцюга цінностей одного структурного підрозділу; зв'язок між ланцюгами цінностей окремих підрозділів усередині підприємства.

Система ланцюгів цінності виявляє те, як продукція підприємства вписується у систему потреб споживача. Наприклад, у межах цієї системи зрозуміло, який відсоток витрат певного підприємства входить до загальних витрат споживача на придбання продукту та як можливо максимально задовольнити його потреби. Очевидно, що для формування ланцюга цінності є три важливих етапи операційного менеджменту, властивих будь-якому бізнесу:

– вирішення проблем (від розроблення концепції, проектування до випуску готового виробу);

– управління інформаційними потоками (від отримання замовлення до складання детального графіка проекту і постачання товару);

– фізичне перетворення (від отримання засобів виробництва до того, як у руках у споживача опиниться готовий продукт) [7].

Конкурентноздатність підприємства передусім визначається такими чинниками, як споживчі властивості товарів, маркетингова підтримка, характеристика цільових ринків, поведінка споживачів, потенціал і ресурси підприємства тощо. Набір чинників, які визначають конкурентноздатність підприємства, є настільки значущим і своєрідним, що неможливо запропонувати єдину методику збирання даних стосовно їх оброблення та ідентифікації для прийняття відповідних рішень [6].

За умови забезпечення високої якості та конкурентноздатності підприємства зможуть утримувати на ринку стійку конкурентну позицію, що виражається у наявності конкурентних переваг. Як вважає М. Крістофер, «конкурентна перевага формується із багатьох непомітних дій, що здійснює бізнес-організація, які сприяють зростанню її відносної вартості і створюють основу для диференціації» [13].

Для забезпечення стабільної якості продукції, послуг будь-якого підприємства необхідно розробити та впровадити стратегію якості. Ця стратегія має передбачати застосування певної філософії, у центрі якої є зосередженість на клієнтах та їхніх потребах, що є основним критерієм якості. Зосередженість у цьому разі означає, що, приймаючи будь-яке рішення стосовно управління підприємством, потрібно враховувати те, як воно позначиться на задоволеності споживачів.

Для ефективного менеджменту якості принципове значення має зосередженість на процесах. Практично будь-яку організаційну діяльність можна розглядати як процес, де «вхід» – сировина, матеріал, інформація тощо – перетворюється на якийсь «вихід» – продукт із кінцевим результатом, що задовольняє потреби клієнта. Якість кінцевої продукції або послуг залежить від якості кожного окремого процесу та їх взаємопов'язаності. Зосередженість на процесах дає змогу забезпечити прозорість і керованість виробничої діяльності підприємства та робіт з обслуговування клієнтів, що має бути доповнено ще одним важливим елементом динамічної системи якості, а саме її постійним поліпшенням.

Діяльність із поліпшення якості продукції або послуг підприємства має бути спрямована на забезпечення максимальної відповідності характеристик виробленої продукції та/або послуг потребам клієнтів, а також на усунення виявлених недоліків у наявних процесах [5].

Орієнтовані на клієнта дії дають змогу підприємствам створювати для них цінність, диференціюючи себе від своїх конкурентів, що не відповідають тим же вимогам ринку. На підприємствах мають бути застосовані ефективні технологічні та інфраструктурні процеси, що дозволять їм забезпечувати гнучкість у своєму ланцюгу поставок. Процеси ланцюга поставок підприємств мають бути легко пристосованими для задоволення унікальних потреб бізнесу. Крім того, попит має бути підтриманий динамічним партнерством підприємства з постачальниками, дистриб'юторами та виробниками для досягнення конкурентних переваг.

Отже, для забезпечення високого рівня якості продукції, послуг підприємствам необхідно використовувати у своїй діяльності принципи та методи операційного менеджменту, що дасть змогу оцінювати всі змінні, що мають стратегічний характер, тобто розроблення операційної стратегії у ринкових умовах є одним із вирішальних факторів, що визначає як конкурентоспроможність, так і конкурентноздатність підприємства.

Як правило, під час оцінювання стратегії підприємства визначають перелік основних факторів впливу на конкурентноздатність його товарів, оцінюють практику конкурентів щодо реклами та стимулювання збуту, брендингу, переваги упаковки товарів конкурентів, рівень сервісу конкурентів у гарантійний і післягарантійний період, масштаби і можливості їхніх збутових мереж, практику товароруху конкурентів (види транспорту, обсяги запасів, розміщення складів, види складів та їхню вартість) тощо.

Підтримка високого рівня конкурентноздатності підприємства передбачає, що ефективність використання його ресурсів є настільки високою, що це дає змогу отримати вищий рівень прибутковості, ніж його головні конкуренти, а також те, що підприємство має стабільно високу ринкову частку, оскільки його товари та/або послуги користуються постійним попитом на ринку. Однак на практиці цей стан не є незмінним, тому менеджмент підприємства повинен уміти відстежувати зміни, що відбуваються на ринку, та проводити відповідні коригування виробничої та/або збутової стратегій, зокрема оновлення, модернізацію, модифікацію, диверсифікацію товарної політики, застосування нових каналів, методів збуту тощо.

Для розроблення операційної системи сфери виробництва товарів необхідно розробляти і приймати стратегічні рішення проектного характеру, тобто скласти операційну стратегію, що передбачає розроблення виробничого процесу та інфраструктури його підтримки. Розроблення процесу передбачає вибір технології, складання календарних графіків, визначення товарно-матеріальних запасів, а також способу розміщення такого процесу. Щодо інфраструктури рішення стосуються систем планування та управління забезпеченням якості продукції, її контролю, системи оплати праці тощо. Цінність одного виду діяльності для споживача може бути підвищена за рахунок інших видів діяльності підприємства. Правильне поєднання видів діяльності забезпечує підприємству конкурентну перевагу та високу прибутковість [12].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, одним із ефективних методів впливу на конкурентноздатність підприємства є операційний менеджмент, що дає змогу виявити можливості щодо покращення якості його продуктів та розглянути поставлене питання у стратегічному підтексті. Для забезпечення стабільної якості продуктів діяльності підприємства (продукції, робіт, послуг) необхідно користуватися філософією якості, яка формується відповідно до зосередження на клієнтах, постійного поліпшення, зосередження на процесах та розробленні рішень, що ґрунтується на фактах. Для здійснення ефективного управління у системі забезпечення якості необхідно розробити операційну стратегію, до формування якої застосовуються різні підходи, причому основними складниками є розроблення виробничого процесу та інфраструктури його підтримки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гевко І.Б. Операційний менеджмент : навч. посіб. К. : Кондор, 2005. 228 с.

2. Гросул В.А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки*. 2010. № 3 (53). С. 239–241.

3. Дейнега І.О., Язвінська Т.В. Формування конкурентоздатності підприємств в умовах інформаційної економіки. *Молодий вчений*. № 12 (76). 2019. С. 410–416.

4. Дейнега О.В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Логістика*. 2008. Вип. 623. С. 61–68.

5. Деордієва В.А. Операційний менеджмент: сутність і роль у забезпечені конкурентоспроможності організацій. *Ефективна економіка*. 2013. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2124 (дата звернення : 21.02.2020).

6. Коломієць І.Ф. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі факторів інтернаціоналізації. *Конкуренція*. № 3. 2007. С. 16–26.

7. Орленко Я.Ю. Упровадження системи операційного менеджменту на підприємствах в умовах ринкової економіки. URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2014-2/doc/2/03.pdf. (дата звернення : 21.02.2020).

8. Порохня Ю.Л., Козловський С.В., Недбалюк О.О. Конкурентоспроможність підприємства та вплив на нього операційної стратегії. *Экономические науки 6. Маркетинг та менеджмент.* URL: http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Economics/73672.doc.htm. (дата звернення : 21.02.2020).

9. Портер М. Конкуренция. М. ; СПб. ; К. : Вильямс, 2005. 602 с.

10. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки. *АПК*. 2003. № 2. С. 70–73.

11. Чупик Г.Р. Наукові підходи до визначення категорій «конкуренція» та «конкурентоспроможність». *Вісник Львівської КА*. 2006. № 22. С. 55–58.

12. Шкардун В. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия. *Маркетинг*. № 1 (80). 2005. С. 38–50.

13. Christopher M. Managing supply chain complexity: Identifying the requisite skills. *Supply Chain Forum: International Journal*. № 13. 2012. pp. 4–9.

REFERENCES:

1. Hevko I.B. (2005) *Operatsiynyy menedzhment* [Operational management]. K.: Condor. (in Ukrainian)

2. Hrosul V.A. (2010) Konkurentospromozhnist' torhovel'noho pidpryyemstva: sutnist' ta kryteriyi otsinky [Competitiveness of a trading company: the nature and criteria of evaluation]. *ZhSTU Bulletin. Economic sciences*. 2010. № 3 (53). pp. 239–241.

3. Deyneha I.O., Yazvins'ka T.V. (2019) Formuvannya konkurentozdatnosti pidpryyemstv v umovakh informatsiynoyi ekonomiky [Formation of competitiveness of enterprises in the conditions of information economy]. *Young scientist.* № 12 (76). pp. 410–416.

4. Deyneha O.V. (2008) Metodolohichni aspekty otsinyuvannya konkurentozdatnosti pidpryyemstv [Methodological aspects of enterprise competitiveness assessment]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University.* Logistics. 2008. Iss. 623. pp. 61–68.

5. Deordiyeva V.A. (2013) Operatsiynyy menedzhment: sutnist' i rol' u zabezpecheni konkurentospromozhnosti orhanizatsiy [Operational management: the essence and role in ensuring the competitiveness of organizations]. *An efficient economy.* URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2124 (accessed 21 February 2020).

6. Kolomiyets' I.F. (2007) Pidvyshchennya rivnya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva v systemi faktoriv internatsionalizatsiyi [Increasing the level of enterprise competitiveness in the system of factors of internationalization]. *Competition.* № 3. pp. 16–26.

7. Orlenko YA.YU. (2014) Uprovadzhennya systemy operatsiynoho menedzhmentu na pidpryyemstvakh v umovakh rynkovoyi ekonomiky [Implementation of the operational management system at enterprises in a market economy]. URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2014-2/doc/2/03.pdf. (accessed 21 February 2020).

8. Porokhnya YU.L., Kozlovs'kyy S.V., Nedbalyuk O.O. (2010) Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva ta vplyv na n'oho operatsiynoyi stratehiyi [Competitiveness of an enterprise and influence on its operating strategy]. *Economics 6. Marketing and Management*. URL: http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Economics/73672.doc.htm. (accessed 21 February 2020).

9. Porter M. (2005) Konkurentsyya [Competition]. M.; St. Petersburg. ; K.: Williams. 602 p. (in Russian).

10. Kharchenko T.B. (2003) Zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv yak zasib rynkovoho reformuvannya ekonomiky [Ensuring the competitiveness of enterprises as a means of market economy reform]. *AIC*. № 2. pp. 70-73.

11. Chupyk H.R. (2006) Naukovi pidkhody do vyznachennya katehoriy «konkurentsiya» ta «konkurentospromozhnist'». *Bulletin of the Lviv CA*. № 22. pp. 55–58.

12. Shkardun V. (2005) Integral'naya otsenka konkurentosposobnosti predpriyatiya [Integral assessment of enterprise competitiveness.]. *Marketing*. № 1 (80). pp. 38–50.

13. Christopher M. (2012). Managing supply chain complexity: Identifying the requisite skills. *Supply Chain Forum: International Journal.* 13. pp. 4–9.

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

SCINTIFIC AND PRACTICAL RESEARCH TO THE EVALUATION OF ECONOMIC SECURITY OF HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENT

УДК 657.1:658:4

https://doi.org/10.32843/infrastruct40-31

Драган О.І.
д.е.н., професор,
професор кафедри економіки праці та менеджменту
Національний університет харчових технологій

Dragan Olena
National University of Food Technology

У статті обґрунтовується актуальність формування методичного підходу до оцінки рівня економічної безпеки закладу вищої освіти (ЗВО) у сучасних умовах. Об'єктом дослідження є оцінювання рівня економічної безпеки ЗВО. Під час проведення розрахунків були застосовані методи порівняння, експертного опитування і математичної статистики. На підставі узагальнення діючих наукових підходів та з урахуванням авторських позицій сформовано складники, що характеризують економічну безпеку ЗВО. Вибрані показники, які характеризують та відображають всі змістовні сторони складників економічної безпеки ЗВО. Доведено необхідність та економічну доцільність включення їх до аналітичного інструментарію оцінювання рівня економічної безпеки ЗВО. Розроблено алгоритм проведення оцінювання рівня економічної безпеки ЗВО за відповідними етапами. Зниження або зростання інтегрального показника рівня економічної безпеки ЗВО свідчить про наявність позитивних або негативних тенденцій та визначає напрями потенційних заходів щодо усунення небезпек, загроз і ризиків, які повинні бути враховані у стратегії розвитку ЗВО на перспективу.

Ключові слова: *економічна безпека, заклад вищої освіти, підходи, складники, показники, рівень, методи.*

В статье обосновывается актуальность формирования методики оценки уровня экономической безопасности высшего учебного заведения в современных условиях. Объектом исследования является оценка уровня экономической безопасности высшего учебного заведения. При проведении расчетов были применены методы сравнения, экспертного опроса и математической статистики. На основании обобщения действующих научных подходов и с учетом авторских позиций сформированы составляющие, характеризующие экономическую безопасность вуза. Выбраны показатели, характеризующие и отражающие все содержательные стороны составляющих экономической безопасности высшего учебного заведения. Доказана необходимость и экономическая целесообразность их включения в аналитический инструментарий оценки уровня экономической безопасности вуза. Разработан алгоритм проведения оценки уровня экономической безопасности вуза по соответствующим этапам. Снижение или рост интегрального показателя уровня экономической безопасности вуза свидетельствует о наличии положительных или отрицательных тенденций и определяет направления потенциальных мер по устранению опасностей, угроз и рисков, которые должны быть учтены в стратегии развития вуза на перспективу.

Ключевые слова: *экономическая безопасность, учреждение высшего образования, подходы, составляющие, показатели, уровень, методы.*

The actuality of the methodical approach forming to the estimation of economic strength of higher education establishment (HEE) security in the modern difficult situation of all educational system is described in the article. The main reasons of worsening of HEE's economic security are increasing of competition at the market of educational services, consequences of demographic crisis, increase of educational migration, dropping of market demand, input of permanent changes in legislation in the sphere of higher education, financing and functioning of HEE and other. The object of the research is evaluation level of economic security of the National University of Food Technologies in modern terms. On the basis of generalization of operating scientific approaches and with taking into account authorial positions the constituents that characterize economic security of HEE are formed, as financial safety, informatively and resource safety, intellectual and skilled safety and market safety. Selected indexes that characterize and represent all content parties of constituents of HEE economic security. Necessity and financial viability of their adding to the analytical tool of evaluation level of HEE economic security are proven. During the realization of calculations, the following methods were applied: comparison, expert questioning and mathematical statistics. Generalized basic approaches to the evaluation of economic security are indicatory, resource, functional, resource-functional and other. For maintenance of high level of HEE's economic security, it is needed constantly to conduct its evaluation on the simplified methodology. The algorithm of evaluation realization of HEE's economic security after the corresponding stages is worked out. The methodical approach to the evaluation of economic security is approved on public materials of the National University of Food Technologies for the different periods. Decline or increase of integral index of HEE's economic security testifies the presence of positive or negative tendencies and determines directions of potential events in relation to the removal dangers, threats and risks that must be taken into account in the strategy of development of HEE for long terms.

Key words: *economic security, establishment of higher education, approaches, constituents, indexes, level, methods.*

Постановка проблеми. Вітчизняні заклади вищої освіти сьогодні перебувають у складному становищі, яке обґрунтоване такими причинами, як зростання конкуренції на ринку освітніх послуг, продовження демографічної кризи, зростання освітньої міграції, неврахування потреб ринку праці, постійні зміни у законодавстві у сфері вищої освіти, нові підходи Міністерства освіти і науки України до діяльності та фінансування ЗВО, зростання небезпек та загроз для подальшого стратегічного розвитку ЗВО тощо. Захисною альтернативною стратегією є формування власної системи економічної безпеки ЗВО, яка враховує усі загрози, небезпеки, ризики сьогодення в діяльності і функціонуванні ЗВО на ринку освітніх послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Судячи з наукових публікацій, в Україні склалися цілі наукові школи на рівні університетів, які займаються проблематикою у сфері економічної безпеки ЗВО [1–9]. Автори досліджують різні аспекти оцінювання економічної безпеки ЗВО. Так, О.М. Антонюк досліджує механізм підвищення

рівня економічної безпеки ЗВО з урахуванням нових умов фінансування [1, с. 33]. С.В. Бреус пропонує оцінювання економічної безпеки закладу вищої освіти з урахуванням основних підходів до побудови збалансованої системи показників [2, с. 259–292]. М.П. Денісенко передбачає оцінювання економічної безпеки закладів вищої освіти з урахуванням специфічних особливостей їхнього функціонування щодо доцільності забезпечення потреб ринку праці, вимог економіки та роботодавців [3, с. 29]. В.В. Коврегін пропонує застосовувати комплексний підхід до визначення типів ВНЗ, показників їхньої економічної безпеки як соціально-економічних систем [6]. В.П. Мартинюк досліджує застосування, переваги та обмеження індикаторного методу в оцінюванні економічної безпеки вищих навчальних закладів в Україні [8, с. 194].

Постановка завдання. Мета статті полягає в апробації науково-практичного методичного підходу до оцінювання економічної безпеки закладу вищої освіти на прикладі Національного університету харчових технологій за період 2017–2019 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. Узагальнюючи наукові методичні здобутки у питанні оцінювання економічної безпеки ЗВО, виділяють такі підходи, як [1–9]:

1) *Індикаторний підхід*, який передбачає формування груп показників (індикаторів), та виявленні при цьому їхніх граничних величин, недосягнення яких приводить до формування негативних тенденцій у сфері економічної безпеки.

2) *Системний підхід*, які передбачає розгляд економічної безпеки ЗВО як системи для розвитку та подальшого функціонування з виокремленням підсистем, їх наповнення та структури, показників для їх оцінювання.

3) *Процесний підхід* передбачає розгляд оцінювання економічної безпеки ЗВО як безперервних, динамічних процесів, що відбуваються під впливом чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.

4) *Функціональний підхід* передбачає оцінювання економічної безпеки ЗВО, здійснюється у розрізі основних функцій організації, таких як фінансова, інтелектуальна і кадрова, техніко-технологічна, політико-правова, інформаційна.

5) *Ресурсний підхід* передбачає оцінювання економічної безпеки ЗВО за видами ресурсного забезпечення: фінансового інформаційного, трудового, матеріального тощо.

6) *Ресурсно-функціональний підхід* передбачає оцінювання економічної безпеки ЗВО через поєднання оцінки ступеня використання ресурсів за функціями діяльності організації.

7) *Підхід на основі теорії економічних ризиків* передбачає оцінювання економічної безпеки ЗВО через визначення імовірних або потенційних загроз, небезпек, ризиків організації.

Пропонується здійснити апробацію методичного підходу до оцінювання рівня економічної безпеки закладу вищої освіти за такими етапами, як:

1) визначення мети, об'єкта та завдань оцінювання; збір, систематизація та узагальнення необхідної інформації;

2) обґрунтування складників економічної безпеки ЗВО. Складники економічної безпеки ЗВО повинні бути розроблені за участю представників адміністрації ЗВО, що пов'язані з економічною безпекою для формулювання цілей, розроблення заходів щодо її підсилення на наступний період. Вагомість складників визначається за допомогою експертного опитування;

3) вибір показників, що характеризують кожний складник економічної безпеки у динаміці за декілька років;

4) нормалізація показників (індексів) економічної безпеки ЗВО, що підлягають оцінюванню;

5) оцінювання інтегрального показника складників економічної безпеки ЗВО;

6) оцінювання інтегрального показника рівня економічної безпеки ЗВО та обґрунтування відповідних висновків.

I. *Мета методики*: оцінити рівень економічної безпеки Національного університету харчових технологій.

Методи дослідження: для розрахунків застосовані методи: експертного опитування, порівняння, інтегрального оцінювання, математичної статистики.

Об'єктом дослідження є оцінювання рівня економічної безпеки Національного університету харчових технологій у сучасних умовах.

У 2019 році Національний університет харчових технологій відповідно до проведеного рейтингу ЗВО займає:

Рейтинг університетів «ТОП-200 Україна» – 17 місце;

«Кращі навчальні заклади столиці» – 9 місце [10].

II. Експертним опитуванням були визначенні складники економічної безпеки Національного університету харчових технологій, наведені у табл. 1.

Узгодженість експертних оцінок підтверджено показником варіації, який перебуває в нормативних межах ≤ 33%.

За думкою експертів, найвищі бали були розподілені так: 1 місце – фінансовій безпеці, 2 – інтелектуально-кадровій безпеці; 3– ринковій безпеці; 4 –інформаційно-ресурсній безпеці.

III. Вибір показників, що характеризують кожний складник економічної безпеки Національного університету харчових технологій у динаміці за період 2017–2019 рр. (табл. 2).

IV. Нормалізація показників (індексів) економічної безпеки ЗВО, що підлягають оцінюванню, розраховується за формулою (табл. 3):

$$x_k^{\square} = \frac{x_k}{\overline{x}}, \quad (1)$$

де $\overline{x}$ – нормативне значення (наприклад, середнє або еталонне).

V. Складник економічної безпеки ВНЗ пропонується розраховувати за формулою як середньо-геометричне:

$$ІП_{складова.} = \sqrt[5]{I1 \cdot I2 \cdot I3 \cdot I4 \cdot I5}, \quad (2)$$

де I_1, I_2, I_3, I_4, I_5 – показники, які характеризують складник економічної безпеки ЗВО.

Аналогічно розраховуються інші складники економічної безпеки ЗВО.

VI. Інтегральний показник економічної безпеки ЗВО ($ІП_{рівеньЕБ}$) за його складниками пропонується розраховувати за формулою:

$$ІП_{рівеньЕБ} = \alpha \cdot Фі + \beta \cdot ІРі + \gamma \cdot ІКі + \delta \cdot Рі, \quad (3)$$

де *Фі, ІРі, ІКі, Рі* – складники, які характеризують економічну безпеку ЗВО, що наведені у табл. 2.

α, β, γ, δ, ε – вагомість складників, які характеризують економічну безпеку ЗВО, що розраховані

Таблиця 1

Узгодженість експертної групи щодо складників економічної безпеки Національного університету харчових технологій

№ п/п	Складові	Середня оцінка	Дисперсія $D = \frac{\sum(x_i - \acute{x})^2}{n}$	Середньоквадратичне відхилення σ = √*D*	Коефіцієнт варіації $CV_\sigma = \frac{\sigma}{\acute{x}}$ *100
1	Фінансова безпека (Фі)	*0,272*	0,0056	0,0748	27,5
2	Інформаційно-ресурсна безпека (ІРі)	*0,221*	0,0049	0,07	31,7
3	Інтелектуально-кадрова безпека (ІКі)	*0,269*	0,0049	0,07	26,0
4	Ринкова безпека (Рі)	*0,238*	0,0028	0,0529	22,2
	Разом	*1,0*			

Джерело: розраховано методом експертного опитування

Таблиця 2

Показники, які характеризують складники економічної безпеки Національного університету харчових технологій

Складники економічної безпеки ВНЗ	Показники, які характеризують складник економічної безпеки ЗВО	2017	2018	2019
Фінансова безпека ($Ф_i$)	1) Індекс власного капіталу	1,17	1,12	1,06
	2) Індекс фінансування (загальний)	0,97	1,11	1,10
	3) Індекс активів	1,14	1,12	1,06
	4) Індекс коштів спеціального фонду	1,01	1,11	1,14
	5) Індекс державного фінансування	0,95	1,12	1,06
Інформаційно-ресурсна безпека ($ІР_i$)	1) Індекс витрат на будівництво, капітальні ремонти, модернізацію, охорону праці ін.	0,68	1,08	1,38
	2) Індекс оновлення основних засобів	1,18	1,10	1,05
	3) Індекс фінансування науково-дослідної діяльності і робіт	1,81	1,17	1,40
	4) Індекс коштів від підприємницької діяльності	1,07	1,07	1,07
	5) Індекс витрат на інформаційно-комп'ютерне забезпечення	1,11	1,12	1,03
Інтелектуально-кадрова безпека ($ІК_i$)	1) Індекс захисту дисертаційних робіт	0,35	1,78	1,31
	2) Індекс матеріальної мотивації науково-педагогічних працівників (НПП)	1,40	1,06	1,02
	3) Індекс якісного кадрового штатного складу за науковим ступенем і вченим званням	1,17	1,01	0,98
	4) Індекс розробок як об'єктів інтелектуальної власності	1,28	0,79	0,72
	5) Індекс публікацій у наукометричних базах (Scopus, Web of Science) науково-педагогічними працівниками	1,03	1,40	1,42
Ринкова безпека ($Р_i$)	1) Індекс кількості вступників	0,88	1,01	0,94
	2) Індекс подачі заяв абітурієнтів на вступ	0,57	0,77	1,04
	3) Індекс кількості іноземних студентів	0,64	0,53	1,10
	4) Індекс середньої річної оплати навчання за контрактом	1,27	1,12	1,14
	5) Індекс оцінки інтегрального показника діяльності «Рейтинг ЗВО ТОП-200 Україна»	1,0	1,18	1,0

Джерело: розраховано на підставі [10; 11]

Таблиця 3

Нормалізація показників, які характеризують складники економічної безпеки Національного університету харчових технологій

№	Показник	Роки			Середнє значення	Нормалізовані значення		
		2017	2018	2019		2017	2018	2019
1	Індекс власного капіталу	1,17	1,12	1,06	1,12	1,045	1,0	0,946
2	Індекс фінансування (загальний)	0,97	1,11	1,10	1,06	0,915	1,047	1,038
3	Індекс активів	1,14	1,12	1,06	1,11	1,027	1,009	0,955
4	Індекс коштів спеціального фонду	1,01	1,11	1,14	1,09	0,927	1,018	1,046
5	Індекс державного фінансування	0,95	1,12	1,06	1,04	0,913	1,077	1,019
6	Індекс витрат на будівництво, капітальні ремонти ін.	0,68	1,08	1,38	1,047	0,649	1,031	1,318
7	Індекс оновлення основних засобів	1,18	1,10	1,05	1,11	1,063	0,991	0,946
8	Індекс фінансування НДДР	1,81	1,17	1,40	1,46	1,240	0,801	0,959
9	Індекс коштів від підприємницької діяльності	1,07	1,07	1,07	1,07	1,0	1,0	1,0
10	Індекс витрат на інформаційно-комп'ютерне забезпечення	1,11	1,12	1,03	1,12	0,991	1,0	0,920
11	Індекс захисту дисертаційних робіт	0,35	1,78	1,31	1,15	0,241	1,548	1,139
12	Індекс матеріальної мотивації НПП	1,40	1,06	1,02	1,16	1,207	0,914	0,879
13	Індекс якісного кадрового штатного складу за науковим ступенем і вченим званням	1,17	1,01	0,98	1,05	1,114	0,962	0,933
14	Індекс розробок як об'єктів інтелектуальної власності	1,28	0,79	0,72	0,93	1,376	0,849	0,774
15	Індекс публікацій у наукометричних базах (Scopus, WOS) НПП	1,03	1,40	1,42	1,28	0,805	1,094	1,109
16	Індекс кількості вступників	0,88	1,01	0,94	0,94	0,936	1,074	1,0
17	Індекс подачі заяв абітурієнтів на вступ	0,57	0,77	1,04	0,79	0,721	0,975	1,316
18	Індекс кількості іноземних студентів	0,64	0,53	1,10	0,76	0,842	0,697	1,447
19	Індекс середньої річної оплати навчання за контрактом	1,27	1,12	1,14	1,18	1,076	0,949	0,966
20	Індекс оцінки інтегрального показника діяльності «Рейтинг ЗВО ТОП-200 Україна»	1,0	1,18	1,0	1,06	0,943	1,113	0,943

Таблиця 4

Інтегральні показники складників і рівня економічної безпеки Національного університету харчових технологій, 2017–2019 рр.

№	Інтегральний показник складників економічної безпеки	Інтегральний показник складової економічної безпеки			Вагомість складової	Інтегральний показник рівня економічної безпеки		
		2017	2018	2019		2017	2018	2019
1	Інтегральний показник фінансової безпеки	0,964	1,036	0,999	*0,272*	0,262	0,282	0,272
2	Інтегральний показник інформаційно-ресурсної безпеки	0,967	0,961	1,019	*0,221*	0,214	0,212	0,225
3	Інтегральний показник інтелектуально-кадрової безпеки	0,815	1,048	0,957	*0,269*	0,219	0,282	0,257
4	Інтегральний показник ринкової безпеки	0,895	0,949	1,116	*0,238*	0,213	0,226	0,266
Разом					*1,0*	**0,908**	**1,002**	**1,020**

на підставі експертного опитування, результати наведено у табл. 1.

Визначення інтегральних показників складників і рівня економічної безпеки ЗВО за 2017–2019 рр. (табл. 4).

Розраховані інтегральні показники рівня економічної безпеки Національного університету харчових технологій за період 2017–2019 рр. свідчить про їхню тенденцію до зростання. Інтегральний показник рівня економічної безпеки збільшився з 0,908 (2017 р.) до 1,02 (2019 р.). Це підтверджує, що керівництво університету приділяє увагу попередженню негативних явищ, пов'язаних з економічними ризиками функціонування ЗВО на ринку освітніх послуг.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонована методика оцінки рівня економічної безпеки ЗВО є спрощеною, побудованою на показниках, які є публічно відкритими і доступними для проведення дослідження. Ця методика дає змогу швидко провести моніторинг рівня економічної безпеки ЗВО за річними показниками, що дасть змогу мати інформацію про відповідні небезпеки, загрози й економічні ризики ЗВО.

За допомогою інтегрального показника рівня економічної безпеки можна визначити слабкі місця, а також виявити нереалізовані потенційні можливості для підвищення ефективності управління економічною безпекою ЗВО на перспективу, дослідити відповідні тенденції (позитивні/негативні) та вжити відповідних заходів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антонова О.М. Забезпечення економічної безпеки освітньої сфери в нових умовах фінансування. *Проблеми системного підходу в економіці.* 2017. Випуск 5(61). С.33–42. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/5_61_2017_ukr/5.pdf (дата звернення: 12.02.2020).

2. Бреус С.В. Управління економічною безпекою системи вітчизняних закладів вищої освіти : монографія. Київ : КНУТД, 2019. 400 с.

3. Денісенко М.П., Бреус С.В. Науково-методичні підходи: доцільність їх використання для оцінювання економічної безпеки закладів вищої освіти *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії.* 2018. Вип. 4 (16). С. 28–32.

4. Драган О.І. Мазник Л.В. Економічна безпека ВНЗ: теоретико-методичні підходи Науковий вісник Херсонського держ. ун-ту. Серія «Економічні науки». 2018. Вип. 30. Част. 1. С. 79–83.

5. Захаров О.І. Механізм взаємодії в системі управління комплексним забезпеченням економічної безпеки. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету.* Серія: Економічні науки. 2016. Випуск №43. Ч. 1. С. 49–58.

6. Коврегін В.В. Обґрунтування типологізації ВНЗ і показників їх економічної безпеки *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2016. № 10. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1013 (дата звернення: 12.02.2020).

7. Лаптєв М.С. Система управління комплексним забезпеченням економічної безпеки вищого навчального закладу. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету.* Серія: Економічні науки. 2017. № 2 Ч. 2. С. 75–81.

8. Мартинюк В.П. Економічна безпека вищих навчальних закладів в Україні: передумови оцінювання *Економіка Менеджмент Підприємництво*. 2013. №25 (II). С.193–198.

9. Снігир Л.П. Фактори загроз економічній безпеці вищих навчальних закладів *Економіка і суспільство*. Мукачівський державний університет. 2017. Вип. 9. С.647–653. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/110.pdf (дата звернення: 12.02.2020).

10. Рейтинг ВНЗ «ТОП 200 Україна, 2017, 2018, 2019 URL: https://osvita.ua/vnz/rating (дата звернення: 12.02.2020).

11. Офіційний сайт Національного університету харчових технологій – URL: https://nuft.edu.ua (дата звернення: 12.02.2020).

REFERENCES:

1. Antonova O. (2017) Zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky osvitn'oyi sfery v novykh umovakh finansuvannya. [Ensuring the economic security of the education sector in the new financing environment]. Problems of systematic approach in economy. Issue 5 (61). P.33–42. Available at: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/5_61_2017_eng/5.pdf (accessed 12 February 2020).

2. Breus S. (2019) Upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu systemy vitchyznyanykh zakladiv vyshchoyi osvity [Management of economic security of the system of domestic higher education institutions]: monograph. Kyiv: KNUTD.

3. Denisenko M., Breus S. (2018) Naukovo-metodychni pidkhody: dotsil'nist' yikh vykorystannya dlya otsinyuvannya ekonomichnoyi bezpeky zakladiv vyshchoyi osvity [Scientific and methodological approaches: expediency of their use for the assessment of economic security of higher education institutions] Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy. Vip. 4 (16). Pp. 28–32.

4. Dragan O. Maznik L. (2018) Ekonomichna bezpeka VNZ: teoretyko–metodychni pidkhody [Economic security of universities: theoretical and methodological approaches] Scientific Bulletin of the Kherson State. un-tu. Economic Sciences Series. No. 30. Part 1. P. 79–83.

5. Zakharov O. (2016) Mekhanizm vzayemodiyi v systemi upravlinnya kompleksnym zabezpechennyam ekonomichnoyi bezpeky. [Mechanism of interaction in the system of management of complex providing of economic security] Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences. Issue # 43. Part 1, pp. 49–58.

6. Kovrigin V. (2016) Obgruntuvannya typolohizatsiyi VNZ i pokaznykiv yikh ekonomichnoyi bezpeky [Substantiation of the typology of universities and indica-

tors of their economic security] Public administration: improvement and development. 2016. № 10. Available at: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1013 (accessed 12 February 2020).

7. Laptev M. (2017) Systema upravlinnya kompleksnym zabezpechennyam ekonomichnoyi bezpeky vyshchoho navchal'noho zakladu. [The system of management of complex ensuring of economic security of higher education institution]. Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences. №2 Part 2. P.75–81.

8. Martynyuk V. (2013) konomichna bezpeka vyshchykh navchal'nykh zakladiv v Ukrayini: peredumovy otsinyuvannya [Economic security of higher education institutions in Ukraine: prerequisites for evaluation] Economics Management Entrepreneurship. No. 25 (II). P.193–198.

9. Snigir L. (2017) [Factors of threats to the economic security of higher education] Economy and society. Mukachevo State University. Vol. 9. P.647–653. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_eng/110.pdf (accessed 12 February 2020).

10. University Ranking «TOP 200 Ukraine, 2017, 2018, 2019» Available at: https://osvita.ua/vnz/rating (accessed 12 February 2020).

11. National University of Food Technology's Official Website Available at: https://nuft.edu.ua (accessed 12 February 2020).

МАРКЕТИНГОВО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ

MARKETING-ORIENTED APPROACH TO THE MANAGEMENT OF SPORTS AND HEALTH SERVICES ENTERPRISES

УДК 339.138
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-32

Дячков Д.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія
Ткачова (Нетеса) І.В.
студентка
Полтавська державна аграрна академія

Diachkov Dmytro
Poltava State Agrarian Academy
Tkachova (Netesa) Iryna
Poltava State Agrarian Academy

Стаття присвячена теоретико-методологічним аспектам маркетингово-орієнтованого підходу до управління підприємствами спортивно-оздоровчих послуг, а також визначенню ефективних маркетингових інструментів управління. Встановлено, що у сфері спортивно-оздоровчих послуг діють закони та категорії ринкових відносин і маркетингу. Визначено передумови розвитку маркетингу у сфері фізичної культури та спорту. Визначено основних суб'єктів та об'єкти маркетингової діяльності у спортивно-оздоровчій сфері. Обґрунтовано основні особливості як самих спортивно-оздоровчих послуг, так і інтересів основних учасників цього ринку. Визначено основні функції маркетингу спортивно-оздоровчих послуг. З'ясовано, що сьогодні надзвичайно важливим інструментом маркетингової діяльності є бренд, якому як підприємства, так і споживачі приділяють увагу. Виявлено, що стратегія успішно сформованого бренду не оминула і фітнес-ідустрію.

Ключові слова: *спортивний маркетинг, спортивно-оздоровчі послуги, управління підприємством, бренд, фітнес-клуб, фізична культура і спорт.*

Статья посвящена теоретико-методологическим аспектам маркетингово-ориентированного подхода к управлению предприятиями спортивно-оздоровительных услуг, а также определению эффективных маркетинговых инструментов в их управлении. Установлено, что в сфере спортивно-оздоровительных услуг действуют законы и категории рыночных отношений и маркетинга. Определены предпосылки развития маркетинга в сфере физической культуры и спорта. Исследованы основные субъекты и объекты маркетинговой деятельности в спортивно-оздоровительной сфере. Обоснованы основные особенности как самих спортивно-оздоровительных услуг, так и интересов основных участников этого рынка. Определены основные функции маркетинга спортивно-оздоровительных услуг. Выяснено, что сегодня чрезвычайно важным инструментом маркетинговой деятельности является бренд, которому как предприятия, так и потребители уделяют все большее внимание. Выявлено, что стратегия успешно сформированного бренда не обошла и фитнес-идустрию.

Ключевые слова: *спортивный маркетинг, спортивно-оздоровительные услуги, управление предприятием, бренд, фитнес-клуб, физическая культура и спорт.*

In recent years sports and recreation activities have become one of the main components of the services sector in the vast majority of countries. For the most part, it involves numerous financial resources and a significant amount of workforce. Modern sporting and recreational activities include, first of all, the constant improvement of the existing and implementation of the innovative management models. Unfortunately, numerous companies in this sphere are not sure that they will be able to function successfully without focusing on a market economy. The article reveals the theoretical and methodological aspects of the marketing-oriented approach to the management of sports and health services, and the definition of effective management of marketing tools. Laws and categories of market relations and marketing were established in the field of sports and health services. The prerequisites for the development of marketing in the field of physical culture and sports were determined. The article deals with the activities of physical education and sports institutions in Ukraine in general and in the Poltava region in particular. The study has revealed the phenomena of narrowing of the market, which is explained by several reasons: the occupation of the Crimea and a large part of the eastern regions, a sharp devaluation of the national currency and the transformation of the market itself, which is experiencing a period of maturing. The main subjects and objects of marketing activity in the sports and health sphere were investigated. The basic features of both the sports and health services and interests of the main participants of this market were substantiated. The basic functions of marketing of sports and health services were defined. This problem is quite topical and requires more systemic study. It concerns especially the issue of a brand in the sport-recreational sector. Nowadays it is difficult to ensure an enterprise successful development without a reliable brand. The strategy of a well-designed brand is actual for the fitness industry, since providing sports and recreation services is one of the fastest growing sectors of the economy in the developed countries. Properly designed brand brings big profits. A person tends to strive for things he/she knows, which he/she trusts and wants to own. Strong brands with unique appeals, which are supported by the enthusiastic managers, become the body and soul of modern enterprises providing sports and recreation services.

Key words: *sports marketing, sports and wellness services, enterprise management, brand, fitness club, physical culture and sports.*

Постановка проблеми. У межах маркетингової діяльності організовуються маркетингові дослідження, що включають конкурентний аналіз ринку спортивно-оздоровчих послуг, а також вивчення споживачів і оцінку попиту послуг, що надаються на ринку з формування і стимулювання попиту спортивно-оздоровчих послуг, що можливе тільки за використання маркетингу підприємствами цієї сфери.

Маркетингова діяльність фітнес-клубу значно залежить від специфіки надання спортивно-оздоровчих послуг. У цьому контексті проявляється соціальна важливість послуг, що потребує розроблення та впровадження маркетингової політики з метою втілення у життя соціально-педагогічного напряму спортивно-оздоровчих послуг. Формування системи продажів, реалізація маркетингової діяльності на найвищому рівні, обслуговування населення – це ті завдання, які повинні бути виконані у результаті проведення грамотної маркетингової політики фітнес-клубу [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичним аспектам управління маркетингом у підприємствах спортивно-оздоровчих послуг присвятили наукові праці О.В. Замлинська, Л.С. Ібрагімова, Е.Ю. Ібрагімов,

Ф. Котлер, А.В. Мічуда, І.А. Міщенко, І.П. Потапюк, М.С. Приймак, І.М. Стахів, О.Н. Степанова, І.Г. Черданцева та інші. Сформульовані в їхніх працях наукові концепції, положення, висновки та рекомендації посідають важливе місце в сучасній теорії маркетингової діяльності підприємств спортивно-оздоровчих послуг і дають змогу найкраще усвідомити складність і важливість вирішення зазначеної проблеми.

Постановка завдання. Мета статті полягає у поглибленні теоретико-методологічних аспектів щодо маркетингово-орієнтованого підходу до управління підприємствами спортивно-оздоровчих послуг, а також визначення ефективних маркетингових інструментів в управлінні підприємствами спортивно-оздоровчих послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Технології маркетингу універсальні для багатьох сфер людської діяльності, зокрема для сфери послуг. Найкраще цим умовам відповідає логіка збереження архітектоніки моделі маркетингової системи і законів взаємозв'язків елементів, її складників із трансформацією цих елементів у характеристики, що описують систему маркетингу спортивно-оздоровчих послуг.

Очевидно, що у сфері спортивно-оздоровчих послуг діють закони і категорії ринкових відносин і маркетингу. Однак складність цього питання полягає у тому, що тільки у межах категорій «попит» і «пропозиція», "якість товарів і послуг у сфері фізичної культури та спорту" неможливо визначити структуру, темпи і пропорції розвитку галузі. Фізична культура бере участь у реалізації соціально-культурно-виховної функції, яка проявляється в умовах ринку на рівні не тільки стихійного попиту і пропозиції, а й раціональної організації. Тому, з одного боку, економічний аналіз підприємств спортивно-оздоровчих послуг є досить ефективним, якщо ззовні задані характеристики бажаного напряму за обсягом і структурою споживання товарів і послуг фізичної культури і спорту, з іншого – чималу роль відіграє управління цією сферою.

Варто визначити передумови розвитку маркетингу у сфері фізичної культури та спорту:

– найголовнішою передумовою є затвердження ринкових відносин у нашій країні;

– затвердження маркетингу (і комерційного, і некомерційного) в різних сферах життєдіяльності сучасного суспільства;

– коригування наявних парадигм, серед яких варто відзначити: визнання фізичної культури і спорту сферою соціальних послуг і товарної форми продукту педагогічної діяльності; переорієнтацію фізкультурного руху на максимально можливе задоволення інтересів, попиту і потреб населення;

– наявність ринку, який насичений спортивно-оздоровчими послугами;

– наявність попиту на спортивно-оздоровчі послуги;

– виникнення і розвиток конкуренції між підприємствами, які надають спортивно-оздоровчі послуги;

– прагнення українських підприємств спортивно-оздоровчих послуг до розширення збуту своїх послуг;

– отримання економічної вигоди (підвищення/досягнення рентабельності фізкультурно-оздоровчих послуг, отримання прибутку тощо.

Маркетингова діяльність підприємств спортивно-оздоровчих послуг виділяє такі об'єкти, як:

1) спортивно-оздоровчі послуги;

2) спортивне взуття, одяг, харчування, обладнання, що загалом можна назвати спортивними товарами;

3) фітнес-клуби, фітнес-студії, басейни, спортивні клуби, студії танців – спортивні заклади;

4) знамениті та відомі спортсмени і фахівці спортивно-оздоровчої сфери;

5) місця проведення спортивних заходів;

6) ідеї – маркетинг ідей переважно передбачає формування, впровадження та контроль за реалізацією програми, метою чого є сприйняття цільовими споживачами суспільної ідеї або руху (інтелектуальна власність працівників, тренерів і колективів спортивно-оздоровчих підприємств – винаходи, патенти, програми, методики навчання і тренувань тощо [3].

Відповідно, основними учасниками (суб'єктами) маркетингової діяльності підприємств спортивно-оздоровчих послуг є:

1) споживачі (окремі особи, підприємства, установи, організації);

2) виробники (ті, хто надають послуги) (підприємства, установи, організації);

3) посередники (підприємства, установи, організації);

4) державне управління – департаменти, комітети та управління з питань фізичної культури та спорту;

5) спортивні маркетологи, якими можуть бути як окремі особи, так і працівники підрозділів підприємств, установ, організацій спортивно-оздоровчих послуг [4].

Економічно розвинуті країни характеризуються багатьма швидкозростаючими сегментами, одним із яких є надання спортивно-оздоровчих послуг або фітнес-бізнес. Проте показники цієї сфери в Україні далекі від європейських та бажають бути кращими. Такий результат спричинений не лише меншою кількістю населення, що споживають спортивно-оздоровчі послуги, але і їх різною матеріальною забезпеченістю [7].

Різке звуження ринку спортивно-оздоровчих послуг в Україні, що нині існує, пояснюється експертами окупацією частини східних регіонів

і Кримського півострову, трансформацією ринку у період «дорослішання», а також девальвацією української гривні (обсяг ринку національної валюти просів на 20%). Військові дії та окупація в зоні АТО спричинили зменшення ринку спортивно-оздоровчих послуг в Україні різних сегментів, від економ-класу до класу «люкс», на 20%. Власник чернівецького спортивного клубу Геннадій Романенко зазначив, що Донецький регіон посідав друге місце в Україні (перше місце, звичайно ж, займає Київ) за кількістю розташованих там підприємств спортивно-оздоровчих послуг. Його слова підтверджують дані статистики: до початку воєнних дій Донецька область займала 11% у загальному обсязі ринку, Луганська – 4%, приблизно стільки ж – заклади Криму. Відповідно, втрачена і база клієнтів. У 2018 році порівняно з 2013 (після початку окупації і військових дій) в Україні кількість відвідувачів фітнес-клубів зменшилася на 18% і становила 3,8 млн. осіб, як стверджують експерти компанії Pro-Consulting. Також аналітики констатують потенційну ємність ринку на тому ж рівні – $2 млрд. Тобто, як і раніше, попит на спортивно-оздоровчі послуги є величезний [6].

За даними дослідження, в Україні було визначено 1569 фітнес-об'єктів, основну частину яких становлять фітнес-клуби (рис. 1). В Україні набувають розвитку фітнес-студії, кросфіт-клуби. Більшість підприємств спортивно-оздоровчої сфери розташовані у великих містах. У Полтаві діючим є 21 спортивний клуб, що становить 1% у загальному обсязі ринку. За даними опитування можна виділити трійку лідерів щодо послуг тренажерного залу, фітнес-клубу і групових програм із басейном. Виходячи з аналізу, басейн є тільки у 15% клубів, 85% його не мають.

Як зазначає О.М. Степанова [8], методи управління маркетинговою діяльністю спортивно-оздоровчої організації різноманітні як за характером свого прояву, так і за результатами. Таке розмаїття пояснюється наявністю великої кількості способів вирішення маркетингових завдань, постійною зміною смаків і потреб клієнтів, мінливими умовами діяльності на ринку, виникненням нових форм спортивно-оздоровчих послуг.

У результаті цього маркетингова діяльність спортивно-оздоровчих підприємств повинна здійснюватися з урахуванням як особливостей самих спортивно-оздоровчих послуг, так і інтересів основних учасників цього ринку, що передбачає:

1) проведення маркетингових досліджень з метою визначення факторів, що впливають на рівень попиту спортивно-оздоровчих послуг, виявлення потреб населення у збереженні та зміцненні здоров'я і можливостей організації з метою їх задоволення;

2) сегментування ринку спортивно-оздоровчих послуг з обов'язковим урахуванням психографічних і поведінкових характеристик потенційних споживачів, визначення цільових сегментів, на які підприємство спрямовує свої зусилля, і розроблення для них пропозицій спортивно-оздоровчих послуг, що відрізняються від послуг конкурентів;

3) використання розширеного комплексу маркетингових інструментів, що враховує, крім традиційних елементів, такі складники, як персонал, процес обслуговування й оточення послуги у зв'язку зі значним впливом цих елементів на сприйняття клієнтами якості послуг і рівня задоволеності споживачів;

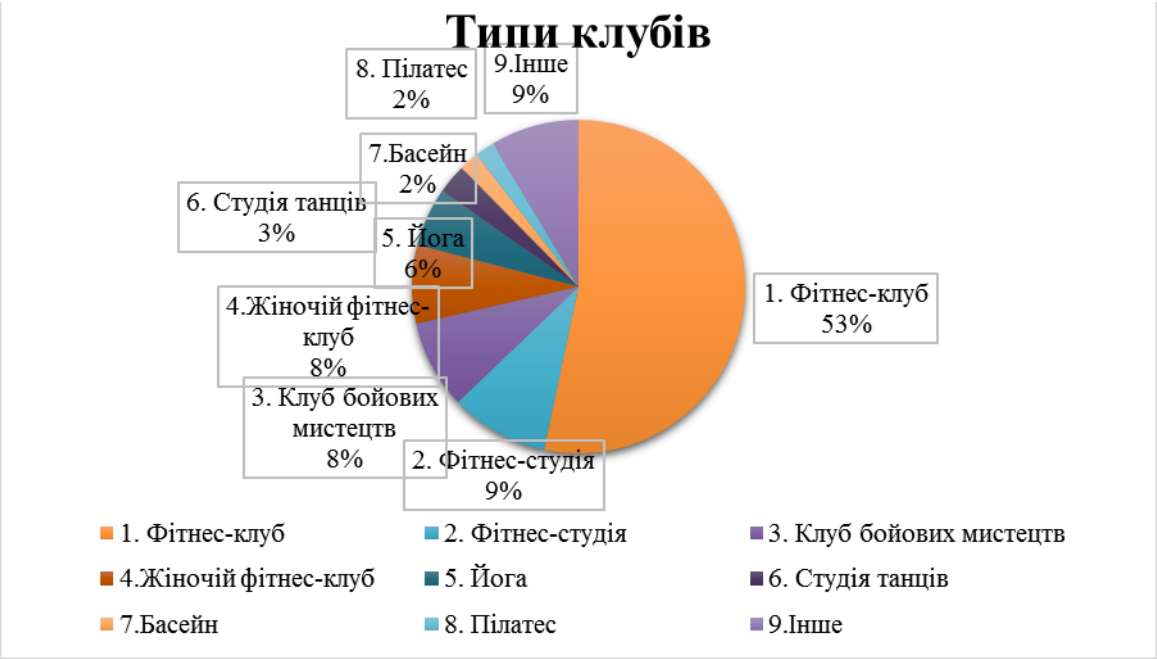


Рис. 1. Розподіл фітнес-об'єктів в Україні за типом

4) планування діяльності з урахуванням маркетингових цілей і завдань, контроль і оцінку маркетингу на основі кількісних і якісних показників ефективності маркетингової діяльності для прийняття та коригування маркетингових рішень.

Результати досліджень дали змогу виокремити основні функції маркетингу спортивно-оздоровчих послуг.

1. Функція *аналізу* передбачає:

– вивчення споживачів, сегментацію ринку спортивно-оздоровчих послуг, визначення критеріїв відбору цільових споживачів;

– вивчення, прогнозування потреб та рівня попиту на спортивно-оздоровчі послуги;

– аналіз ринку;

– оцінку внутрішнього середовища підприємства.

2. *Продуктово-виробнича* функція передбачає:

– проектування й організацію виробництва спортивно-оздоровчих, супутніх і додаткових послуг, які найкраще задовольняють потреби цільових споживачів;

– використання нових педагогічних технологій;

– оптимізацію асортименту, підвищення якості і конкурентоспроможності послуг, які надаються.

3. *Збутова* функція забезпечує:

– здійснення цінової політики, у тому числі і формування системи знижок;

– організацію та вдосконалення системи продажу спортивно-оздоровчих послуг.

4. Функція *переконання і стимулювання* визначає:

– формування попиту на спортивно-оздоровчі послуг, його розширення і підтримку на належному рівні;

– стимулювання збуту спортивно-оздоровчих послуг.

5. Функція *управління і контролю* передбачає:

– розроблення маркетингових стратегій і планування ринкових заходів;

– інформаційне забезпечення управління;

– управління комунікаціями, цінами, персоналом;

– управління асортиментом, якістю і конкурентоспроможністю спортивно-оздоровчих, супутніх і додаткових послуг.

Сьогодні надзвичайно важливим інструментом маркетингової діяльності є бренд, якому як підприємства, так і споживачі приділяють все більшу увагу. Великі прибутки також залежать від правильно створеного бренду, оскільки людина вибере ті товари чи послуги, про які вона знає та яким довіряє. Душею і тілом сучасних підприємств стають сильні та унікальні бренди, які підкріпляються підтримкою сповнених ентузіазмом керівників. Успішність і привабливість бренду залежать саме від його творців, які створюють новий тип підприємств із конкурентними перевагами, будучи при цьому рушійними та потужними силами ділового росту. Бренд забезпечує споживачів знаннями про товар, а також зв'язок між функціональністю продукту і споживчим сприйняттям, демонструє покупцям картину розміщення сил у групах послуг та товарів. Бренд може переконати лояльного до нього покупця у його виборі, при цьому він є коштовним нематеріальним активом. Також бренд можна вважати соціальним об'єктом, оскільки він унікально поєднує три групи складників: емоційні (психологічні відчуття від споживання бренду, який настрій він викликає); раціональні (з чого складається бренд і як він працює); фізичні або чуттєві (як бренд виглядає, «звучить», «пахне») [2].

Елементом маркетингової діяльності підприємства спортивно-оздоровчих послуг є бренд. Варто зазначити, що людина вибере товар чи послугу знайомого бренду, а не той, про який у неї немає жодного уявлення, навіть якщо якість останнього буде набагато кращою. Для того, щоб бренд був успішним, у нього необхідно вкладати гроші і час, залучаючи до цього послуги фахівця. Однак сильний бренд не є єдиним елементом ефективної діяльності підприємства. Варто знайти кваліфікованих працівників та вибрати ефективну програму, яка зумовить формування тренувального процесу відповідно до методичних і загальних принципів фізичного виховання: доступності, свідомості, активності, індивідуалізації, послідовності, систематичності. Перспективними у цьому напрямі можуть бути дослідження застосування загальнометодичних і специфічних принципів фізичного виховання під час організації занять та вибору фізичного навантаження, методики формування фізичних якостей засобами фітнес-програм [5].

Для успішного просування бренду на ринку необхідно дотримуватися єдності корпоративного стилю у всіх його складниках. Всі види комунікації з клієнтом – реклама, комерційні пропозиції, ділова документація, персональне обслуговування тощо – повинні відображати місію підприємства. Подальшою роботою з просування бренду на ринку є створення концепції просування, яка будується на дослідженні ринку, цільової аудиторії і конкурентного середовища підприємства. Вона включає в себе формулювання унікальної й актуальної для потенційних споживачів торговельної пропозиції, вибір засобів маркетингових комунікацій та стратегії маркетингового спілкування [9].

Для того, щоб спортивний бренд став успішним у результаті здійснення грамотної маркетингової діяльності, необхідно:

– по-перше, індивідуалізувати послугу, наділивши при цьому її відмінними рисами, образами та асоціаціями;

– по-друге, належними чином визначити його позиції;

– по-третє, здійснити планування, формування та реалізацію маркетингових програм.

Незалежно від методу просування спортивного бренду, основним його завданням є розповсюдження здорового способу життя. Потенційний споживач спортивно-оздоровчих послуг повинен розуміти, що у разі їх споживання якість його життя зміниться на краще.

Висновки з проведеного дослідження. Підводячи підсумки, варто зазначити, що спортивний маркетинг – це вид соціального управління попитом, пропозицією і реалізацією спортивно-оздоровчих послуг насамперед в інтересах споживачів, а також фізкультурних організацій, суспільства загалом і держави. А його основним завданням є формування купівельної поведінки клієнтів спортивно-оздоровчих підприємств таким чином, щоб вони ставали постійними клієнтами спортивно-оздоровчих послуг і при цьому надавали перевагу тим організаціям, які найбільш ефективно використовують маркетинг та його можливості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Замлинська О.В. Інноваційні маркетингові технології в діяльності суб'єктів сфери фітнесу. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 4 (20). URL: https://economics.opu.ua/files/archive/2015/No4/129-135.pdf (дата звернення: 20.01.2020).

2. Ліндстром М., Котлер Ф. Почуття бренду. Роль п'яти органів почуттів у створенні видатних брендів, 2006. 272 с.

3. Мищенко И.А. Стратегия обучения населения пользованию оздоровительными услугами фитнес-центров. *Новое в экономической кибернетике*: сб. научн. ст. Донецк: ДонНУ, 2002. № 1. С. 103–108.

4. Мічуда А.В., Приймак М.С. Об'єктивно-суб'єктивні відносини на Українському ринку фізкультурно-оздоровчих послуг. *Актуальні проблеми фізичної культури і спорту*. 2004. № 4. С. 116–125.

5. Потапюк І.П., Вотінова О.С., Стрельнік С.В. Роль бренду в управлінні спортивно-оздоровчою діяльністю. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 1 (12). URL: http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-1-12 (дата звернення: 16.01.2020).

6. Ринок фітнесу в Україні: велике перезавантаження // Depo.ua. URL: https://www.depo.ua/ukr/life/rinok-fitnesu-v-ukrayini-velike-perezavantazhennya-08062016143500 (дата звернення: 22.01.2020).

7. Стахів І.М. Бренд-менеджмент в спортивно-оздоровчій сфері. *Науковий вісник Ужгородського університету*: Серія: Економіка. 2017. № 1 (49). С. 71–74.

8. Степанова О.Н. Управление маркетинговой деятельностью в физкультурно-спортивной организации: концептуальный подход и элементы технологи. *Теория и практика физической культуры*, 2005. № 2. С. 42–49.

9. Черданцева І.Г., Ібрагімова Л.С., Ібрагімов Е.Ю. Теоретичні аспекти реалізації маркетингової концепції на ринку спортивно-оздоровчих послуг. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. Серія «Економічні науки». Вип. 49. Черкаси: Черкас. держ. технол. ун-т, 2018. С. 59–67.

REFERENCES:

1. Zamlynsjka O.V. (2015) Innovacijni marketynghovi tekhnologhiji v dijaljnosti sub'jektiv sfery fitnesu [Innovative marketing technologies in the activities of subjects of the field of fitness]. *Ekonomika: realiji chasu* [Economics: realities of time] (electronic journal), vol. 4, no. 20. Available at: https://economics.opu.ua/files/archive/2015/No4/129-135.pdf (accessed 20 January 2020).

2. Lindstrom M. (2006) *Pochuttja brendu. Rolj p'jaty orghaniv pochuttiv u stvorenni vydatnykh brendiv* [Brand feeling. The role of the five senses in the creation of outstanding brands]. Moscow: Eskmo. (in Ukrainian)

3. Myshchenko Y.A. (2002) Strategiya obucheniya naseleniya pol'zovaniyu ozdorovitel'nymi uslugami fitnes-tsentrov [A strategy for educating the public on the use of the wellness services of fitness centers]. *Novoe v эkonomycheskoi kybernetyke: (Sb. nauchn. st.)* [New in Economic Cybernetics]*:* Donetsk: DonNU. no. 1. pp. 103–108.

4. Michuda A.V., Pryimak M.S. (2004) Obiektyvno-subiektyvni vidnosyny na Ukrainskomu rynku fizkulturno-ozdorovchykh posluh [Objective-subjective relations in the Ukrainian market of fitness services]. *Aktualni problemy fizychnoi kultury i sportu* [Actual problems of physical culture and sports]. no. 4. pp. 116-125.

5. Potapiuk I.P., Votinova O.S., Strelnik S.V. (2019) Rol brendu v upravlinni sportyvno-ozdorovchoiu diialnistiu [The role of the brand in the management of sports and wellness activities]. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk* [Azov Economic Bulletin] (electronic journal). vol. 1, no. 12. Available at: http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-1-12 (accessed 16 January 2020).

6. Depo.ua (2016) *Rynok fitnesu v Ukrajini: velyke perezavantazhennja* [The fitness market in Ukraine: a big reboot]. Available at: https://www.depo.ua/ukr/life/rinok-fitnesu-v-ukrayini-velike-perezavantazhennya-08062016143500 (accessed 22 January 2020).

7. Stakhiv I.M., Stasjuk O.M. (2017) Brend-menedzhment v sportyvno-ozdorovchij sferi [Brand management in the sports and health sector]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu : Seriia: Ekonomika* [Scientific herald of Uzhgorod University: Series: Economics]. vol. 1, no. 49, pp. 71–74.

8. Stepanova O.N. (2005). Upravlenye marketynhovoi deiatelnostiu v fyzkulturno-sportyvnoi orhanyzatsyy: kontseptualnyi podkhod y эlementy tekhnolohyy. *Teoryia y praktyka fyzycheskoi kultury* [The theory and practice of physical culture]. no. 2. pp. 42–49.

9. Cherdantseva I.H., Ibrahimova L.S., Ibrahimov E.Yu. (2018) Teoretychni aspekty realizatsii marketynhovoi kontseptsii na rynku sportyvno-ozdorovchykh posluh [Theoretical aspects of the implementation of the marketing concept in the market of sports and wellness services]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriia «Ekonomichni nauky»* [Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Economic Sciences Series]. vol. 49, pp. 59–67.

РОЗРОБЛЕННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

DEVELOPMENT OF THE COMPLEX SYSTEM OF EVALUATION OF THE PRICE POLICY OF THE RETAIL TRADE ENTERPRISE

УДК 338.534
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-33

Жосан Г.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту організацій
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
Кириченко Н.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту організацій
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

Zhosan Hanna
Kherson State Agrarian University
Kyrychenko Natalia
Kherson State Agrarian University

У статті розроблено комплексну систему оцінки ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі. Авторами доповнено багатокритеріальну модель, тому що в системі показників ефективності цінової політики не повністю розкрита суть усіх критеріїв, таких як критерій стабільної достатності, який доповнено коефіцієнтом фінансової стабільності, до критерію прибутковості внесено рентабельність витрат, а також конкурентоспроможність доповнено коефіцієнтом платоспроможності. Встановлено, що оцінку ефективності цінової політики, що проводиться підприємством роздрібної торгівлі (ПРТ), слід здійснювати як у розрізі визначених критеріїв, відповідних її основним цілям, так і на основі певних показників, об'єднаних у систему. Доведено, що кожному критерію ефективності цінової політики торгового підприємства відповідає своя система взаємопов'язаних показників, за рівнем і динамікою яких можна оцінити ефективність цінової політики, що проводиться окремо взятим підприємством.
Ключові слова: *управління, цінова політика, ефективність, керівництво, підприємство.*

В статье разработана комплексная система оценки эффективности ценовой политики предприятия розничной торговли. Авторами дополнена многокритериальная модель, так как в системе показателей эффективности ценовой политики не полностью раскрыта суть всех критериев, таких как критерий стабильной достаточности, который дополнен коэффициентом финансовой стабильности, к критерию доходности внесена рентабельность затрат, а также конкурентоспособность дополнена коэффициентом платежеспособности. Установлено, что оценку эффективности ценовой политики, проводимую предприятием розничной торговли (ПРТ), следует осуществлять как в разрезе определенных критериев, соответствующих ее основным целям, так и на основе определенных показателей, объединенных в систему. Доказано, что каждому критерию эффективности ценовой политики торгового предприятия соответствует своя система взаимосвязанных показателей, по уровню и динамике которых можно оценить эффективность ценовой политики, проводимой отдельно взятым предприятием.
Ключевые слова: *управление, ценовая политика, эффективность, руководство, предприятие.*

The article elaborates a comprehensive system for evaluating the efficiency of the retailer's pricing policy. The authors supplemented the multicriteria model because the system of indicators of price policy efficiency does not fully reveal the essence of all criteria, such as the criterion of stable sufficiency, which is supplemented by the coefficient of financial stability, profitability criterion and competitiveness. It has been established that the evaluation of the effectiveness of a retail policy (RTA) by a retailer should be made in the context of certain criteria that meet its main objectives and based on certain indicators integrated into the system. Therefore, the criteria must meet the selected objectives of the pricing policy aimed at: 1. Minimizing the retail price – meets the criterion "Coverage"; 2. Retail price stabilization – the criterion of "Stable Sufficiency"; 3. Increasing the profitability of sales – the criterion of "Profitability"; 4. Increasing competitiveness – the criterion "Competitiveness". Separate different criteria are identified, each of which corresponds to its own system of indicators, and it is proposed to evaluate the effectiveness of pricing policy on all criteria in the complex. The choice of these indicators to evaluate the effectiveness of the pricing policy of the enterprises of the industry due to the fact that they: meet the three interrelated pricing goals, which allows for comprehensive performance; are highly dependent on the price and sensitive to its dynamics; are the most general indicators, which concentrate the results of all aspects of the activity of enterprises and, accordingly, the manifestation of the price, which is cross-cutting; are interconnected and interdependent; are influenced and characterized by the manifestation of the internal and external components of pricing policy in their relationship. It is proved that each criterion of price policy effectiveness of a trading enterprise is answered by its system of interrelated indicators, by the level and dynamics of which it is possible to evaluate the effectiveness of price policy conducted by a single enterprise.
Key words: *management, pricing policy, efficiency, leadership, enterprise.*

Постановка проблеми. Формування ринкових відносин в економіці України зумовило суттєве зростання значущості ціноутворення. Повноваження щодо встановлення цін перейшли до конкретних господарюючих суб'єктів, які вже відчули на власному досвіді, що від вибраної ними цінової політики безпосередньо залежать конкурентоспроможність продукції, рівень попиту, прибуток підприємства та окупність інвестицій. Суть цілеспрямованої цінової політики полягає в тому, щоби встановлювати на товари та послуги фірми такі ціни і так варіювати ними залежно від позиції на ринку, щоб заволодіти його деякою часткою, забезпечити запланований обсяг прибутку та вирішувати інші оперативні та стратегічні завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам ціноутворення та управління ціновою політикою присвячені дослідження таких відомих вітчизняних та зарубіжних науковців, як А. Базднікін, Н.О. Власова, О.В. Колесников, Т.Т. Негл, В.М. Тарасевич, Л.М. Філіпішина, Л.О. Шкварчук, П.С. Харіва, Р.К. Холден та інші.

Проте не досить висвітленими залишаються такі питання: неузгодження дефініції поняття ціноутворення; не досить чітко визначено послідовність і зміст етапів процесу управління ціновою політикою в умовах ринку; практично немає формалізованих процедур вибору цінових стратегій для окремих товарів та товарних груп; потребують удосконалення та конкретизації методи

визначення цін в умовах нестійкого попиту та швидких змін конкурентної ситуації.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі, розроблення комплексної системи оцінки ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі, виділення та розрахунок показників ефективності цінової політики підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цінова політика торговельного підприємства є не тільки однією з основних складових частин системи управління доходами, а й найважливішим механізмом, що забезпечує пріоритети його економічного розвитку. Саме цінова політика суттєво впливає на формування іміджу торговельного підприємства у покупців та інших учасників ринку та, відповідно, на обсяги господарської діяльності, рівень фінансового стану. Однак досягти позитивного впливу цінових рішень на результати господарювання торговельне підприємство може лише за умов формування та реалізації ефективної цінової політики. Враховуючи визначальний вплив цінової політики на успіх комерційної діяльності підприємства, важливо досліджувати питання, пов'язані з оцінкою її ефективності [6].

Ефективна цінова політика підприємства роздрібної торгівлі має забезпечувати [5]:

– досягнення повною мірою всієї сукупності її цілей у визначеній послідовності;

– мінімізацію витрат на залучення необхідної кількості, якості та структури ресурсів найкращим із можливих альтернативних варіантів задля досягнення встановленої мети;

– необхідне співвідношення основних показників діяльності підприємств роздрібної торгівлі – обсягу товарообігу та прибутку від реалізації.

Для дослідження вибрано автомобільний ринок. Основним підходом до визначення ринкової вартості автотранспортних засобів є порівняльний підхід. Порівняльний підхід ґрунтується на аналізі цін продажу (пропозиції) автотранспортних засобів, ідентичних або аналогічних оцінюваному на первинному чи вторинному ринках, з відповідним коригуванням, що враховує відмінності між об'єктами порівняння та об'єктом оцінки. Під первинним мається на увазі ринок нових автотранспортних засобів, під вторинним – ринок автомобілей, які перебували в користуванні.

Для визначення вартості за порівняльним підходом використовуються статистично осереднені цінові дані автомобілів (табл. 1).

Найбільш поширеним методом порівняльного підходу до оцінки автотранспортних засобів є метод, заснований на аналізі цін ідентичних автомобілей. За цим методом вартість визначається на базі середньої ціни продажу (пропозиції) ідентичного автотранспортного засобу з відповідним строком експлуатації (табл. 2).

Під час аналізу ціни на основі порівняльного підходу на базі середньої ціни продажу автомобілів виявлено, що на підприємстві роздрібної торгівлі є автомобілі як із ціною вище середньої, так і зі значно нижчою.

Таблиця 1

Ціни на автомобілі на підприємстві роздрібної торгівлі та на інших автосалонах станом на 2019 р., грн

Автомобіль	Ціни на автомобілі, грн		
	Підприємство	Конкурент 1	Конкурент 2
Hyundai i10	352 200	347 100	350 900
Hyundai Grand Santa Fe	1 089 200	1039 700	1050 000
Great Wall C30	259 000	270 000	272 500
Great Wall Wingle 6	512 000	587 125	560 900
Jac S3	348 000	390 000	345 500
LADA Granta	259 900	235 900	257 000
LADA Largus	234 900	280 900	230 900

Таблиця 2

Середні ціни продажу автомобілів конкурентами, грн

Автомобіль	Ціни на підприємстві	Середні ціни конкурентів	Відхилення
Hyundai i10	352 200	350 067	–2 133
Hyundai Grand Santa Fe	1 089 200	1 059633	–29 567
Great Wall C30	259 000	267 167	+8 167
Great Wall Wingle 6	512 000	553 342	+41 342
Jac S3	348 000	361 167	+13 167
LADA Granta	259 900	250 933	–8 967
LADA Largus	234 900	248 900	+14 000

Для оцінки ефективності цінової політики підприємства слід застосовувати комплексний підхід, заснований на використанні різноспрямованих показників. Тобто виникає необхідність у розробленні такої системи оцінки ефективності цінової політики торгового підприємства, яка б відповідала цим вимогам. У такому разі доцільно застосовувати багатокритеріальну модель [4].

Виділено окремі різнопланові критерії, кожному з яких відповідає своя система показників, і запропоновано проводити оцінку ефективності цінової політики за всіма критеріями в комплексі.

Вибір зазначених показників для оцінки ефективності цінової політики підприємств галузі зумовлено тим, що вони [6]:

– відповідають трьом взаємопов'язаним цілям цінової політики, що дає змогу отримати комплексну характеристику;

– значною мірою залежать від ціни та чутливо реагують на її динаміку;

– є найбільш узагальнюючими показниками, в яких концентруються результати всіх аспектів діяльності підприємств і, відповідно, прояву ціни, яка має наскрізний характер;

– є взаємопов'язаними та взаємозумовленими;

– зазнають впливу та характеризують прояв внутрішньої та зовнішньої складових частин цінової політики у їхньому взаємозв'язку.

Комплексне застосування показників ефективності цінової політики дасть змогу отримати більше корисної інформації, необхідної для одержання адекватних результатів та прийняття обґрунтованих цінових рішень і, відповідно, дотримуватися системного підходу під час оцінювання ефективності цінової політики.

Авторами доповнено багатокритеріальну модель, тому що в системі показників ефективності цінової політики не повністю розкрита суть усіх критеріїв, таких як критерій стабільної достатності, який доповнено коефіцієнтом фінансової стабільності, до критерію прибутковості внесено рентабельність витрат, а також конкурентоспроможність доповнено коефіцієнтом платоспроможності (рис. 1).

Оцінку ефективності цінової політики, що проводиться підприємством роздрібної торгівлі (ПРТ), слід здійснювати як у розрізі визначених критеріїв, відповідних до її основних цілей, так і на основі певних показників, об'єднаних у систему. Тому критерії повинні відповідати виділеним цілям цінової політики, спрямованої на [4]:

1) мінімізацію роздрібної ціни – критерій «покриття»;

2) стабілізацію роздрібної ціни – критерій «Стабільна достатність»;

3) підвищення рентабельності реалізації – критерій «прибутковість»;

4) зростання конкурентоспроможності – критерій «конкурентоспроможність».

Кожному критерію ефективності цінової політики торгового підприємства відповідає своя система взаємопов'язаних показників, за рівнем і динамікою яких можна оцінити ефективність цінової політики, що проводиться окремо взятим підприємством.

Використовуючи цю таблицю, можна оцінити ефективність цінової політики будь-якого

Таблиця 3

Показники ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі

Показник	Рік			Відхилення у 2019 р. порівняно з 2017 р
	2017	2018	2019	
Критерії «Покриття»				
Коефіцієнт покриття витрат обороту	1,17	1,16	1,20	0,03
Коефіцієнт витратоємності торгової націнки	0,85	0,86	0,83	-0,02
Коефіцієнт покриття витрат	1,11	1,01	1,06	-0,05
Коефіцієнт витратоємності роздрібної ціни	0,90	0,99	0,94	0,04
Критерій «Стабільної достатності»				
Середня роздрібна ціна	425 475	431 879	436457	10 982
Середня закупівельна ціна	412 865	420 671	422 596	9 731
Рівень торгової націнки в роздрібній ціні	2,96	2,60	3,18	0,21
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,40	0,75	0,72	0,32
Критерій «Прибутковості»				
Рентабельність товарообігу	0,93	1,52	1,55	0,62
Рентабельність оборотного капіталу	–0,12	–0,05	–0,07	0,05
Рентабельність активів	0,26	0,32	0,33	0,07
Рентабельність витрат	0,13	0,12	0,15	0,02
Критерій «Конкурентоспроможності»				
Індекс товарообігу	1,05	1,04	0,81	-0,24
Коефіцієнт переваги	0,94	0,99	1,05	0,11
Коефіцієнт співвідношення середніх роздрібних цін	1,01	1,00	0,97	-0,04
Коефіцієнт платоспроможності	0,52	0,75	0,71	0,19

торгового підприємства у визначений період часу. При цьому ефективною цінова політика вважається у тому разі, коли показники першої, другої та третьої групи критеріїв мають відповідну динаміку.

Розрахунок показників ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі наведено в таблиці 3.

Розрахунок показників ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі дає змогу зробити висновок, що більшість показників відповідають рівню критичного значення, а деякі навіть значно перевищують його. Так, найбільш ефективними є коефіцієнти покриття, а саме: покриття витрат обороту, який протягом 2017–2019 рр. спостерігається на рівні більше одиниці, і збільшився на 0,03, що говорить про те, що середня роздрібна ціна покриває всі витрати підприємства; показник витратоємності торгової націнки, який зворотний коефіцієнту покриття, має значення менше одиниці і знизився на 0,02; показник покриття витрат, який незначно більший за одиницю протягом досліджуваного періоду, але у 2019 р. знизився на 0,05, що показує, наскільки середня торгова націнка покриває витрати обороту. Відповідає значенню коефіцієнт витратоємності роздрібної ціни, який менший за одиницю і збільшився на 0,04, що свідчить про прибутковість підприємства.

Розрахувавши критерії стабільної достатності, слід відмітити тенденцію до зростання всіх показників. Наприклад, визначений рівень торгової націнки збільшився на 0,21, а коефіцієнт фінансової стабільності зріс на 0,32.

Що стосується показників рентабельності, то у 2019 р. порівняно з 2017 р. рентабельність товарообігу збільшилась на 0,62, рентабельність активів – на 0,07, витрат – на 0,02, а рентабельність власного капіталу – на 0,05. Таким чином, можна зробити висновок, що показники підприємства роздрібної торгівлі в середньому мають тенденцію до зростання критерію прибутковості.

Критерій «конкурентоспроможність» включає низку таких показників, як: індекс товарообігу, який знизився на 0,24, що свідчить про зниження динаміки споживчого попиту на товари підприємство роздрібної торгівлі; коефіцієнт переваги збільшився на 0,11 – споживачі надають більшу перевагу товарам цього підприємства порівняно з товарами підприємств-конкурентів. Коефіцієнт співвідношення середніх роздрібних цін знизився на 0,04, тому ціни на підприємстві роздрібної торгівлі знизилися порівняно з конкурентами, при цьому збільшився коефіцієнт платоспроможності на 0,19.

На основі цих показників ефективності цінової політики авторами розраховано нормативно-геометричний комплексний показник ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі (табл. 4).

Розрахунок комплексного показника ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі дає змогу зробити висновок, що, незважаючи

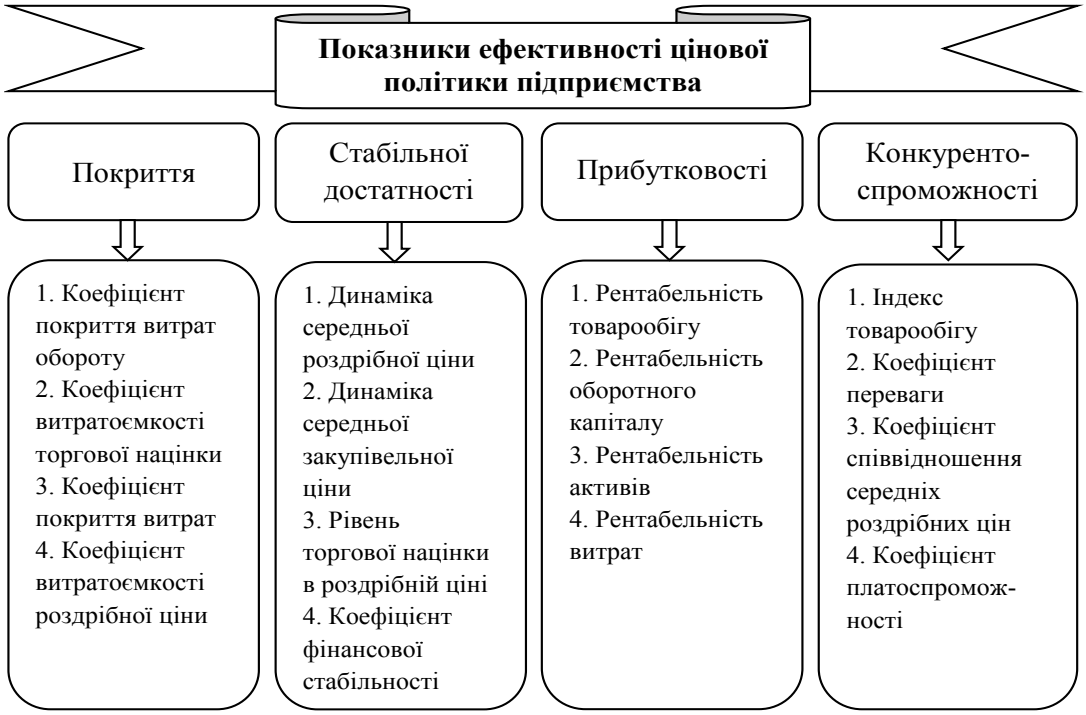


Рис. 1. Комплексна система оцінки ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі

Джерело: авторська розробка

на те, що з 2017 по 2019 р. окремо взяті показники мають як позитивну, так і негативну динаміку, комплексний показник, який розраховано за всіма критеріями ефективності цінової політики, спостерігається на найбільшому рівні у 2017 р. (37,3%), що відображає його спад у 2018 р. на 10,3% та незначне збільшення у 2019 р. на 3,4%.

Важливим для оцінки ефективності цінової політики підприємств галузі є використання співвідношення темпів зміни товарообігу та прибутку. Для дотримання умов співвідношення динаміки основних результативних показників використаємо показник динаміки рентабельності (збитковості) операційної діяльності, а саме абсолютне відхилення рівня фінансового результату. Рівень фінансового результату щодо роздрібного товарообігу залежить від зміни ціни, відповідає критерію зниження поточних витрат, спрямовано на збільшення або зменшення обсягу діяльності залежно від його динаміки [6].

Розрахуємо показники ефективності діяльності згідно з даними підприємства роздрібної торгівлі (табл. 5).

Проаналізувавши показники ефективності відповідно до варіантів цінової політики на підприємстві роздрібної торгівлі, можна зробити висновок, що протягом 2016–2019 рр. їхня динаміка є нестабільною.

У 2017 р. спостерігається різкий спад усіх показників, прибуток знизився на 67,97%, товарообіг – на 6,97%, чисельність працівників – на 2,15%. Це свідчить про кризове становище на підприємстві. При цьому можливий варіант цінової політики, який характеризує зниження прибутку від реалізації та зниження рівня задоволення споживачів, визначається за схемою виявлення варіантів цінової політики.

У 2018 р. спостерігається тенденція зростання всіх показників, прибуток збільшився на 25,1%, товарообіг – на 3,7%, а чисельність працівників – на 4,26%. Це свідчить про вихід підприємства з кризового стану та зміну цінової політики на політику максимізації рівня прибутку від реалізації за максимізації задоволення потреб споживачів.

У 2019 р. політика 2018 р. не може бути реалізована, оскільки є від'ємний показник росту, а саме товарообіг, який знизився на 19,05%, при цьому прибуток збільшився на 25,38%, а чисельність працівників – на 1,12%. У зв'язку з цим оптимальною політикою для підприємства роздрібної

Таблиця 4

Комплексний показник ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі

Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Критерії «Покриття»	0,075	0,072	0,072
Критерій «Стабільної достатності»	0,095	0,079	0,090
Критерій «Прибутковості»	0,103	0,076	0,104
Критерій «Конкурентоспроможності»	0,099	0,043	0,039
Комплексний показник ефективності цінової політики	0,373	0,269	0,304

Таблиця 5

Показники ефективності діяльності підприємства роздрібної торгівлі

Показник	Рік			
	2016	2017	2018	2019
Прибуток, тис.грн.	9852	3156	3948	4950
Тп	-	-67,97	25,10	25,38
Товарообіг, тис.грн.	248952	231607	240179	194430
Тт	-	-6,97	3,70	-19,05
Чисельність працівників, чол.	39821	38964	40625	41081
ΔЧ	-	-2,15	4,26	1,12

Умовні позначення: Тп – темпи зміни прибутку від реалізації; Тт – темпи зміни обсягу реалізації (товарообороту); ΔЧ – темпи приросту чисельності працівників.

Таблиця 6

Варіанти цінових політик

Рік	Значення показника	Варіант цінової політики
2017	Тп <0 Тт<0 ΔЧ <0	Зниження прибутку від реалізації та зниження рівня задоволення споживачів.
2018	Тп >0 Тт>0 ΔЧ >0	Максимізація рівня прибутку від реалізації при максимізації задоволення потреб споживачів.
2019	Тп >0 Тт<0 ΔЧ >0	Максимізація прибутку від реалізації при зниженні рівня задоволення споживачів.

торгівлі є політика максимізації прибутку від реалізації за зниження рівня задоволення споживачів.

Всі варіанти цінових політик для підприємства за період із 2017 по 2019 р. наведено в таблиці 6.

Враховуючи те, що кожного року цінова політика для підприємства роздрібної торгівлі є різною, у подальшому періоді теж треба розглядати всі чинники впливу та показники, від яких залежить вибір цінової політики. Таким чином, підприємство буде дуже мобільним та ефективно реалізовувати свою цінову політику.

Отже, цінова політика – це своєрідний механізм або модель ухвалення рішень про поведінку підприємства на основних типах ринків за зміни основних показників діяльності для досягнення поставлених цілей підприємства.

Тому цінову політику можна вважати ефективною лише у тому разі, коли виконується така умова, як реалізація цінової політики, що досягає поставленої мети.

Висновки з проведеного дослідження. Проведено стратегічний аналіз асортиментної політики підприємства, який надає можливість визначити, що товари, які є ринковими лідерами для підприємства, є Great Wall Wingle 6, Hyundai Grand Santa Fe та LADA Granta. Виявлено, що найбільш актуальним для розвитку підприємства та підвищення обсягів продажів є застосування стратегії розвитку товару, яка передбачає введення в асортимент нових видів автомобілів або удосконалення існуючих на сучасному ринку. Також просування на ринок автомобілів, які є найбільш конкурентоспроможними, а саме Great Wall C30, який на 7,9% більш конкурентоспроможний, ніж автомобіль-конкурент.

За схемою систематизації показників ефективності цінової політики підприємства роздрібної торгівлі виявлено, що показники протягом досліджуваного періоду мають критичні значення та нестабільну динаміку. Загалом найбільш ефективним є коефіцієнт покриття витрат, який протягом 2017–2019 рр. спостерігається на рівні більше одиниці і збільшився на 0,03, але середня торгова націнка, яка покриває витрати обороту, знизилася на 0,05. Помітна тенденція зростання всіх показників критерію стабільної достатності, визначений рівень торгової націнки збільшився на 0,21, а коефіцієнт фінансової стабільності зріс на 0,32. Серед критерію прибутковості в середньому показники рентабельності мають тенденцію до зростання, більше всього збільшилася рентабельність товарообігу – на 0,62. Показники критерію конкурентоспроможності мають нестабільний характер, індекс товарообігу знизився на 0,24, але коефіцієнт переваги збільшився на 0,11 – споживачі надають більшу перевагу товарам цього підприємства порівняно з товарами підприємств-конкурентів. У подальших дослідженнях буде проаналізовано основні недоліки, згідно з чим розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності цінової політики досліджуваного підприємства, таких як переорієнтація на стратегію розвитку підприємства, постійний моніторинг ситуації на ринку, встановлення зв'язку із життєвим циклом підприємства, а також сегментація ринку і диференціація цін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про ціни й ціноутворення» від 21.06.2012 (зі змінами і доповненнями). URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17.

2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 17.12.2017, підстава 2195-19. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14.

3. Артус М.М. Формування механізму ринкового ціноутворення на економічні блага. Сталий розвиток економіки. 2012. No 5. С. 198–203. Випуск 16. 2018

4. Колесников О.В. Ціноутворення: навч. посіб. К.: Центр навч. літ-ри, 2009. С. 540–544.

5. Литвиненко Я.В. Сучасна політика ціноутворення. Київ, 2013. 358 с.

6. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. С. 480–490.

7. Парижак Н.В. Ціни: фінансовий аспект. Тернопіль: Лідер, 2011. 560 с.

8. Павлишенко М.М., Ясинський Р.І. Цінова політика в ринкових умовах. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 15.5. 295 с.

9. Тормос Ю.Г. Ціни та цінова політика: навч. посіб. Київ, 2011.

REFERENCES:

1. Zakon Ukrainy (2012) «Pro tsiny y tsinoutvorennia» [About pricing and pricing] vid 21.06.2012 (zi zminamy i dopovnenniamy). http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17.

2. Zakon Ukrainy (2017) «Pro zakhyst ekonomichnoi konkurentsii» [On protection of economic competition] vid 17.12.2017, pidstava 2195-19. http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14.

3. Artus M.M. (2012) Formuvannia mekhanizmu rynkovoho tsinoutvorennia na ekonomichni blaha. [Formation of the mechanism of market pricing for economic benefits] Sustainable economic development. No. 5. P. 198-203.

4. Kolesnykov O.V. (2009) Tsinoutvorennia: navch. posibn. [Pricing: Learn tool] K.: Tsentr navch. lit-ry. P. 540–544.

5. Lytvynenko Ya.V. (2013) Suchasna polityka tsinoutvorennia. [The current pricing policy] Kyiv. p. 358.

6. Mazur O.Ye. (2012) Rynkove tsinoutvorennia. Navchalnyi posibnyk. [Market pricing: teach. tool] K.: «Tsentr uchbovoi literatury». P. 480–490.

7. Paryzhak N.V. (2011) Tsiny: finansovyi aspekt. [Prices: financial aspect] Ternopil. Lider. P. 560.

8. Pavlyshenko M.M. (2013) Tsinova polityka v rynkovykh umovakh. [Price policy in market conditions] Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine. Lviv: RVV NLTU Ukrainy. Vol. 15.5. P. 295.

9. Tormos Yu.H. (2011) Tsiny ta tsinova polityka. Navchalnyi posibnyk. [Prices and pricing policies: teach. tool] Kyiv.

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЄЮ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

MANAGING THE STRATEGY OF INCREASING THE EFFICIENCY OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISE

УДК 658.5.011
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-34

Зось-Кіор М.В.
д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія
Ільїн В.Ю.
д.е.н., професор,
професор кафедри бухгалтерського обліку
Університет державної фіскальної служби України
Жмурко І.О.
студент
Полтавська державна аграрна академія

Zos−Kior Mykola
Poltava State Agrarian Academy
Ilin Valerii
University of the State Fiscal Service of Ukraine
Zhmurko Ivan
Poltava State Agrarian Academy

У статті представлено обґрунтування стратегії підвищення ефективності діяльності аграрного підприємства. Доведено, що підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю дає змогу ефективно планувати як стратегічні зони господарювання, так і діяльність підприємства зі стратегічного вдосконалення продажів, фінансів, персоналу й процесів на підприємстві. Визначено, що стратегічні зони господарювання повинні ефективно інтерферувати й бути збалансованими, для чого доцільним є застосування програмно-цільового методу управління, який є інструментом забезпечення стійкого розвитку підприємства. Деталізовано особливості механізму стратегічного інноваційного розвитку аграрного підприємства відповідно до логіки стратегічного управління. Доведено актуальність впровадження концепції євромаркетингу як основи стратегії їх пристосування до умов функціонування європейського внутрішнього ринку, а також розроблено алгоритм формування цієї стратегії.
Ключові слова: *стратегія, ефективність, аграрне підприємство, інноваційний розвиток, єврообраз.*

В статье представлено обоснование стратегии повышения эффективности деятельности аграрного предприятия. Доказано, что повышение эффективности управления конкурентоспособностью позволяет эффективно планировать как стратегические зоны хозяйствования, так и деятельность предприятия по стратегическому совершенствованию продаж, финансов, персонала и процессов на предприятии. Определено, что стратегические зоны хозяйствования должны эффективно интерферировать и быть сбалансированными, для чего целесообразным является применение программно-целевого метода управления, который является инструментом обеспечения устойчивого развития предприятия. Детализированы особенности механизма стратегического инновационного развития аграрного предприятия в соответствии с логикой стратегического управления. Доказана актуальность внедрения концепции евромаркетингу как основы стратегии их приспособления к условиям функционирования европейского внутреннего рынка, а также разработан алгоритм формирования этой стратегии.
Ключевые слова: *стратегия, эффективность, аграрное предприятие, инновационное развитие, еврообраз.*

In the article the substantiation of strategy of increase of efficiency of activity of agricultural enterprise is presented. For this purpose, it is proposed to focus on the following tasks: research of consumer needs and trends of their development; assessing the behavior and capabilities of competitors; market research and trends; knowledge of the environment and its trends; to create such a product that the consumer prefers the created product and not the competitor's product; orient the implementation of the listed tasks for the long term. It is proved that improving the efficiency of competitiveness management allows planning effectively both strategic economic zones and the activity of the enterprise on strategic improvement of sales, finances, personnel and processes at the enterprise. It is determined that strategic economic zones must be effectively interfered with and balanced, which is why it is expedient to use the program based management method, which is a tool for ensuring the sustainable development of the enterprise. The features of the mechanism of strategic innovative development of agrarian enterprise in accordance with the logic of strategic management and systematic approach in the form of a set of blocks are analyzed in detail: analysis, planning, implementation, control. The innovative strategy is presented as a multilevel hierarchical structure with the existing links between its structural elements – the innovation goals and stages, which in combination describe the process of forming alternative variants of innovative development and choosing from them the innovative strategy that optimally satisfies existing needs. The urgency of introducing the concept of Euro marketing as the basis of their strategy of adaptation to the conditions of functioning of the European internal market has been proved, and an algorithm for the formation of this strategy has been developed. In order to form the European image of the enterprise, the following conclusions have been formulated on the product market of the European product market: cooperation on the basis of strategic partnership; long term cooperation planning; preferred customers are both specialized and any consumer.
Key words: *strategy, efficiency, agrarian enterprise, innovative development, euro form.*

Постановка проблеми. Кожне підприємство орієнтується на одержання максимального прибутку. Для цього має використовуватися такий процес виробництва, який би давав змогу за однакового рівня випуску товарів застосовувати мінімальну кількість ресурсів, зменшувати витрати й забезпечувати постійні резерви задля конкурентної боротьби. У зв'язку з цим питання обґрунтування стратегії підвищення ефективності діяльності підприємства, зокрема аграрного, є актуальною господарською проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню системи управління стратегією підприємства присвячені праці таких учених, як О.В. Блідар, Р.Л. Лупак, В.І. Перебийніс, О.В. Перебийніс, О.М. Помаз, Л.Є. Ревуцька, Г.М. Ротанов, А.В. Солов'янчик, Н.А. Стельмащук, Д.С. Терехов, Д.О. Толкачов, Н.В. Чебанова, Л.О. Чорна, Н.Ю. Чорна, І.В. Яценко [1–11]. Однак управління стратегією підвищення ефективності діяльності сучасного аграрного підприємства в умовах динамічного середовища нині є недостатньо дослідженим.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення досвіду управління стратегією підвищення ефективності діяльності аграрного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи процес формування структури механізму інноваційного розвитку аграрного підприємства в узгодженні з етапами інноваційної стратегії,

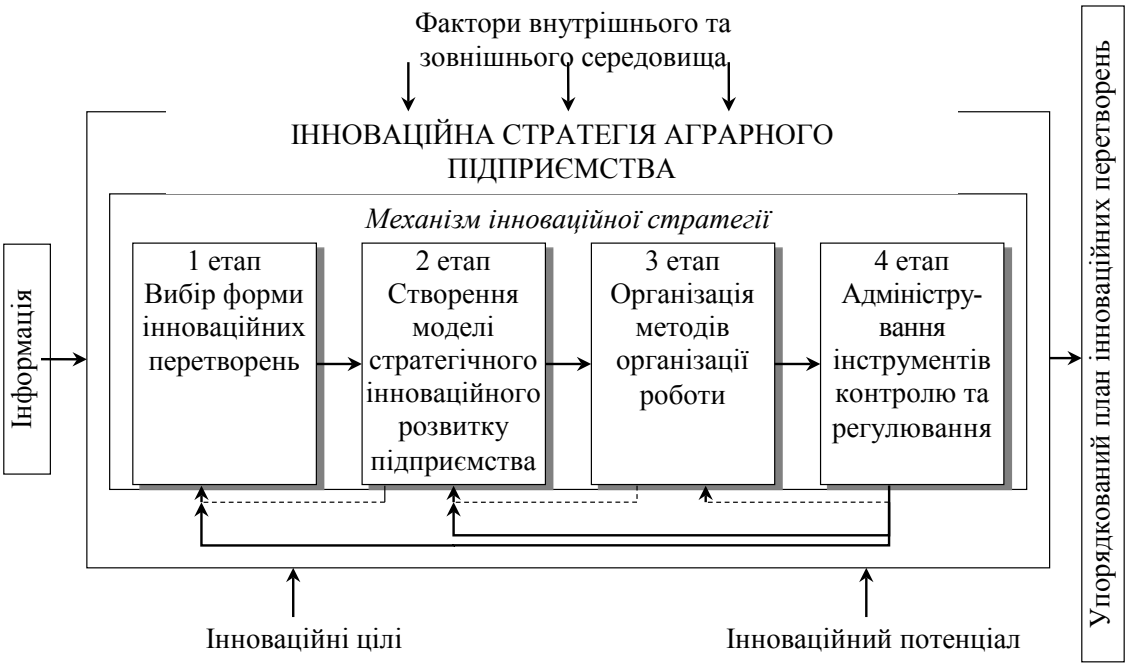


Рис. 1. Механізм стратегічного інноваційного розвитку аграрного підприємства

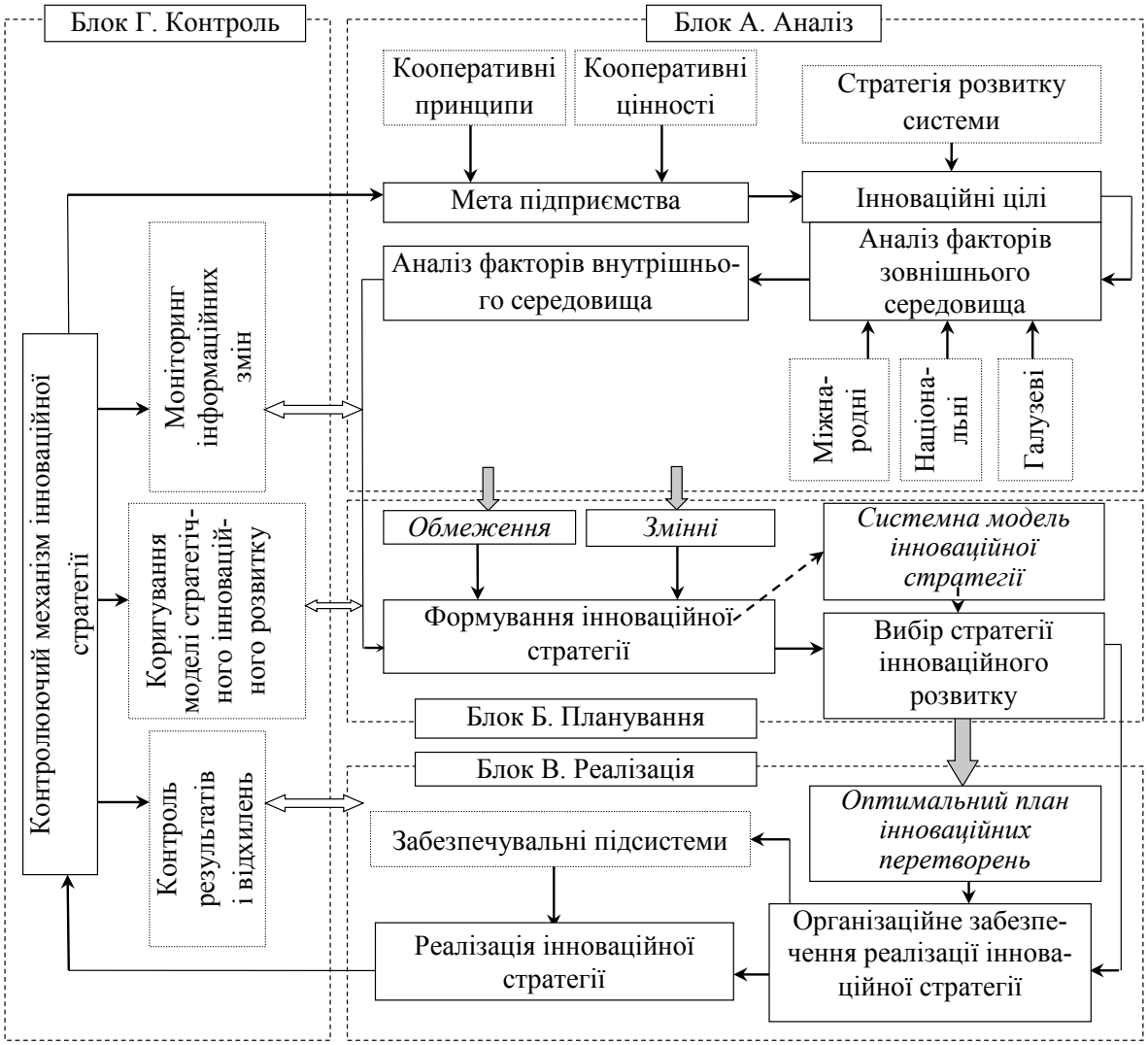


Рис. 2. Механізм стратегічного інноваційного розвитку аграрного підприємства

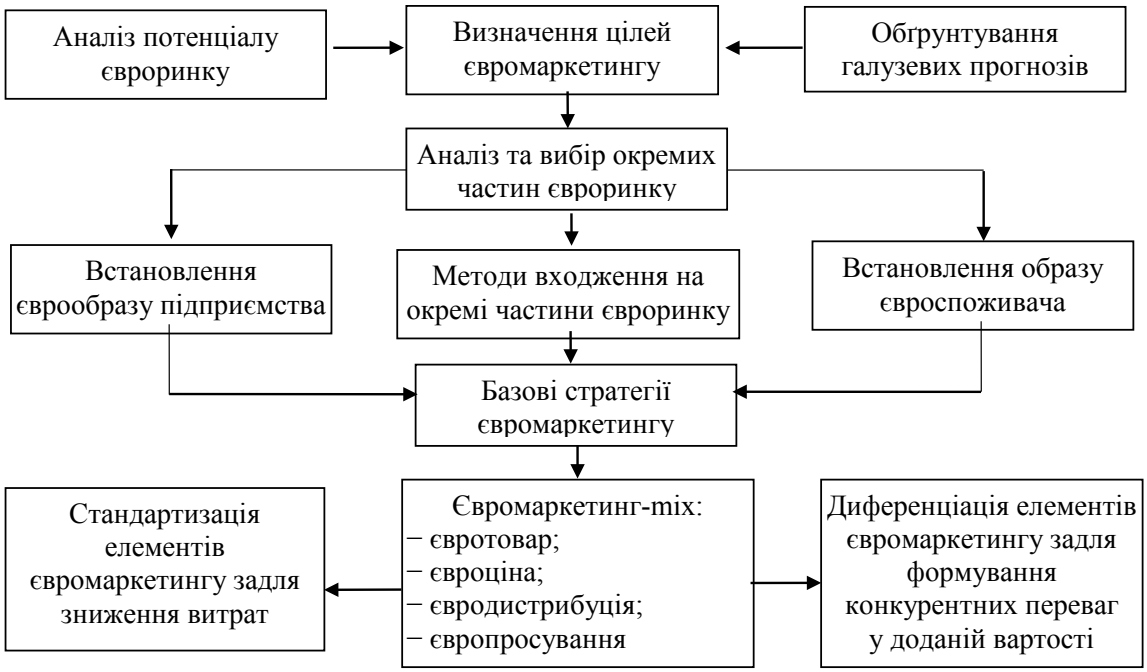


Рис. 3. Формування стратегії євромаркетингу для аграрного підприємства

відзначаємо його спрямованість на реалізацію таких основних завдань, як обґрунтування бази для інноваційного росту, забезпечення неперервності впровадження інноваційних змін та їх підтримка всередині підприємства (організаційна, технічна, фінансова тощо), контроль та аналіз доцільності впроваджених інновацій у зв'язку зі зміною рівня конкурентоспроможності, системні властивості механізму стратегічного інноваційного розвитку підприємства. Необхідно включити до його складу такі елементи, пов'язані з розробленням (створенням) інноваційної стратегії та управлінням нею невідривно від задач загальної стратегії аграрного підприємства, як методи й засоби, форми, інструменти та моделі, що у своїй взаємодії забезпечують ефективність роботи всієї системи шляхом проходження послідовності етапів (рис. 1).

1 етап. Визначення вектору структурних перетворень, бажаного структурного типу з низки альтернатив та відповідних йому цілей.

2 етап. Моделювання стратегії розвитку та структурних перетворень.

3 етап. Конкретизація шляхів реалізації інноваційної стратегії аграрного підприємства з урахуванням специфіки й конкурентних переваг, коли визначаються методи організації робіт від формулювання ідеї до досягнення комерційного результату. На цьому етапі заплановані й відібрані інноваційні цілі розглядаються як інноваційні проєкти з визначеною кількістю ресурсів для їх забезпечення та потребують організаційного супроводу з урахуванням часового фактору.

4 етап. Формування системи важелів, методів, інструментів регулювання та контролю, які забезпечать у подальшому неперервну реалізацію програми інноваційних перетворень залежно від вибраної моделі стратегічного інноваційного розвитку. Доцільним на цьому етапі є проведення оцінювання ефективності з урахуванням наявних обмежень, що дає змогу оцінити величину сумарної ефективності від інноваційної діяльності.

Деталізацію особливостей механізму стратегічного інноваційного розвитку відповідно до логіки стратегічного управління та системного підходу можна схематично зобразити у вигляді набору чотирьох блоків (рис. 2), таких як аналіз, планування, реалізація, контроль.

Блок А. Аналіз.

Як складова механізму стратегічного інноваційного розвитку блок аналізу є перш за все інформаційно-аналітичним, завдання якого полягає в послідовному стратегічному аналізі та підготовці вхідних даних у вигляді змінних та обмежень, що будуть використані для побудови на етапі планування моделі інноваційної стратегії. Орієнтація аналізу на створення первинної вибірки досягається проходженням усіх етапів блоку та узгодженням первинної інформації з інформацією оберненого зв'язку, що надходить від контролюючих органів внаслідок моніторингу інформаційних змін. Виділення системоутворюючих факторів потребує дослідження їх важливості та впливу на систему, оскільки вони не тільки впливають на її структуру, але й можуть виступати джерелом її виникнення, підтримки рівноваги між її елементами. При цьому виявлення зовнішніх факторів найкраще здійснювати згідно з принципом максимального використання сильних сторін підприємства для забезпечення його переваг перед конкурентами, факторів внутрішнього середовища

(максимальне використання внутрішніх резервів підприємства й послідовне усунення слабких сторін, які є найбільш «вузьким місцем» на шляху досягнення цілі).

Детальне вивчення основних факторів впливу на вибір інноваційної стратегії, як внутрішніх, так і зовнішніх, що є відображенням сильних та слабких сторін діяльності аграрного підприємства та його конкурентів, дасть змогу краще продумати інноваційну стратегію підприємства, а їх врахування і, відповідно, коригування моделі інноваційної стратегії підприємства дадуть змогу створити можливості для підвищення мобільності та адаптивності до змінних умов внутрішнього та зовнішнього середовища.

Блок Б. Планування.

Стратегія інноваційного розвитку є можливою за рахунок розроблення саме системної моделі, орієнтованої перш за все на активізацію внутрішнього потенціалу з урахуванням особливостей функціонування аграрного підприємства.

Блок В. Реалізація.

Інноваційна стратегія як вектор інноваційного розвитку аграрного підприємства реструктурується у вигляді набору етапів реорганізації складної динамічної системи, кожен з яких є узагальненою метою певної підмножини інноваційних цілей.

Отже, інноваційна стратегія у системному представленні є багаторівневою ієрархічною структурою з наявними зв'язками між її структурними елементами, а саме інноваційними цілями та етапами, що разом описують процес формування альтернативних варіантів інноваційного розвитку та вибір з них тієї інноваційної стратегії, що оптимальним чином задовольняє наявні потреби та обмеження.

Формування стратегії євромаркетингу для аграрного підприємства пропонується здійснювати за таким алгоритмом (рис. 3). Викладені етапи формування стратегії та отримані характеристики єврообразу споживача складають підставу визначення найкращого варіанта стратегії.

Висновки з проведеного дослідження. Задля впровадження єврообразу аграрного підприємства на ринку представлено такі висновки: співпраця на основі стратегічного партнерства; довго- й середньострокове планування співпраці; залучення як спеціалізованих, так і будь-яких споживачів; критеріями оцінювання конкурентоздатності підприємства є ціна, якість, довіра, рівень обслуговування. За рівних оцінок клієнти віддають перевагу виробнику з широким асортиментом, репутацією, коротшими термінами постачання та пільговими умовами оплати.

З урахуванням представлених характеристик єврообразу виробника у відносинах зі споживачем і характеристик їх стратегічної орієнтації на вітчизняному ринку пропонується оцінювати рівень структурованого секторального обслуговування клієнта за допомогою його профіля. Визначені сектори оцінювання обумовлені логістичною підтримкою, її рівень гарантує доставку визначеної продукції, якість, доставку у відповідний час з урахуванням конкретних умов, у визначене місце з огляду на низьку транспортабельність товарів, а також за відповідну (акцептовану) ціну.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лупак Р.Л. Економічне обґрунтування стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2013. № 4. С. 320–325.
2. Перебийніс В.І., Помаз О.М., Перебийніс О.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки*. 2012. № 1. С. 23–28.
3. Ротанов Г.М. Стратегія управління конкурентоспроможністю промислового підприємства. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2013. № 1. С. 316–319.
4. Ротанов Г.М. Удосконалення процесу стратегічного управління конкурентоспроможністю промислового підприємства. *Моделювання регіональної економіки*. 2012. № 2. С. 405–410.
5. Солов'янчик А.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства ринку послуг. *Управління розвитком*. 2015. № 4. С. 48–54.
6. Стельмащук Н.А. Стратегія внутрішньогосподарського маркетингового управління конкурентоспроможністю підприємства. *Інноваційна економіка*. 2013. № 11. С. 57–63.
7. Терехов Д.С., Блідар О.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства. *Наука й економіка*. 2016. Вип. 2. С. 76–80.
8. Толкачов Д.О. Структурування інформації в системі стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 1 (1). С. 54–58.
9. Чебанова Н.В., Ревуцька Л.Є. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія: Економічні науки*. 2015. № 1. С. 73–79.
10. Чорна Л.О., Чорна Н.Ю. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства – система взаємозв'язку якісних та кількісних показників розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 3. С. 15–18.
11. Яценко І.В. Управління конкурентними стратегіями та конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та управління на транспорті*. 2016. Вип. 2. С. 270–274.

REFERENCES:

1. Lupak R.L. (2013) Ekonomichne obgruntuvannia stratehichnoho upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva [Economic substantiation of strategic management of enterprise competitiveness]. *Business-Inform*, no. 4, pp. 320–325.

2. Perebinis V.I., Pomaz O.M., Perebinis O.V. (2012) Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva [Strategic management of enterprise competitiveness]. *Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade. Ser.: Economic Sciences*, no. 1, pp. 23–28.

3. Rotanov G.M. (2013) Stratehiia upravlinnia konkurentospromozhnistiu promyslovoho pidpryiemstva [Strategy of industrial enterprise competitiveness management]. *Bulletin of Zhytomyr State Technological University. Ser.: Economic Sciences*, no. 1, pp. 316–319.

4. Rotanov G.M. (2012) Udoskonalennia protsesu stratehichnoho upravlinnia konkurentospromozhnistiu promyslovoho pidpryiemstva [Improving the process of strategic management of industrial enterprise competitiveness]. *Modeling of regional economy*, no. 2, pp. 405–410.

5. Solovyanchyk A.V. (2015) Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva rynku posluh [Strategic management of the competitiveness of the enterprise market services]. *Development Management*, no. 4, pp. 48–54.

6. Stelmashchuk N.A. (2013) Stratehiia vnutrishn'ohospodars'koho marketynhovoho upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva [Strategy of internal marketing management of enterprise competitiveness]. *Innovative economy*, no. 11, pp. 57–63.

7. Terekhov D.S., Blidar O.V. (2016) Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva [Strategic management of enterprise competitiveness]. *Science and economics*, no. 2, pp. 76–80.

8. Tolkachev D.O. (2013) Strukturuvannia informatsii v systemi stratehichnoho upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva [Structuring of information in the system of strategic management of enterprise competitiveness]. *Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property*, no. 1 (1), pp. 54–58.

9. Chebanova N.V., Revutskaya L.E. (2015) Stratehichnyj pidkhid do upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva [Strategic approach to managing enterprise competitiveness]. *Bulletin of Kharkiv National Agrarian University. V.V. Dokuchaev. Series: Economic Sciences*, no. 1, pp. 73–79.

10. Chorna L.O., Chorna N.Y. (2015) Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva – systema vzaiemozv'iazku iakisnykh ta kil'kisnykh pokaznykiv rozvytku [The strategic management of enterprise competitiveness is a system of correlation between qualitative and quantitative indicators of development]. *Investment: practice and experience*, no. 3, pp. 15–18.

11. Yatsenko I.V. (2016) Upravlinnia konkurentnymy stratehiiamy ta konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva [Management of competitive strategies and competitiveness of the enterprise]. *Economics and management in transport*, no. 2, pp. 270–274.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

PROSPECTS FOR USING BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN ACCOUNTING

УДК 657:631.145
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-35

Ілляшенко К.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний
агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Illiashenko Kateryna
Dmitry Motornyi Tavria State
Agrotechnological University

У статті розглянуто теоретичні та технічні аспекти функціонування блокчейну. Обґрунтовано сутність технології розподілених реєстрів та безпеки запису транзакцій. Висвітлено основи праці майнерів та поняття винагороди у вигляді криптовалюти. Проаналізовано можливість використання блокчейну у сучасній системі бухгалтерського обліку. Розглянуто основні переваги та недоліки використання цієї технології в процесі бухгалтерських операцій. Акцентовано увагу на збереженні інформації в мережі блокчейн за рахунок того, що інформація не зберігається в одному місці, її неможливо змінити. Відзначено, що неоднозначність вітчизняної нормативної бази може бути перешкодою для впровадження блокчейн-платформи в обліковій сфері. Запропоновано впроваджувати нові технології поступово у вигляді програмного забезпечення для податкового обліку та систем контролю. Наголошено на необхідності подальших досліджень використання блокчейну у сфері бухгалтерського обліку.

Ключові слова: *блокчейн, інформація, технологія, аналіз, облік, контроль, майнери, мережі, програмне забезпечення, криптовалюта.*

В статье рассмотрены теоретические и технические аспекты функционирования блокчейна. Обоснована сущность технологии распределенных реестров и безопасности записи транзакций. Освещены основы труда майнеров и понятия вознаграждения в виде криптовалюты. Проанализирована возможность использования блокчейна в современной системе бухгалтерского учета. Рассмотрены основные преимущества и недостатки использования этой технологии в процессе бухгалтерских операций. Акцентировано внимание на сохранении информации в сети блокчейн за счет того, что информация не хранится в одном месте, ее невозможно изменить. Отмечено, что неоднозначность отечественной нормативной базы может быть препятствием для внедрения блокчейн-платформы в учетной сфере. Предложено внедрять новые технологии постепенно в виде программного обеспечения для налогового учета и систем контроля. Сделан акцент на необходимости дальнейших исследований использования блокчейна в сфере бухгалтерского учета.

Ключевые слова: *блокчейн, информация, технология, анализ, учет, контроль, майнеры, сети, программное обеспечение, криптовалюта.*

The purpose of the article is the theoretical basis and further prospects for the use of blockchain technology in modern accounting. The study examines the theoretical and technical aspects of blockchain functioning. The essence of the distributed registry technology and the security of transaction records are substantiated. The article highlights the basics of miners' work and the concept of remuneration in the form of cryptocurrency. As a rule, these are commissions from all participants of transactions recorded in the block, and remuneration from the network itself. The possibility of using blockchain in the modern accounting system is analyzed. The main advantages and disadvantages of using this technology in the process of accounting operations are considered. Among researchers of this theory there are both supporters and opponents. The emphasis is placed on saving information in the blockchain network due to the fact that information is not stored in one place and it cannot be changed. In the blockchain registers with data about the owners of assets cannot be forged. It is noted that the ambiguity of the domestic regulatory framework may be an obstacle to the implementation of the blockchain platform in the accounting sphere. There are often cases when explanations are published with different points of view on the same aspect of accounting. It is proposed to introduce new technologies gradually in the form of software for tax accounting and control systems. The new technology will effectively combat fraud and significantly expand the ability of regulatory authorities to track the organization's activities, make accounting transparent, and allow it to be conducted in real time. The development of information technologies will increasingly penetrate all areas of the economy. At the same time, even in the future, the blockchain will not replace traditional accounting, but only complement it. Thus, its influence will be most noticeable in the sphere of control over settlements between different contractors or with the state. The need for further research on the use of blockchain in the field of accounting was noted.

Key words: *blockchain, information, technology, analysis, accounting, control, mining, networks, software, cryptocurrency.*

Постановка проблеми. Використання технології блокчейн надзвичайно зросло за останнє десятиліття. Блокчейн продовжує розвиватися, його нові функції та можливості розвиваються безперервно. Хоча використання технології розпочалося в криптовалюті (зокрема, біткойні), вона поширилась на інші галузі, які можуть отримати вигоду із загальної, безпечної «бухгалтерської книги». Блокчейн дав змогу успішно створити децентралізовані цифрові валютні мережі. Цей успіх спонукав до подальшого дослідження корисності блокчейнів в інших умовах бізнесу. Через використання блокчейну як гросбуха виникає питання про те, чи може блокчейн стати більш безпечною альтернативою сучасному бухгалтерському обліку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослівно з англійської блокчейн (blockchain) перекладається як «ланцюжок блоків», а сама технологія була запропонована у 2008 році Сатосі Накамото (псевдонім людини або групи людей). Серед зарубіжних авторів, що вивчають вплив технології блокчейн на розвиток бухгалтерського обліку, варто відзначити Д. Паркінса, Дж. Койна, П. Макмайкла, С. Фуллера, А. Маркевича, С. Гьоктена, Б. Йоздогана. Вітчизняні вчені також досліджували цю проблему, серед них слід назвати таких, як О.В. Мельниченко, Р.О. Гартінгер, М.В. Дубініна, С.В. Сирцева, Ю.М. Попівняк. Однак на тлі швидкого технологічного розвитку питання впровадження блокчейну в систему бухгалтерського обліку все ще мало досліджене.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне підґрунтя та подальші перспективи застосування технології блокчейн у сучасному бухгалтерському обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Блокчейн – це новітня технологія, інтерес до якої виріс разом з популярністю криптовалют. Сьогодні її широко обговорюють не тільки у світі фінансів. Блокчейн уже пробують використовувати для зберігання й оброблення персональних даних та ідентифікації. Розглянемо детальніше сутність цієї технології.

У дослівному перекладі блокчейн – це безперервний ланцюжок блоків. У ньому містяться всі записи про різноманітні угоди. На відміну від звичайних баз даних, змінити або видалити ці записи не можна, можна тільки додати нові [1].

Блокчейн ще називають технологією розподілених реєстрів, тому що весь ланцюжок угод і актуальний список власників зберігають на своїх комп'ютерах безліч незалежних користувачів. Навіть якщо один або кілька комп'ютерів дадуть збій, інформація не пропаде.

Облік транзакцій – це фіксація всіх переходів активу або права на нього від однієї людини до іншої. Однак виникає питання про те, чи справді механізм підтвердження передачі прав надійний та конфіденційний.

Хакерські атаки, шахрайство або помилки співробітників може викликати збій на будь-якому етапі розрахунку. Таке, звичайно, трапляється рідко, але все ж таки буває. Тоді записи про транзакції можуть зникнути або змінитися, а проведення операцій може бути призупинено. Ці операційні ризики неминучі, якщо облік ведуть конкретні організації, а записи про транзакції зберігаються тільки в одному місці. Технологія блокчейн знижує такі ризики, тому що пропонує систему обліку на основі розподілених реєстрів.

У блокчейні реєстр власників не зберігається на сервері однієї організації. Його копії одночасно оновлюються на безлічі незалежних комп'ютерів, об'єднаних через Інтернет. Як наслідок, у блокчейні реєстри з даними про власників активів неможливо підробити, адже ці дані зберігаються на комп'ютерах величезного числа учасників мережі, а для того, щоб інформація у всіх користувачів була абсолютно повною й правильною, в блокчейні ввели поняття консенсусу.

Якщо деякі учасники мережі вимкнуть свої комп'ютери, через що частина транзакцій у них не відіб'ється, або їх записи виявляться неправильними, це не вплине на роботу мережі. Процедура консенсусу, тобто досягнення згоди, дасть змогу відновити правильну інформацію.

У реальних блокчейн-мережах за певний період часу відбувається кілька транзакцій, а записи про транзакції включаються в один блок.

Блок – це запис у розподіленому реєстрі про декілька транзакцій. У ньому відображено такі дані: хто, кому, коли та в якому обсязі перевів активи. Всі блоки послідовно з'єднують в один послідовний ланцюг [2].

Ланцюг блокчейну нерозривний, оскільки кожен блок містить посилання на попередній. Блоки не можна змінити або видалити, можна тільки додати нові. Таким чином, завжди можна відновити історію переходів конкретного активу та дізнатися його нинішнього власника. Нові блоки в ланцюг додають майнери.

Майнери виконують у блокчейні декілька таких функцій:

– зберігають копії блокчейну, отже, захищають інформацію від втрати або підробки;

– підтверджують транзакції;

– перевіряють транзакції, які зареєстрували інші майнери.

Як правило, число майнерів не обмежено. Чим їх більше, тим краще, отже, така мережа надійніше. Майнерами можуть бути всі бажаючі. Для цього їм потрібні спеціалізовані комп'ютери та програмне забезпечення.

За підтримку роботи мережі майнери отримують нагороду. Як правило, це комісії від усіх учасників транзакцій, що записані у блоці, й винагорода від самої мережі. Мережа генерує цю винагороду за певним алгоритмом. Саме так генерується криптовалюта: нагорода – це певна кількість криптомонет, які виникають буквально з нівідкіля й потрапляють на рахунок майнера. В такий спосіб відбувається випуск нових одиниць віртуальних грошей, а загальна кількість віртуальної валюти збільшується, але при цьому найчастіше є обмеження. Коли сума монет досягає певного максимуму, їх випуск припиняється. Далі майнер може працювати тільки за винагороду від учасників.

Ймовірність для майнера того, що саме він розв'яже запропоновану мережею математичну задачу першим, приєднає блок і отримає за це винагороду, найчастіше залежить від потужності його обладнання. Чим продуктивніше його комп'ютери, тим більше шансів заробити.

Для отримання переказів майнер та учасники транзакцій використовують анонімні цифрові гаманці.

Гаманець – це спеціальний ідентифікатор. У ньому зберігається запис про стан рахунку учасника (це не обов'язково гроші, а будь-які активи). Гаманець дає змогу також дізнатися всю історію транзакцій конкретного учасника.

Найчастіше такі гаманці анонімні. Вони не дають змогу дізнатися, хто саме приймає або відправляє з нього активи. Дані електронних гаманців і транзакцій у блокчейні захищені шифруванням. В цьому полягає небезпека. Якщо власник гаманця, наприклад, забув його номер, то він

ніяк не може довести, що рахунок належить саме йому. Все, що зберігалося в гаманці, виявляється втраченим [3].

У блокчейн-мережах покупець і продавець активу підтверджують транзакцію за допомогою криптографічних ключів, тобто спеціальних унікальних цифрових кодів. Вгадати послідовність символів цифрового коду криптографічних ключів практично неможливо. Це робить технологію блокчейн однією з кращих для фінансових транзакцій. Однак водночас уже були випадки злому гаманців, тому їх краще підключати до мережі тільки на час проведення транзакцій, а в інший час зберігати офлайн.

Особливостями технології розподілених реєстрів є такі:

– актив може бути будь-яким (наприклад, акції, права на нерухомість, дорогоцінні метали);

– транзакції проходять практично миттєво, але на їх підтвердження, що визначається алгоритмом консенсусу конкретної блокчейн-мережі, потрібен час;

– угоди конфіденційні та анонімні (покупець зазначає тільки номер свого криптогаманця);

– комісії мінімальні, оскільки замість централізованих посередників транзакції реєструють майнери (комісії – це їх винагорода за підтримку роботи блокчейн-мережі, але майнерів зазвичай дуже багато, конкуренція між ними висока, що дає змогу утримувати комісії на низькому рівні);

– права покупців надійно захищені, адже скасувати або змінити вже укладені угоди неможливо, всі угоди зафіксовані у ланцюжку блоків;

– інформація надійно зберігається, оскільки історія всіх операцій записана в блокчейні та розподілена між усіма учасниками мережі (кожен блок містить інформацію про всі попередні операції від самого початку).

До обліку можуть застосовуватися такі принципи блокчейну [4]:

– принцип прозорості (в блокчейні зберігаються дані про всі проведені операції за всю історію створення системи (криптовалюти));

– принцип стабільності (відсутня можливість видалити або замінити інформацію минулим числом, можна тільки здійснити нову угоду);

– принцип незалежності (інформація зберігається не на одному центральному сервері, а на безлічі комп'ютерів учасників мережі).

Інформація системи блокчейн не зберігається в одному місці, вона розподілена на безлічі комп'ютерів, що забезпечує безпеку системи. Для внесення зміни в цю інформацію можна записувати ці зміни в наступний блок, але створює його випадковий майнер, а інші підтверджують правильність. Щоби внести зміни, які будуть «незаконними» за правилами системи, необхідно роздобути 51% майнінгових потужностей, що для великого блокчейну є практично неможливим. Щоби внести зміни минулим числом, потрібно перерахувати всі наступні блоки (наприклад, у системі блокчейн перерахувати більше 6 блоків назад неможливо, бо на землі немає таких обчислювальних потужностей, адже ланцюжок продовжує створювати нові блоки кожні 10 хвилин) [3].

Спробуємо проаналізувати можливість використання блокчейну у сучасній системі бухгалтерського обліку. У цієї теорії є як прихильники, так і противники.

Так, Дж. Койн і П. Макмайкл вважають, що це неможливо. Розглядаючи це питання в контексті «проблеми візантійських генералів», для вирішення якої був розроблений блокчейн, вони виявили численні недоліки, що перешкоджають впровадженню блокчейну як інструмента фінансової звітності. Тоді як цифрові валюти на основі блокчейну існують тільки в рамках блокчейну, економічні транзакції існують поза бухгалтерськими записами. Ця відмінність перешкоджає прийнятному рівню верифікації транзакцій з використанням блокчейн-моделі. Крім того, переваги безпеки блокчейну, які роблять його нібито незмінним, неповністю доступні або надійні в умовах бухгалтерського обліку [5, с. 110].

С. Фуллер та А. Маркелевич зазначають, що унікальні потреби бухгалтерської інформаційної системи можуть не відповідати блокчейну в тому вигляді, у якому він існує сьогодні. Блокчейн може принести багато переваг, особливо щодо надійності даних та аудиту фінансової звітності, але існують кілька факторів, які піднімають питання про те, чи буде блокчейн коли-небудь істотно інтегрований у функцію бухгалтерського обліку. Головною з цих проблем є масштабованість технології за прийнятної вартості. Тоді як значні інвестиції були й будуть зроблені для подальшого розвитку бізнес-додатків блокчейну, згідно з оцінкою авторів, прихильники інтеграції блокчейну в бухгалтерському обліку ще не зробили економічного обґрунтування для цього [6, с. 9].

Однак С. Гьоктен і Б. Йосдорган, навпаки, вважають технологію блокчейну дуже перспективною стосовно майбутнього бухгалтерського обліку, особливо в розвитку більш прогресивного програмного забезпечення [7, с. 429].

Нова технологія дасть змогу ефективно боротися з шахрайством і значно розширить можливість регулюючих органів відстежувати діяльність організації, зробить облік прозорим, дасть змогу вести його в реальному часі. Ухилення від сплати податків буде легко виявлятися й стане просто неможливим, якщо всі угоди й транзакції будуть оцифровані. Ця мережа буде протоколювати всі дії сторін і не дасть можливості створення тіньових схем.

Факти господарської діяльності окремих юридичних осіб будуть оцифровані, зберігатися в блокчейні й відображатися на спеціальній платформі,

яка сама розрахує податок. Наприклад, факт реалізації товару буде потрапляти в платформу на підставі смарт-контрактів (електронний протокол, вбудований у блокчейн), коли всі сторони угоди підтвердять факт згодою. Після підтвердження сторін, так званого консенсусу, дані будуть передані в регулюючий орган і пропишуться в блокчейн-платформі [8, с. 142].

Існує вірогідність, що ця технологія зведе роботу бухгалтерії практично нанівець, оскільки операції будуть відображатися в системі без участі співробітників, що знизить витрати на утримання штату працівників і позбавить від помилок, які стають наслідком людського фактору [9, с. 77].

Окремо необхідно акцентувати увагу на збереженні інформації в мережі блокчейн серед переваг цієї технології. На практиці зустрічаються випадки, коли документи втрачені або податковою, або платником податків, наслідком чого є необґрунтоване донарахування податків, штрафів, пені тощо. Блокчейн гарантує збереження інформації за рахунок того, що інформація не зберігається в одному місці, її неможливо змінити. Такі ситуації стануть просто неможливими.

Однак необхідно визнати, що сьогодні технологія ще дуже сира й не позбавлена недоліків. У багатьох блокчейн-платформах є ймовірність помилок, які хакери можуть використовувати для досягнення своїх цілей. Повсюдне використання відкритого блокчейну зараз також неможливо. Старі технології поки що безпечніші [10, с. 437].

Також залишається проблема завеликої вартості цієї технології. Необхідно створити розподілену мережу комп'ютерів, для підтримки роботи майнерів необхідні великі енерговитрати, а також кожен комп'ютер мережі повинен виділити достатньо пам'яті для зберігання всіх даних блокчейну. На відміну від смарт-контрактів, йдеться про дуже великі обсяги даних, отже, звичайний відкритий блокчейн буде неефективним для досягнення цих цілей [11, с. 14].

Слід відзначити також особливості нормативного регулювання в галузі бухгалтерського обліку. Нині все ще існує дуже багато спірних моментів у законодавстві. Часто відбуваються випадки, коли публікуються роз'яснення з різними точками зору на один і той самий аспект обліку. Саме неоднозначність нормативної бази може бути перешкодою для впровадження блокчейн-платформи в обліковій сфері.

На нашу думку, необхідний плавний перехід на нові технології під час контакту влади та бізнесу, що, швидше за все, буде відбуватися. Трансформація економіки до більш цифрової займе не один рік, але відслідковується тенденція того, що паперові документи підуть у минуле. Вже зараз електронний документообіг спростив роботу фахівців багатьох сфер, перш за все бухгалтерів.

Сучасний світ пропонує багато варіантів програмного забезпечення для організації обліку, але у всьому цьому достатку автоматизації на поточний момент саме технологія блокчейн виглядає дуже перспективною для податкового обліку й контролю.

Висновки з проведеного дослідження. На підставі всього наведеного нами були зроблені висновки, що технологія блокчейну ще не скоро буде впроваджена в систему вітчизняного бухгалтерського обліку. Розвиток інформаційних технологій загалом та блокчейну зокрема буде все більше проникати в усі сфери економіки. При цьому навіть у перспективі блокчейн не замінить традиційний бухгалтерський облік, а лише доповнить його. Так, його вплив буде найбільш помітним у сфері контролю за розрахунками між різними контрагентами або з державою, а також блокчейн може бути гарантом збереження інформації. Найближчим часом питання ролі блокчейну в бухгалтерському обліку буде розвиватися та заслуговує на подальші дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Parkins D. Blockchains – The great chain of being sure about things. *The Economist*. 2015. URL: https://www.economist.com/briefing/2015/10/31/the-great-chain-of-being-sure-about-things (дата звернення: 10.02.2020).

2. Щотакеблокчейн?URL:https://bankchart.com.ua/finansoviy_gid/investitsiyi/statti/scho_take_blokcheyn (дата звернення: 10.02.2020).

3. Что такое Блокчейн (Blockchain)? Технология распределенного реестра простыми словами. URL: https://mining-cryptocurrency.ru/blockchain (дата звернення: 10.02.2020).

4. Прохоров М.В. Як блокчейн змінить бухгалтерію. *БУХГАЛТЕР & ЗАКОН*. 2019. № 47–48. URL: http://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ012012 (дата звернення: 10.02.2020).

5. Coyne J.G., McMickle P.L. Can Blockchains Serve an Accounting Purpose? *Journal of Emerging Technologies in Accounting*. 2017. Fall. Vol. 14. No. 2. P. 101–111.

6. Fuller S.H., Markelevich A. Should accountants care about blockchain? *J Corp Acct Fin*. 2019. P. 1–13.

7. Gökten S., Özdoğan B. The Doors Are Opening for the New Pedigree: A Futuristic View for the Effects of Blockchain Technology on Accounting Applications. *Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems Transformational Design and Future of Global Business*. 2020. P. 425–438.

8. Попівняк Ю.М. Технологія блокчейн у бухгалтерському обліку й аудиті: сучасний стан, можливості та перспективи застосування. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 3 (89). С. 137–144.

9. Дубініна М.В., Сирцева С.В., Буганов О.В., Тусова Н.О. Blockchain-технологія як засіб трансформації бухгалтерського обліку. *Modern Economics*. 2018. № 12. С. 75–80.

10. Ілляшенко К.В. Трансформація вітчизняної економіки: обліково-аналітичний аспект. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 38. С. 433–439.

11. Мельниченко О.В., Гартінгер Р.О. Роль технології блокчейн у розвитку бухгалтерського обліку та аудиту. *EUROPEAN COOPERATION*. 2016. № 7 (14). С. 9–19.

REFERENCES:

1. Parkins D. (2015) Blockchains –The great chain of being sure about things. *The Economist*. Available at: https://www.economist.com/briefing/2015/10/31/the-great-chain-of-being-sure-about-things (accessed 10 February 2020).

2. Scho take Blokcheyn? [What is the blockchain?] Available at: https://bankchart.com.ua/finansoviy_gid/investitsiyi/statti/scho_take_blokcheyn (accessed 22 February 2020).

3. Chto takoe Blokcheyn (Blockchain)? Tehnologiya raspredelennogo reestra prostyimi slovami [What is Blockchain? Distributed registry technology in simple words]. Available at: https://mining-cryptocurrency.ru/blockchain (accessed 22 February 2020).

4. Prokhorov M.V. (2019) Yak blokchein zminyt bukhhalteriiu [How blockchain will change accounting]. *BUKhHALTER&ZAKON*, no. 47–48. Available at: http://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ012012 (accessed: 22 February 2020).

5. Joshua G. Coyne and Peter L. McMickle (2017) Can Blockchains Serve an Accounting Purpose? *Journal of Emerging Technologies in Accounting*. Vol. 14, no. 2, pp. 101–111.

6. Fuller, S.H., Markelevich, A. (2019) Should accountants care about blockchain? J Corp Acct Fin, pp. 1–13.

7. Soner Gökten and Burak Özdoğan (2020) The Doors Are Opening for the New Pedigree: A Futuristic View for the Effects of Blockchain Technology on Accounting Applications. Digital Business Strategies in Blockchain Ecosystems Transformational Design and Future of Global Business, pp. 425–438.

8. Popivniak Yu.M. (2019) Tekhnolohiia blokchein u bukhhalterskomu obliku y audyti: suchasnyi stan, mozhlyvosti ta perspektyvy zastosuvannia [Blockchain technology in accounting and audit: current state, opportunities and prospects of application]. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, no. 3 (89), pp. 137–144.

9. Dubinina M.V., Syrtseva S.V., Buhanov O.V., Tusova N.O. (2018). Blockchain-tekhnolohiia yak zasib transformatsii bukhhalterskoho obliku [Blockchain technology as a means of transforming accounting]. *Modern Economics*, no. 12, pp. 75–80.

10. Illiashenko K.V. (2019) Transformatsiia vitchyznianoi ekonomiky: oblikovo-analitychnyi aspekt [Transformation of the domestic economy]. *Market infrastructure*, no. 38, pp. 433–439.

11. Melnychenko O.V., Hartinher R.O. (2016) Rol tekhnolohii blokchein u rozvytku bukhhalterskoho obliku ta audytu [The role of blockchain technology in the development of accounting and auditing]. *EUROPEAN COOPERATION*, no. 7 (14), pp. 9–19.

ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЯМИ ВИПЕРЕДЖАЮЧОГО НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА[1]

FUNDAMENTALS OF THE MECHANISM OF MANAGEMENT OF THE ADVANCED SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT STRATEGIES OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

УДК 658:330.341.1
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-36

Ілляшенко Н.С.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики
та маркетингового менеджменту
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»;
старший науковий співробітник
Сумський державний університет

Illiashenko Nataliia
National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute";
Sumy State University

У статті визначено підрозділи промислового підприємства, які задіяні в управлінні стратегіями його випереджаючого інноваційного розвитку. Визначено їх функції, окреслено види управлінських дій, які виконуються цими підрозділами для виконання кожної з функцій. Розроблено матричну організаційну структуру управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку промислового підприємства. Запропоновано сформувати чотири проєктні групи для реалізації комплексів однорідних функцій організаційно-економічного механізму управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку, а саме для аналізу зовнішніх умов інноваційної діяльності, аналізу внутрішніх умов підприємства, управління знаннями, управління стратегіями. Окреслено склад фахівців функціональних підрозділів, що входять до кожної з чотирьох виділених проєктних груп, а також закріплені за ними управлінські дії. Визначено порядок процедур реалізації функцій зазначеного механізму. Виконано системний аналіз та узагальнення можливих конфліктів в інноваційному процесі на промисловому підприємстві. За їх результатами виділено дві групи конфліктів, а саме внутрішньо організаційні (внутрішні) та міжорганізаційні (зовнішні). Запропоновано можливі способи їх вирішення.

Ключові слова: *механізм, стратегії розвитку, випереджаючий розвиток, промислові підприємства, управління стратегіями.*

В статье определены подразделения промышленного предприятия, которые задействованы в управлении стратегиями его опережающего инновационного развития. Определены их функции, обозначены виды управленческих действий, которые выполняются этими подразделениями для выполнения каждой из функций. Разработана матричная организационная структура управления стратегиями опережающего инновационного развития промышленного предприятия. Предложено сформировать четыре проектные группы для реализации комплексов однородных функций организационно-экономического механизма управления стратегиями опережающего инновационного развития, а именно для анализа внешних условий инновационной деятельности, анализа внутренних условий предприятия, управления знаниями, управления стратегиями. Определен состав специалистов функциональных подразделений, входящих в каждую из четырех выделенных проектных групп, а также закрепленные за ними управленческие действия. Определен порядок процедур реализации функций указанного механизма. Выполнены системный анализ и обобщение возможных конфликтов в инновационном процессе на промышленном предприятии. По их результатам выделены две группы конфликтов, а именно внутриорганизационные (внутренние) и межорганизационные (внешние). Предложены возможные способы их решения.

Ключевые слова: *механизм, стратегии развития, опережающее развитие, промышленные предприятия, управление стратегиями.*

The article identifies subdivisions of an industrial enterprise that are involved in managing the strategies of its advanced innovative development. Their functions are defined; the types of management actions performed by these units for each of the functions are outlined. The matrix organizational structure of management of strategies of advanced innovative development of industrial enterprise is developed. It is proposed to form four project teams for the implementation of complexes of homogeneous functions of organizational and economic mechanism for managing the strategies of advanced innovative development: analysis of external conditions of innovation activity, analysis of internal conditions of the enterprise, knowledge management, and strategy management. The composition of the specialists of functional units within each of the four selected project groups is outlined, as well as the management actions assigned to them. The procedure for implementing the functions of the specified mechanism, which corresponds to the system map developed by the author of strategic enterprise management, has been determined. It envisages the consistent application of strategic management approaches highlighted in the system map, which proves the scientific validity of the fundamental aspects of the developed organizational and economic mechanism. From this, project teams 1, 2 and 3 use strategic management approaches based on the use of external and internal competitive advantages. And project group 4 uses basic approaches: cost- and profit-oriented, project and planned. A systematic analysis and generalization of possible conflicts in the innovation process at an industrial enterprise is performed. According to their results, two groups of conflicts are identified: internal organizational (internal), which are manifested directly in the enterprise-innovator; inter-organizational (external) manifested in the process of interaction between the subjects of the innovation process: economic counterparties and contact audiences of the innovator. Possible ways to solve them are suggested.

Key words: *mechanism, development strategies, advance development, industrial enterprises, strategy management.*

Постановка проблеми. Сьогодні вітчизняним промисловим підприємствам варто шукати такі напрями розвитку, які б не повторювали досвід передових компаній світу, а були значно кращими й спрямованими на інноваційне прискорення. У зв'язку з цим актуалізується питання формування стратегій випереджаючого інноваційного розвитку для промислових підприємств та механізму управління ними. Світовий досвід свідчить про те, що нині серед функцій управління чільне

[1] Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми ««Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств» (№ ДР 0117U003928)

місце посідає організаційна, а її важливість зростає. У цьому контексті необхідним є дослідження організаційних аспектів механізму управління стратегіями випереджаючого науково-технологічного розвитку промислового підприємства. Аналіз діяльності підприємств – лідерів інноваційного розвитку свідчить про те, що на них в інноваційному процесі задіяні практично всі підрозділи, які діють взаємоузгоджено. Цим пояснюється висока ефективність їх інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти формування організаційно-економічного механізму управління випереджаючим інноваційним розвитком підприємств досліджували такі науковці, як О.Б. Бойко [1], М.В. Бугайова [2], В.Г. Воронкова [3], Л.В. Дерманська [4], В.І. Захарченко [5], Н.М. Корсікова [6], П.П. Микитюк [7], Е.К. Мусаєв [8], І.Г. Онищук [9], Г.М. Розум [10], Б.Г. Сенів [11], О.Г. Шевлюга [12], Ю.С. Шипуліна [13]. Однак в роботах цих учених не розглядається цілісний підхід до процесу управління стратегіями випереджаючого науково-технологічного розвитку, а також не розкриваються організаційні аспекти функціонування зазначеного механізму.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження ролі підрозділів типового промислового підприємства у забезпеченні успіху його інноваційного розвитку, зокрема ефективного управління стратегіями інноваційного розвитку в сучасних умовах зміни технологічних укладів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У табл. 1 систематизовано функції підрозділів промислового підприємства, які задіяні в управлінні стратегіями його випереджаючого інноваційного розвитку. Символами в табл. 1 позначено дії щодо виконання підрозділами підприємства виділених функцій (Р – управлінські рішення; І – інформаційне забезпечення управлінських рішень; У – узгодження управлінських рішень; В – виконання рішень, К – контроль рішень). Затіненням виділено групи функцій управління випереджаючим інноваційним розвитком промислового підприємства,

Таблиця 1

Розподіл функцій ОЕМУСВІР промислового підприємства, а також управлінських дій між його підрозділами

Основні функції	Підрозділи і окремі особи										
	Вищий менеджмент	Фінансово-економічні	Маркетингу	Технологічні	Конструкторські	Науково-дослідні	Виробничі	Інформаційно-аналітичні	Кадрів	Юридичні	Екологічні
Аналіз зовнішніх умов:	Р, К	У								У	І
- зовнішнього макросередовища			В, І								
- зовнішнього мікросередовища			В, І								
- інноваційної культури держави								В, І			
- світових тенденцій НТП								В, І			
- галузевих тенденцій НТП				І	І	І		В, І			
- тенденцій НТП на цільових ринках (НТП у галузях споживачів)			В, І					В, І			
- тенденцій попиту на цільових ринках			В, І								
Аналіз підприємства:	Р, К	У								У	У
- потенціалу інноваційного розвитку (складових)		І	У, І	І	І	І	І	В, І	І		
- інноваційної культури							І	В, І	І		
Управління знаннями:	Р, К	У								У	У, І
- продукування (отримання) знань		І	В, І	І	І	В, І	І	І	І		
- використання знань		І	В	В	В	В	В	І	В		
Управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку	Р, К	У								У	У
- визначення напрямів інноваційного розвитку галузі			В, І	І	І	І		В, І			
- визначення напрямів інноваційного розвитку підприємства			В	І	І	В	В	І	В		
- типу стратегії інноваційного розвитку			В	І	І	В	В	І	І		
- варіантів обраної стратегії			В	І	І	В	В	І	І		

Джерело: авторська розробка

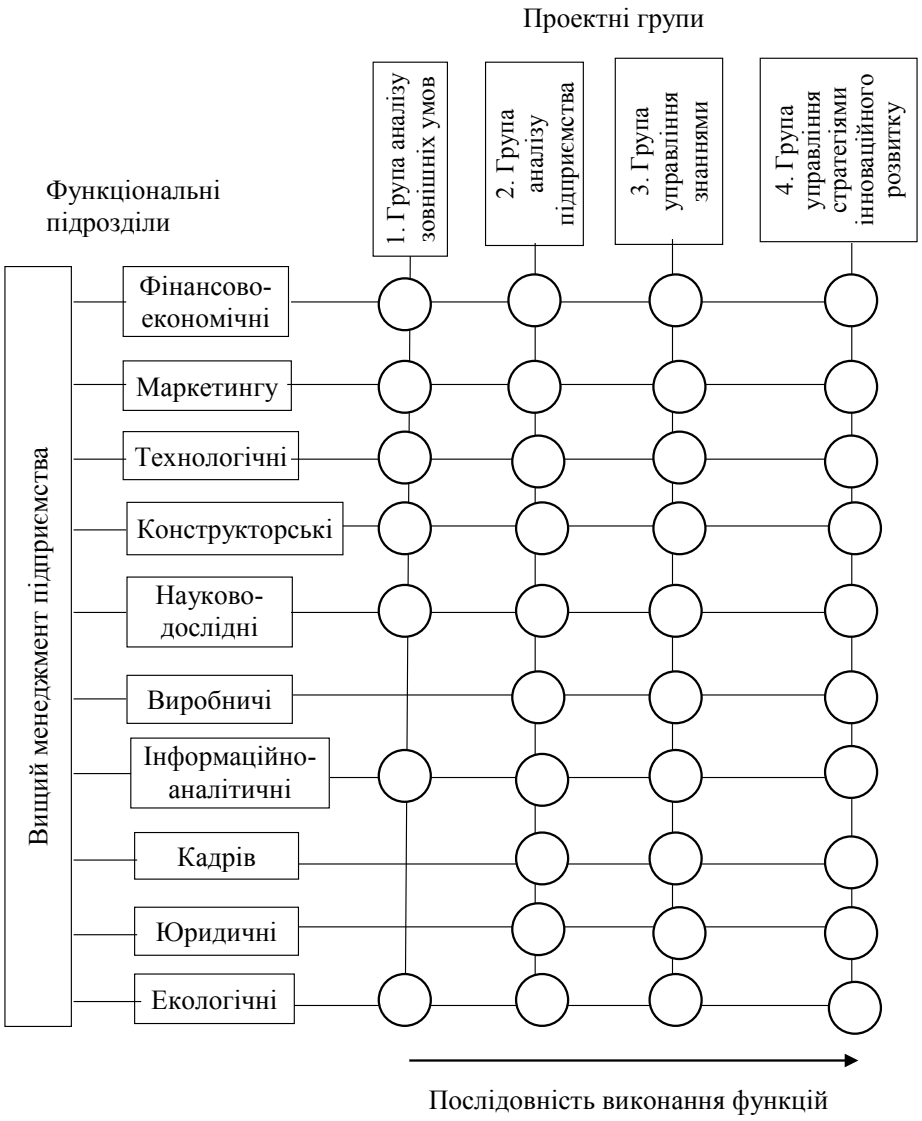


Рис. 1. Організаційна структура управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку підприємства

Джерело: авторська розробка

зміст яких розкрито нижче. Позначені у затінених рядках управлінські дії виконуються для всієї групи функцій.

Спираючись на дані табл. 1, автор побудував організаційну структуру виконання функцій (функціонування) організаційно-економічного механізму управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку (ОЕМУСВІР), яка представлена на рис. 1. Групи функцій, що позначені у табл. 1, запропоновано закріпити за проєктними групами до яких входять окремі фахівці функціональних підрозділів підприємств (рис. 1). Зі схеми на рис. 1 випливає, що фактично організаційна структура реалізації функцій ОЕМУСВІР є проєктно-матричною.

Така організаційна структура має низку важливих переваг, особливо з позицій досягнення цілей управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку підприємства, а також чіткості та якості виконання зазначених у табл. 1 функцій, які покладаються на безпосередніх виконавців проєктів, керівників проєктних груп, керівників підприємства та його функціональних підрозділів.

Матрична організаційна структура реалізації функцій ОЕМУСВІР передбачає залучення до проєктних груп кваліфікованих фахівців різних підрозділів підприємства. У ході виконання завдань ОЕМУСВІР вони набувають досвіду в суміжних галузях знань. При цьому більшістю фахівців добре сприймається можливість творчого виконання закріплених за ними конкретних завдань, які вирішуються в межах запропонованої проєктно-орієнтованої матричної структури, а це є додатковим елементом мотивації інтелектуально-креативної діяльності персоналу проєктних груп.

Аналіз та узагальнення інформації, що подана в табл. 1 та на рис. 1, дає змогу уточнити функції фахівців функціональних підрозділів, що входять до кожної з чотирьох виділених проєктних груп.

Таблиця 2

Можливі конфлікти інноваційного процесу та основні підходи до їх вирішення

Можливий конфлікт	Підхід до розв'язання
Внутрішньо організаційні конфлікти	
Внутрішньо особистісний, спричинений суперечливістю вимог до члена проєктної групи або тим, що вони суперечать його інтересам (цінностям)	Формування сприятливої інноваційної культури; ретельний добір персоналу; роз'яснення й коригування вимог з урахуванням цінностей працівника тощо.
Міжособистісний, спричинений протиріччями в інтересах членів проєктних груп	Формування сприятливої інноваційної культури; стимулювання спільного вирішення конфлікту; формулювання загальної комплексної мети; звертання до спільного керівника; формування системи винагород, що стимулює співпрацю; згладжування, компроміс, збільшення доступних ресурсів, усунення людського фактору, зміна структури команди, пошук спільного ворога; ретельний добір персоналу.
Між проєктною групою та її окремим членом	Формування сприятливої інноваційної культури; вирішення проблеми керівником; усунення людського фактору; зміна структури команди, пошук спільного ворога; ієрархія повноважень; ретельний добір персоналу.
Між проектними групами або їх структурними підрозділами	Формування сприятливої інноваційної культури; звертання до спільного керівника; формулювання загальної комплексної мети; впорядкування взаємодії груп (підрозділів), порядку прийняття рішень, інформаційних потоків тощо; зміна структури груп або підприємства; усунення людського фактору; ретельний добір персоналу.
Конфлікти інтересів суб'єктів інноваційного процесу	
Протиріччя інтересів суб'єктів інноваційного процесу	Ретельний аналіз інтересів суб'єктів та їх урахування у вибраних стратегіях інноваційного розвитку (п. 4.4).
Недостатня зацікавленість суб'єкта (суб'єктів) у співпраці з підприємством-інноватором	Ретельний аналіз інтересів і розроблення заходів щодо їх стимулювання.
Зміни інтересів суб'єктів інноваційного процесу	Аналіз інтересів і стимулювання співпраці (обмін акціями, надання знижок (наприклад, збутовим посередникам), формування програм лояльності тощо).

Джерело: узагальнено автором на основі [15–18]

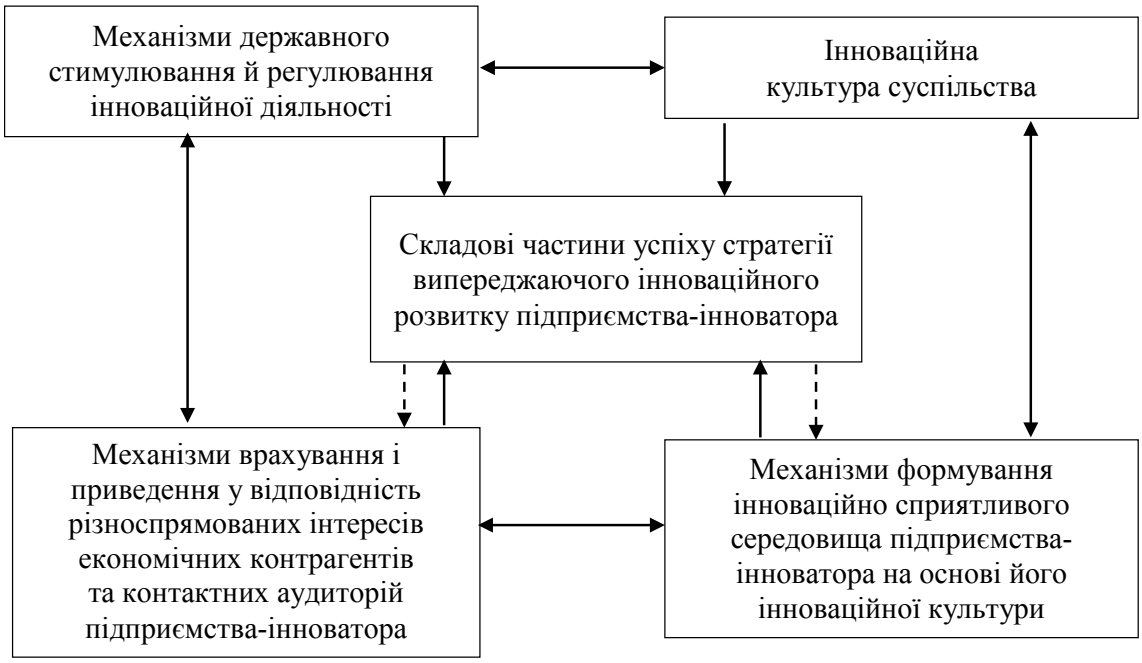


Рис. 2. Система механізмів стимулювання інноваційної діяльності підприємства

Джерело: авторська розробка

Слід також зазначити інший аспект організації управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку підприємства. На рис. 1 автором позначено послідовність реалізації функцій ОЕМУСВІР, яка відповідає поданій у джерелі [14] системній карті стратегічного управління підприємством. Вона передбачає (як це зазначено на рис. 1) послідовне використання таких підходів до стратегічного управління:

– тих, що базуються на використанні зовнішніх і внутрішніх конкурентних переваг (підходи другого рівня), які реалізують проєктні групи 1, 2 (етап аналізу) та група 3 (етап визначення стратегічних орієнтирів);

– тих, що є базовими (підходи першого рівня), які реалізує проєктна група 4, а саме вартісно й прибутково орієнтовані підходи (етап планування) для розроблення стратегій, а також проєктний та плановий підходи (етапи реалізації стратегій та контролю).

Практика свідчить про те, що ефективне управління стратегічним розвитком, а випереджаючий інноваційний розвиток є таким, передбачає формування належної системи мотивації творчої, креативної праці персоналу підприємства, а також його економічних контрагентів і контактних аудиторій.

Вибрані стратегії інноваційного розвитку повинні також максимально враховувати сприятливі дії механізмів державного регулювання й стимулювання інноваційної діяльності, одним з важливих складників є соціокультурний механізм регулювання інноваційної поведінки суспільства, а саме його інноваційна культура.

Як показано в роботі Ю.С. Шипуліної [13], для активізації інноваційної діяльності й забезпечення її високої ефективності необхідним є формування інноваційно сприятливого середовища, основу якого становить інноваційна культура підприємства, яка повинна взаємодіяти з інноваційною культурою суспільства.

Загалом ефективність стратегій інноваційного розвитку підприємства безпосередньо залежить від ступеня врахування різноспрямованих інтересів його економічних контрагентів, а також контактних аудиторій. Методичні засади оцінювання та врахування інтересів економічних контрагентів та контактних аудиторій під час розроблення та оптимізації стратегій інноваційного розвитку підприємства-інноватора викладені в роботі [15]

На рис. 2 автором подано схему взаємодії зазначених складових частин забезпечення успіху стратегій випереджаючого інноваційного розвитку підприємства.

Пунктиром на рис. 2 показано зворотні зв'язки, що враховують дієвість механізмів стимулювання інноваційної діяльності на рівні підприємства та внесення до них коректив за результатами оцінювання дієвості.

Як засвідчує вітчизняний і зарубіжний досвід, перехід на шлях інноваційного розвитку пов'язаний з конфліктами, що спричинені зіткненням інтересів як персоналу підприємства-інноватора, так і економічних контрагентів контактних аудиторій цього підприємства (суб'єктів інноваційного процесу).

У табл. 2 подано узагальнення можливих конфліктів в інноваційному процесі, а також можливих способів їх вирішення.

Викладені у табл. 2 результати дослідження можуть бути використані як методологічна допомога під час ідентифікації та пошуку шляхів розв'язання конфліктів, що пов'язані з управлінням стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку промислового підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнюючи викладене, маємо зробити такі висновки.

1) Систематизовано функції підрозділів промислового підприємства, які задіяні в управлінні стратегіями його випереджаючого інноваційного розвитку. Окреслено види управлінських дій, які здійснюються цими підрозділами для виконання кожної із закріплених за ними функцій.

2) Запропоновано, обґрунтовано матричну організаційну структуру управління стратегіями випереджаючого інноваційного розвитку промислового підприємства. Уточнено функції фахівців функціональних підрозділів, що входять до кожної з чотирьох виділених проєктних груп.

3) Визначено послідовність реалізації функцій ОЕМУСВІР, яка відповідає розробленій автором системній карті стратегічного управління підприємством. Вона передбачає послідовне застосування виділених у системній карті стратегічного управління підходів до стратегічного управління, що підтверджує наукову обґрунтованість розробленого ОЕМУСВІР.

4) Сформовано схему взаємодії механізмів стимулювання інноваційної діяльності промислового підприємства. Вона об'єднує в єдиний комплекс механізми різних рівнів узагальнення, а саме державного й окремого підприємства.

5) Виконано аналіз та узагальнення можливих конфліктів в інноваційному процесі, що реалізує промислове підприємство. Запропоновано можливі способи їх вирішення. Автором виділено дві групи конфліктів, а саме внутрішньо організаційні, що проявляються в межах підприємства-інноватора, та ті, що проявляються в процесі взаємодії суб'єктів інноваційного процесу, таких як економічні контрагенти та контактні аудиторії підприємства-інноватора.

Отримані наукові результати, висновки й рекомендації разом розкривають організаційні аспекти функціонування механізму управління стратегіями випереджаючого науково-технологічного розвитку промислового підприємства. Подальші

дослідження повинні бути спрямованими на апробацію авторських розробок у практичній діяльності промислових підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бойко О.Б. Комбіновані підходи до управління чинниками інноваційної діяльності машинобудівного підприємства : дис. … канд. екон. наук : спец. 08.00.04 ; Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя. Тернопіль, 2015. 234 с.
2. Бугайова М.В. Інноваційний розвиток підприємства. Кіровоград, 2014. 315 с.
3. Воронкова В.Г. Теоретичні засади управління інноваційним процесом в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2008. № 628. С. 417–423.
4. Дерманська Л.В. Економічний механізм управління інноваційним розвитком підприємств харчової промисловості : дис. … канд. екон. наук : спец. 08.00.04 ; Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль, 2013. 217 с.
5. Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 448 с.
6. Корсікова Н.М. Організаційно-економічний механізм управління інноваційним розвитком підприємства в сучасних умовах. *Економіка харчової промисловості*. 2009. № 3. С. 8–11.
7. Микитюк П.П, Крисько Ж.Л., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Скочиляс С.М. Інноваційний розвиток підприємства : навчальний посібник. Тернопіль : Принтер Інформ, 2015. 224 с.
8. Мусаєв Е.К. Формування інноваційного механізму управління розвитком АПК регіону. *Економічна наука*. 2017. № 5. С. 93–97. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2013/27.pdf (дата звернення: 21.01.2020).
9. Онищук І.Г. Формування інноваційної моделі інвестиційної політики регіону : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.10.01 ; Харківська національна академія міського господарства. Харків, 2005. 213 с.
10. Розум Г.М. Формування механізмів державного управління інноваційним розвитком регіону: світовий досвід. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2017. № 2. С. 110–115.
11. Микитюк П.П., Сенів Б.Г. Інноваційна діяльність : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 392 с.
12. Шевлюга О.Г. Організаційно-економічні засади управління техніко-технологічним розвитком машинобудівного підприємства : дис. … канд. екон. наук : спец. 08.00.04 ; Сумський державний університет. Суми, 2015. 212 с.
13. Шипуліна Ю.С. Методологічні засади формування інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві : дис. … докт. екон. наук : спец. 08.00.04 ; НТУ «ХПІ». Харків, 2018. 525 с.
14. Ілляшенко Н.С., Мельник Ю.М., Шипуліна Ю.С. Формування «системної карти» стратегічного управління розвитком підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 1 (187). С. 119–128.
15. Ілляшенко Н.С., Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Методичний підхід до аналізу і задоволення інтересів суб'єктів інноваційної діяльності організації в умовах їх імовірнісної оцінки. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 146–151. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/24.pdf (дата звернення: 10.02.2020).
16. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент : підручник. Суми : ВТД «Університетська книга», 2010. 334 с.
17. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком : навчальний посібник. Суми : ВТД «Університетська книга» ; Київ : Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. 324 с.
18. Ілляшенко С.М., Голишева Є.О., Колодка А.В. Управління інтелектуальним капіталом підприємства : монографія. Суми : ТОВ «Триторія», 2017. С. 80–191.

REFERENCES:

1. Boyko, O.B. (2015), "Combined approaches for factors management in the innovation activity of engineering enterprise". Abstract of Doctor of Science dissertation, Economy, Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine.
2. Bugaeva, M.V. (2014), *Innovatsiinyi rozvytok pidpryiemstva* [Innovative development of the enterprise], Kirovograd, Ukraine.
3. Voronkova, V.G. (2008), "Theoretical foundations of innovation process management in Ukraine", *Visnyk Nats. un-tu "Lvivska politekhnika". Problemy ekonomiky ta upravlinnia*, vol. 628, pp. 417–423.
4. Dermanska, L.V. (2013), "Economic mechanism of management of innovative development of the enterprises of the food industry", Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine.
5. Zakharchenko, V.I., Korsikova, N.M. and Merkulov, M.M. (2012), *Innovatsiinyi menedzhment: teoriia i praktyka v umovakh transformatsii ekonomiky* [Innovative management: methodology and practice in the conditions of economic transformation], Center for Educational Literature, Kiev, Ukraine.
6. Korsikova, N.M. (2009), "Organizational and economic mechanism of management of innovative development of the enterprise in modern conditions", *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 3, pp. 8–11.
7. Mykytyuk, P.P., Krysko, J.L, Ovsyanuk-Berdadina, O.F. and Skochilyas, S.M. (2015), *Innovatsiinyi rozvytok pidpryiemstva* [Innovative enterprise development], Printer Inform, Ternopil, Ukraine.
8. Musayev, E.K. (2017), "Formation of innovative mechanism of management of development of agroindustrial complex of the region". *Ekonomichna nauka*, vol. 5, pp. 93–97. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2013/27.pdf (accessed 21 January 2020).
9. Onishchuk, I.G. (2005), "Formation of innovative model of investment policy of the region". Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, Kharkiv National Academy of Urban Economy, Kharkiv, Ukraine.
10. Rozum, H.M. (2017), "Formation of mechanisms of state management of innovative development of

the region: world experience". *Publichne upravlinnia ta mytne administruvannia*, vol. 2, pp. 110–115.

11. Mykytyuk, P.P., Seniv, B.G. (2009), *Innovatsiina diialnist* [Innovative activity], Center for Educational Literature, Kiev, Ukraine.

12. Shevlyuga, O.G. (2015), "Organizational and economic principles of management of technological and technological development of machine-building enterprise". Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, Sumy State University, Sumy, Ukraine.

13. Shipulina, Y.S. (2018), "Methodological bases of formation of innovative and favorable environment at the enterprise". Abstract of Doctor of science dissertation, Economy, NTU "KPI", Kharkiv, Ukraine.

14. Illiashenko, N.S, Melnyk, Yu.M., Shipulina, Yu.S. (2017), "Formation of "system map" of strategic management of enterprise development". *Aktualni problemy ekonomiky*, vol. 1 (187), pp. 119–128.

15. Illiashenko, N.S., Illiashenko, S.M., Shipulina, Yu.S. (2019), "Methodical approach to analysis and ensuring interests of subjects of innovative activity of the organization in the conditions of their probabilistic assessment", *Infrastruktura rynku*, vol. 30, pp. 146–151. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/24.pdf (accessed 10 February 2020).

16. Illiashenko, S.M. (2010), *Innovatsiinyi menedzhment* [Innovation management], VTD "Universytetska knyha", Sumy, Ukraine.

17. Illiashenko, S.M. (2005), *Upravlinnia innovatsiinym rozvytkom* [Management of innovative development], VTD "Universytetska knyha" ; Vydavnychyi dim "Kniahynia Olha" , Sumy, Kiev, Ukraine.

18. Illiashenko, S.M., Golysheva, Ye.O., Kolodka, A.V. Upravlinnia intelektualnym kapitalom pidpryiemstva [Management of intellectual capital of the enterprise], TOV "Trytoriia", Sumy, Ukraine.

ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ ПРАЦІ БУДІВЕЛЬНИХ РОБІТ
FEATURES OF REMUNERATION OF LABOUR OF CONSTRUCTION-WORKS

УДК 69.003
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-37

Кадол Л.В.
к.т.н., доцент,
доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами
Криворізький національний університет

Kadol Larisa
Kriviy Rig National University

У статті розглянуто характерні відмінності регулювання формування заробітної плати та визначення рівня продуктивності праці під час виконання будівельно-монтажних робіт та співвідношення їх рівнів і рівнів у промисловості та народному господарстві загалом. Проаналізовано динаміку середньої заробітної плати в будівництві порівняно з її зміною в промисловості та усього по народному господарству, а також індекс зміни кожного року до 2010 року. Визначено актуальність дослідження питання взаємозв'язку продуктивності праці й заробітної плати в будівництві. Оскільки будівельна галузь має безліч «білих плям» у питаннях дозволу, оформлення, нормування, контролю та отримання результатів, то реформування, яке розпочав впроваджувати уряд, є актуальним. Як висновок потрібно запропонувати залучення у вирішення численних питань щодо реформування нормативно-законодавчої бази діяльності будівельної організації досвідчених науковців та практиків, органів місцевої влади та представників громадських організацій.

Ключові слова: *заробітна плата, продуктивність праці, будівельні роботи, реформування, актуальність.*

В статье рассмотрены характерные отличия регулирования формирования заработной платы и определения уровня производительности труда при выполнении строительно-монтажных работ и соотношения их уровней и уровней в промышленности и народном хозяйстве вообще. Проанализирована динамика средней заработной платы в строительстве по сравнению с ее изменением в промышленности и всего по народному хозяйству, а также индекс изменения каждого года к 2010 году. Определена актуальность исследования вопроса взаимосвязи производительности труда и заработной платы в строительстве. Поскольку строительная отрасль имеет огромное количество «белых пятен» в вопросах разрешения, оформления, нормирования, контроля и получения результатов, то реформирование, которое начало внедрять правительство, является актуальным. Как вывод необходимо предложить привлечение в решение многочисленных вопросов по реформированию нормативно-законодательной базы деятельности строительной организации опытных ученых и практиков, органов местной власти и представителей общественных организаций.

Ключевые слова: *заработная плата, производительность труда, строительные работы, реформирование, актуальность.*

In the article the characteristic differences of adjusting of forming of salary and determination of level of the labour productivity are considered at implementation building – assembling works and correlation of their levels with levels in industry and national economy in general. A research aim is an analysis of modern factors of influence on a wage and labour productivity level at implementation building – assembling works and correlation of their levels with levels in industry and national economy in general. Characteristic difference of adjusting of forming of salary and determination of level of the labour productivity in building industry from other the industries of national economy "Rules of determination of building cost". It is needed taking into account circumstance that on a wage level at implementation building – assembling works and forming of investor documentation, except regulators – collective agreement, level of minimum wage, regulators personal only for the branch of building industry influence – building – assembling organizations – it and by the ministry of regional development is set wage level for a digit 3.8, and desire of customers and investors to decrease the agreed price and, in spite of everything, to win a tender contractors. Therefore further researches of interdependence of the labour and salary productivity in building are actual and will strengthen the competition platform of productive activity of building organizations. The dynamics of middle salary is analyzed in building as compared to the change of her in industry and all on a national economy and index of change every year to 2010. So as building industry has an enormous amount of white spots in the questions of permission, registration, setting of norms, control and receipt of results, then reformation that began inculcated by a government is actual enough. As a conclusion it is needed to suggest to attract in the decision of numerous questions in relation to reformation normatively – legislative base of activity of building organization of experience scientists and practical workers, local government.

Key words: *salary, labour productivity, construction-works, reformations, actuality.*

Постановка проблеми. Дослідження ефективності оплати праці завжди є актуальним та досить болючим і спірним питанням між усіма суб'єктами господарювання народного господарства, зокрема під час виконання будівельно-монтажних робіт. Алгоритм формування заробітної плати та визначення продуктивності праці під час виконання будівельно-монтажних робіт має значну низку особливостей, які потрібно враховувати під час дослідження цього питання та безпосередньо в практичній діяльності під час формування інвесторської кошторисної документації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну базу дослідження ефективності оплати праці загалом склали роботи таких учених, як І. Ажаман, Д. Богиня, О. Грішнова, А. Зотова, А. Колот, М. Магура, С. Фішер, А. Тараненко, а в будівництві зокрема – праці таких науковців, як В. Биба, Н. Горобій, К. Крикун. Розширилася сфера досліджень взаємозв'язку продуктивності праці й заробітної плати будівельно-монтажних робіт (праці таких науковців, як Г. Адаменко, Е. Гнатченко, І. Демчак, В. Петрик, О. Гончарова, С. Юр'єва).

Актуальним та досить ємним є дослідження С. Юр'євої та Е. Гнатченко, які встановили, що рівень зростання кошторисної заробітної плати пропорційний рівню зміни вартості будівельних робіт, але різниться з ним у бік зменшення, а співвідношення цих показників наближається до розміру кошторисного прибутку. Ствердження авторів щодо сучасної кошторисної заробітної плати, яка скорочує рівень прибутку, дає широке коло для роздумів та рішучих законодавчих дій [1, с. 215–220].

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасних факторів впливу на рівень заробітної плати й продуктивності праці під час виконання будівельно-монтажних робіт та співвідношення їх рівнів і рівнів у промисловості та народному господарстві загалом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Характерна відмінність регулювання формування заробітної плати та визначення рівня продуктивності праці в будівельній галузі під час виконання будівельно-монтажних робіт від інших галузей народного господарства визначена Мінрегіонбудом (в той час – Держбуд) ще у 2000 році, тобто з часу затвердження та введення у дію ДБН Д.1.1-1-2000, чинним сьогодні є ДСТУ Б Д.1.1-1:2013 «Правила визначення вартості будівництва».

За цей уже тривалий час до сучасного моменту Мінрегіонбуд вносив чималі коригування нормативів для визначення як самої вартості будівництва, так і поглядів на формування заробітної плати та розрахунок продуктивності й трудомісткості будівельно-монтажних робіт. Особливо це стосується таких видів робіт, як зведення монолітних конструкцій, оздоблювальні роботи, коли рекомендації Мінрегіонбуду щодо визначення кошторисної вартості, трудомісткості, продуктивність праці та формування заробітної плати динамічно віддзеркалювали економічну ситуацію в країні.

Потрібно враховувати той факт, що на рівень заробітної плати під час виконання будівельно-монтажних робіт і формування інвесторської документації, окрім регуляторів, тобто колективного договору, рівня мінімальної заробітної плати, впливають також регулятори, особисті тільки для гілки будівельної галузі, а саме будівельно-монтажних організацій. Це й встановлений Мінрегіонбудом рівень заробітної плати для розряду 3.8, й бажання замовників та інвесторів зменшити договірну ціну та, незважаючи ні на що, підрядникам виграти тендер.

Отже, подальші дослідження взаємозалежності продуктивності праці й заробітної плати в будівництві досить актуальні та підсилять конкурентну платформу виробничої діяльності будівельних організацій.

Розглянемо динаміку середньої заробітної плати в будівництві порівняно з її зміною в промисловості та всього по народному господарству за 2010–2018 рр. в табл. 1, індекс зміни кожного

Таблиця 1

Динаміка середньомісячної заробітної плати за видами економічної діяльності (у розрахунку на одного штатного працівника), грн.

Вид діяльності	Роки								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Усього	2 250	2 648	3 041	3 282	3 480	4 195	5 183	7 104	8 865
Промисловість	2 578	3 119	3 497	3 774	3 988	4 789	5 902	7 631	9 633
Будівництво	1 777	2 294	2 543	2 727	2 860	3 551	4 731	6 251	7 845

Примітка: дані за 2010–2014 роки наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та м. Севастополя, з 2015 року – також без частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: [2]

Таблиця 2

Індекс зміни середньомісячної заробітної плати за видами економічної діяльності кожного року до 2010 року

Вид діяльності	Роки								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Усього	1	1,18	1,35	1,46	1,55	1,86	2,30	3,16	3,94
Промисловість	1	1,21	1,36	1,46	1,55	1,86	2,29	2,96	3,74
Будівництво	1	1,29	1,43	1,53	1,61	2,00	2,66	3,52	4,41

Джерело: [2]

Таблиця 3

Індекс зміни середньомісячної заробітної плати в будівництві до середньомісячної заробітної плати в промисловості та усього по народному господарству

Вид діяльності	Роки								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Усього	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Промисловість	1,15	1,18	1,15	1,15	1,15	1,14	1,14	1,07	1,09
Будівництво	0,79	0,87	0,84	0,83	0,82	0,85	0,91	0,88	0,88

Джерело: [2]

року до 2010 року в табл. 2, порівняння середньомісячної заробітної плати в будівництві із середньомісячною заробітною платою в промисловості та усього по народному господарству в табл. 3.

Статистичні дані щодо рівня заробітної плати в наведених таблицях свідчать про те, що оплата праці в будівництві є найнижчою за середнє значення по країні та промисловості, але все ж таки темп її зростання у 2018 році порівняно з 2014 роком більше, ніж по країні та промисловості.

Незважаючи на те, що за аналізований період середньомісячна заробітна плата в будівництві постійно зростає навіть більшими темпами, ніж у промисловості та народному господарстві всього, її розмір сягає тільки від 79% до 88% від середньомісячної заробітної плати в народному господарстві.

Ще в працях І. Ажамана та Т. Комлєвої відзначено, що простежується досить негативна тенденція до суттєвого зменшення у ВВП країни частки будівельної галузі, що підтверджено даними табл. 4. Тільки з 2015 по 2018 роки простежується незначне збільшення цього показника, але рівня 2010 року ще не досягнуто, хоча показник частки заробітної плати робітників будівельної галузі значно випереджає цей показник по народному господарству [3]. Ефективність такої динаміки потрібно розглядати разом з динамікою зміни продуктивності праці.

Таблиця 4

Зміна ВВП за категоріями доходу у фактичних цінах, млрд. грн.

Рік	Показники						
	усього ВВП	зокрема, оплата праці найманих працівників	відсоток по підсумку	ВВП в будівництві	частка ВВП в будівництві від загального ВВП	зокрема, оплата праці найманих працівників в будівництві	відсоток по підсумку
2010	1 079,3	518,2	48,0	35,37	6,8	17,43	49,2
2011	1 300,0	610,6	47,0	39,58	6,5	22,30	56,3
2012	1 404,7	705,8	50,2	39,05	5,5	23,16	59,3
2013	1 465,2	730,7	49,9	36,90	5,1	22,12	59,9
2014	1 586,9	735,0	46,3	36,88	5,0	20,99	56,9
2015	1 988,5	777,6	39,1	38,93	5,0	20,06	51,5
2016	2 385,4	873,8	36,6	47,46	5,4	22,41	47,2
2017	2 983,9	1 170,7	39,2	64,43	5,5	31,61	49,1
2018	3 560,6	1 472,3	41,2	81,26	5,5	41,59	51,1

Джерело: [2]

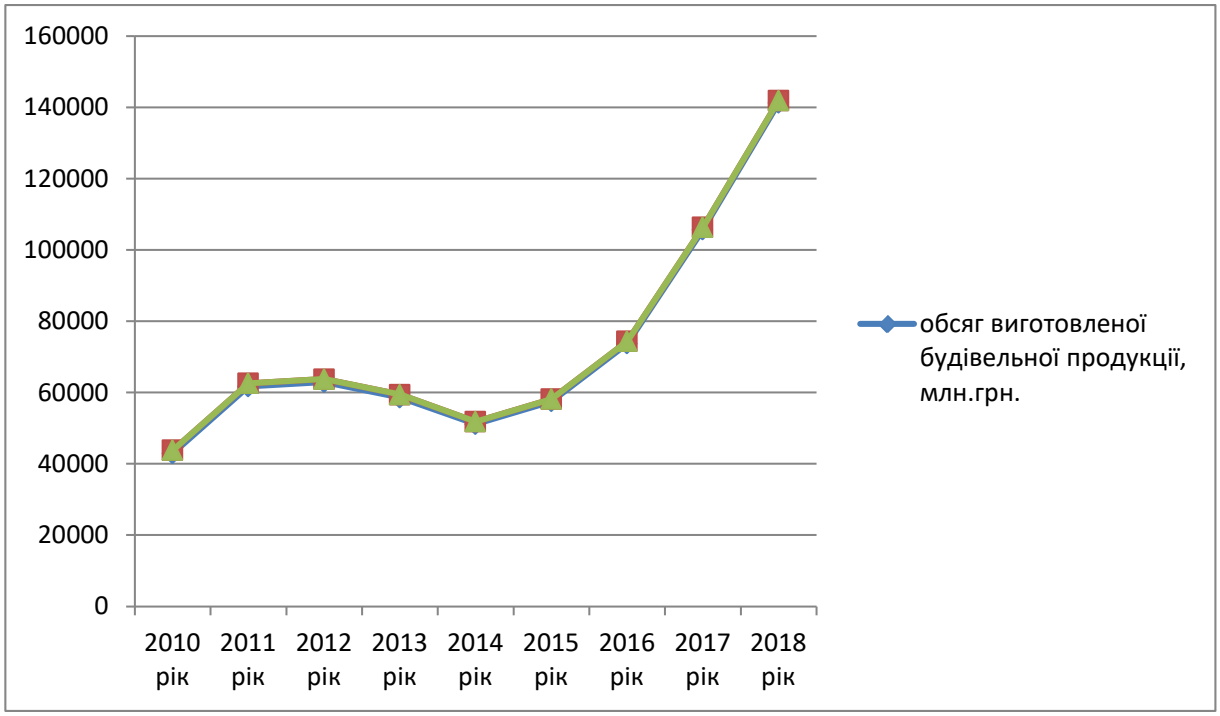


Рис. 1. Динаміка статистичних даних щодо випуску товарів і послуг в будівництві

Джерело: [2]

Обсяг виготовленої будівельної продукції у вартісному вираженні значно збільшився за 2017–2018 роки, незважаючи на значне зменшення працюючих у цій галузі, а саме з 836,4 тис. ос. у 2012 році до 665,3 тис. ос у 2018 році у зв'язку з пошуком роботи фахівцями за кордоном. Графік працюючих в будівництві має сумну динаміку.

У будівельному виробництві зростання продуктивності праці досягається за рахунок економії робочого часу шляхом упровадження нової техніки й технології, комплексної механізації трудомістких і важких робіт, автоматизації окремих виробничих процесів, підвищення кваліфікації, виявлення творчої ініціативи працівників будівельних

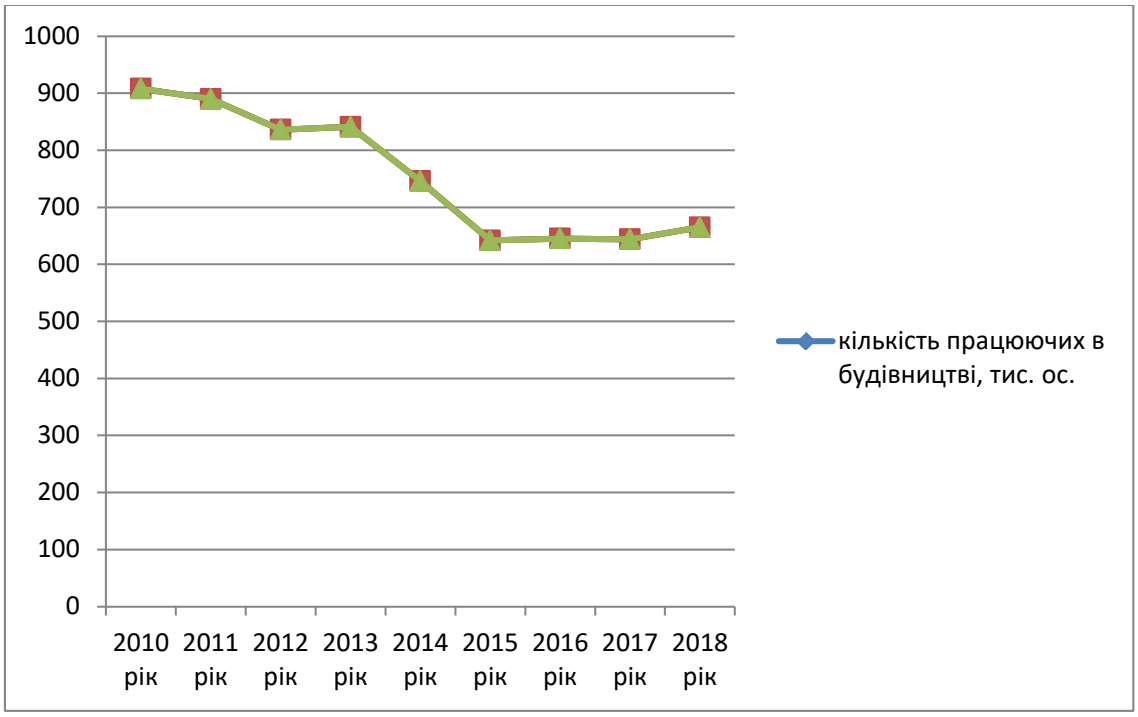


Рис. 2. Динаміка статистичних даних щодо працюючих в будівництві

Джерело: [4]

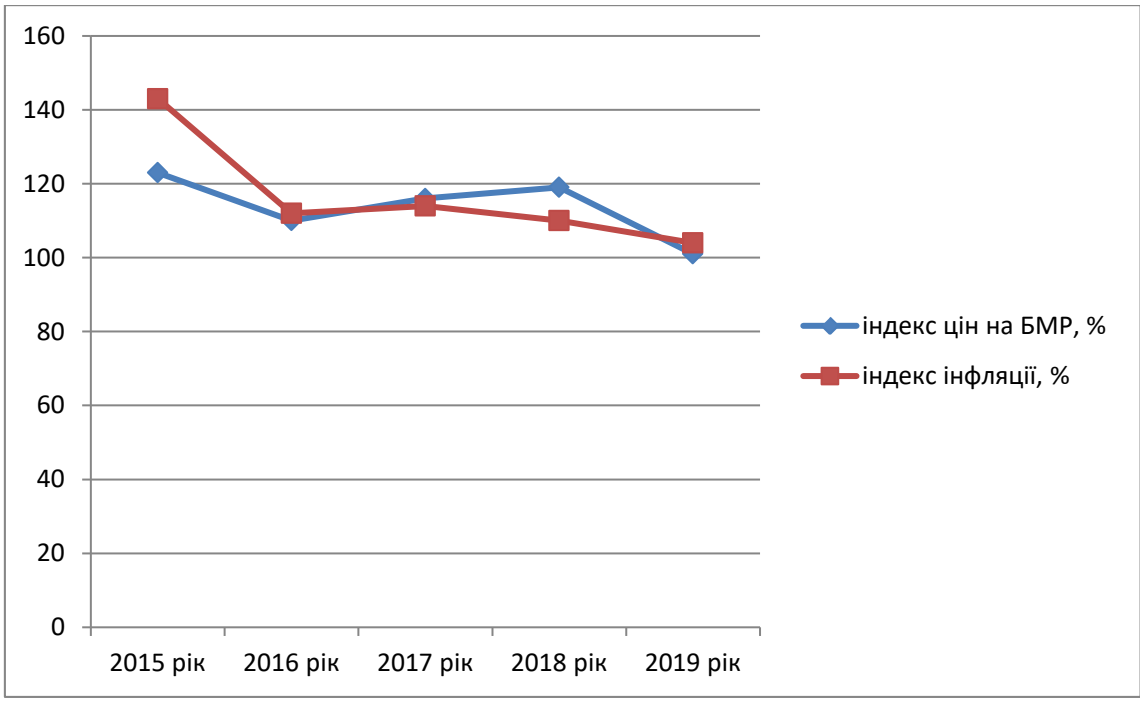


Рис. 3. Динаміка індексів цін на будівельно-монтажні роботи та індексів інфляції

Джерело: [4]

організацій, ліквідації плинності й руху кадрів, покрашення трудової дисципліни, усунення браку робіт і невиробничих затрат робочого часу тощо. Усі ці фактори забезпечать фактичне зменшення витрат праці під час виконання будівельно-монтажних робіт.

Таким чином, актуальність дослідження питання взаємозв'язку продуктивності праці й заробітної плати в будівництві очевидна.

Реформування будівельної галузі, обговорення якого тривало в колах науковців та практиків, було віддзеркалено в прийнятих за основу реформування Верховною Радою України 11 вересня 2019 року законопроєктах, а саме в проєкті Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо удосконалення порядку надання адміністративних послуг у сфері будівництва та створення Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва» № 1081 та проєкті «Про внесення змін до Закону України «Про будівельні норми» щодо удосконалення нормування у будівництві» № 1052. Очікуються позитивні зміни щодо створення Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва у складі містобудівного кадастру, що дасть усім учасникам будівельного процесу мобільності, відкритості доступу до інформації та вдосконалення як оприлюднення будівельних норм, так і визначення методів нормування у будівництві.

Державною архітектурно-будівельною інспекцією проведено децентралізацію функцій держархбудконтролю, реформовано дозвільну систему, спрощено процедури для приватного будівництва, розвитку малого й середнього бізнесу, а також введено електронні сервіси в будівництві.

Експерти відзначають, що головним показником ефективності реалізованих реформ є поліпшення позиції України в рейтингу Світового банку "Doing Business" за показником «Отримання дозволу на будівництво», адже за два роки Україна піднялась на 110 позицій, посівши у 2018 році 30 місце. Міністерством регіонального розвитку та комунального господарства створено робочу групу з питань реформування системи архітектурно-будівельного контролю шляхом впровадження електронного кабінету забудовника, онлайн-платформи «Прозора Держархбудінспекція» та розроблення нормативно-правових актів. До її складу увійшли представники Мінрегіону, ДАБІ, Державного агентства з питань електронного урядування України, Офісу ефективного регулювання, IDLO, TAPAS, урядово-громадської ініціативи «Разом проти корупції» та Конфедерації будівельників України [4].

Висновки з проведеного дослідження. Будівельна галузь має безліч «білих плям» у питаннях дозволу, оформлення, нормування, контролю та отримання результатів, тому реформування, яке розпочав впроваджувати уряд, є актуальним.

Як висновок потрібно запропонувати залучення у вирішення численних питань щодо реформування нормативно-законодавчої бази діяльності будівельної організації досвідчених науковців та практиків, органів місцевої влади та представників громадських організацій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Юр'єва С., Гнатченко Є. Вплив заробітної плати на тенденцію до перерозподілу фінансів між статтями витрат у будівництві у 2016–2018 рр. *Бізнес-Інформ*. 2018. № 10. С. 215–220.

2. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 24.02.2020).

3. Ажаман І., Комлєва Т. Стан та динаміка оплати праці в Україні та галузі будівництва. *Ефективна економіка*. 2018. № 6.

4. Урядовий портал Єдиного веб-порталу виконавчої влади України. URL: www.kmu.gov.ua› news›minregion-stvori (дата звернення: 24.02.2020).

REFERENCES:

1. Yurieva S., Hnatchenko Ye. (2018) Vplyv zarobitnoi platy na tendentsiiu do pererozpodilu finansiv mizh stattiamy vytrat u budivnytstvi u 2016–2018 rr. [Biznes-Inform]. Kyiv, pp. 215–220.

2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed 24 February 2020).

3. Azhaman I., Komlieva T. (2018) Stan ta dynamika oplaty pratsi v Ukraini ta haluzi budivnytstva [Efektyvna ekonomika], vol. 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6432 (accessed 24 February 2020).

4. Uriadovyi portal Yedynoho veb-portalu vykonavchoi vlady Ukrainy. URL: www.kmu.gov.ua›news› minregion-stvori (accessed 24 February 2020).

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

ASPECTS OF FORMATION OF CORPORATE CULTURE IN THE BANKING SECTOR OF UKRAINE

УДК 658.3
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-38

Кліпкова О.І.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін
Львівський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

Klipkova Oksana
Lviv Educational and Scientific Institute
State University of Banking

У статті розглянуто засади формування корпоративної культури у вітчизняних банківських установах. В аспекті визначення передумов створення ефективної корпоративної культури банку акцентовано увагу на таких критеріях успішності банківських установ, як стресостійкість, лояльність вкладників та місце в ренкінгу по депозитах фізичних осіб, що постійно моніторяться Міністерством фінансів України. Під час дослідження проблеми акцентовано увагу на основних проблемних моментах слоганів вітчизняних банківських установ, проведено їх порівняльну характеристику з девізами іноземних банків в аспекті доступності, інформативності та повноти інформації про місію банків. У статті виокремлено основні постулати корпоративної культури. Зазначено, що корпоративна культура є складовою частиною корпоративного управління банком, що визначається основним стейкхолдером, а саме державою в особі Міністерства фінансів, та клієнтами (споживачами банківських продуктів). Зосереджено увагу та твердженні, що ідеальне значення корпоративної культури лежить в основі квадрату видів організаційної культури, векторами якого є співпраця, створення, контроль, конкуренція. Розмір кожного вектору для кожного окремо взятого банку є різним і визначається вибраною стратегією розвитку, а саме орієнтирами, місією, цілями, планами.

Ключові слова: *банківські установи, корпоративна культура, організаційна культура, корпоративне управління, рейтингування банків, ризик втрати репутації.*

В статье рассмотрены основы формирования корпоративной культуры в отечественных банковских учреждениях. В аспекте определения предпосылок создания эффективной корпоративной культуры банка акцентировано внимание на таких критериях успешности банковских учреждений, как стрессоустойчивость, лояльность вкладчиков и место в ренкинге по депозитам физических лиц, которые постоянно мониторятся Министерством финансов Украины. При исследовании проблемы акцентировано внимание на основных проблемных моментах слоганов отечественных банковских учреждений, проведена их сравнительная характеристика с девизами иностранных банков в аспекте доступности, информативности и полноты информации о миссии банков. В статье выделены основные постулаты корпоративной культуры. Указано, что корпоративная культура является составной частью корпоративного управления банком, которое определяется основным стейкхолдером, а именно государством в лице Министерства финансов, и клиентами (потребителями банковских продуктов). Сосредоточено внимание на утверждении, что идеальное значение корпоративной культуры лежит в основе квадрата видов организационной культуры, векторами которого являются сотрудничество, создание, контроль, конкуренция. Размер каждого вектора для каждого отдельно взятого банка является различным и определяется выбранной стратегией развития, а именно ориентирами, миссией, целями, планами.

Ключевые слова: *банковские учреждения, корпоративная культура организационная культура корпоративное управление, рейтингование банков, риск потери репутации.*

The article considers the principles of formation of corporate culture in the domestic banking institutions. Topicality of the research is due to permanent and neutrino attention of the theory and practice of management to the personnel management system, creation of favorable psychological climate in the organization and ensures effective corporate culture. In the aspect of determining the prerequisites for the establishment of good corporate culture the Bank has focused on such criteria for the success of banking institutions as stress, the loyalty of investors and a place in the ranking for retail deposits, which is constantly monitored by the Ministry of Finance of Ukraine. We have studied the ranking of banks according to national rating, according to which the first position is the Internet bank "Monobank", which offers the convenience and speed of service and a large percentage of cash back on many types of transactions. The study problem focused on the main problematic moments of the slogans of domestic banking institutions, their comparative characteristics with the motto of foreign banks in the aspect of accessibility, informativeness and completeness of the information about the mission of the banks. Judging from the diversity of the mottos of the Ukrainian banks, we can infer the existence of two types – the General slogan that is part of the brand, and a slogan developed for a specific advertising campaign or product. The situation with regard to the first case is quite problematic, as common phrases may not carry to the consumer any information about the Bank or about his product. The main principles of corporate culture are highlighted in the article. It is stated that corporate culture is a component of corporate governance of the bank, which is determined by the main stakeholder – the state represented by the Ministry of Finance and clients (consumers of banking products). The focus and the statement that the ideal value of corporate culture is at the heart of the square of types of organizational culture, the vectors of which are: cooperation, creation, control, competition. The size of each vector for each individual bank is different and is determined by the chosen development strategy – benchmarks, mission, goals, and plans.

Key words: *banking institutions, corporate culture organizational culture corporate governance, bank rating, reputation risk.*

Постановка проблеми. Умови сьогодення не лише визначають споживача та виробника, але й ідентифікують потреби й шляхи їх задоволення. Підприємство як суб'єкт господарювання повинне мати ознаки, що не лише відрізняють його від інших гравців на ринку, але й формують його індивідуальність, можливість диференціації на вибраному сегменті ринку. Ознаками диференціації, окрім завжди згадуваних ознак якості, стимулювання збуту, реклами, та післяпродажного обслуговування, є організаційна (корпоративна) культура. Такий засіб диференціації, як корпоративна культура, потребує додаткового дослідження та актуалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Корпоративну культуру як поняття та інструмент ефективного менеджменту підприємства у своїх наукових працях розглядали такі вітчизняні й зарубіжні науковці, як Т. Алексєєв, В. Гаєвський, Ю. Давидов, Г. Дмитренко, В. Кравченко, М. Коул, Т. Кицак, А. Маслов, Б. Мільнер, В. Никіфоренко, М. Портер, Т. Пітерс, Г. Хаєт, С. Хенді, Г. Чайка, М. Чеплюк.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення особливостей та проблемних моментів у формуванні корпоративної культури у вітчизняних банківських установах. Актуальність статті визначається дослідженням пріоритетних для формування ефективної системи менеджменту у банківських установах напрямів командоутворення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні в аспекті численних досліджень та трактувань понять «корпоративна культура» та «корпоративна етика» недостатньо обґрунтованими є можливі тенденції зміни засад кодексів корпоративної етики вітчизняних підприємств за умови євроінтеграції України та глобалізації світових ринків капіталу.

Для окреслення загальних тенденцій на ринку банківських послуг та імплементації досвіду формування засад корпоративної культури варто звернутись до рейтингів банківських установ.

Міністерство фінансів складає рейтинг банків України за кількома основними показниками, такими як стресостійкість, лояльність вкладників, оцінювання аналітиків та місце в ренкінгу по депозитах фізичних осіб. В аспекті досліджуваної проблеми, а саме взаємозв'язку корпоративної культури та стратегії підприємства (банку), доцільно зазначити, що висвітлені показники в рейтингу Міністерства фінансів мають у своєму складі частку вагомості впливу організаційної культури як невід'ємної частини внутрішнього потенціалу банку.

Окрім рейтингу банків за вищезазначеними критеріями, Міністерство фінансів надає перелік огляду відгуків про банк, його продукти та персонал. Такі огляди допомагають клієнту вибрати банк для власного обслуговування за певними критеріями. Варто зауважити, що найбільше відгуків на діяльність є у «Приватбанку», напевно, тому, що він займає найвищу позицію в рейтингу за ознаками «Залежність від вкладів фізичних осіб» та «Частка банку на ринку роздрібних депозитів», а це означає, що він обслуговує найбільше за всі наведені установи фізичних осіб. Визначальним в аспекті вивчення категорії корпоративної культури банку є те, що на всі відгуки, а вони можуть мати негативний та проблемний характер, банк дає відповідь і зобов'язується допомогти у вирішенні проблемної ситуації [1].

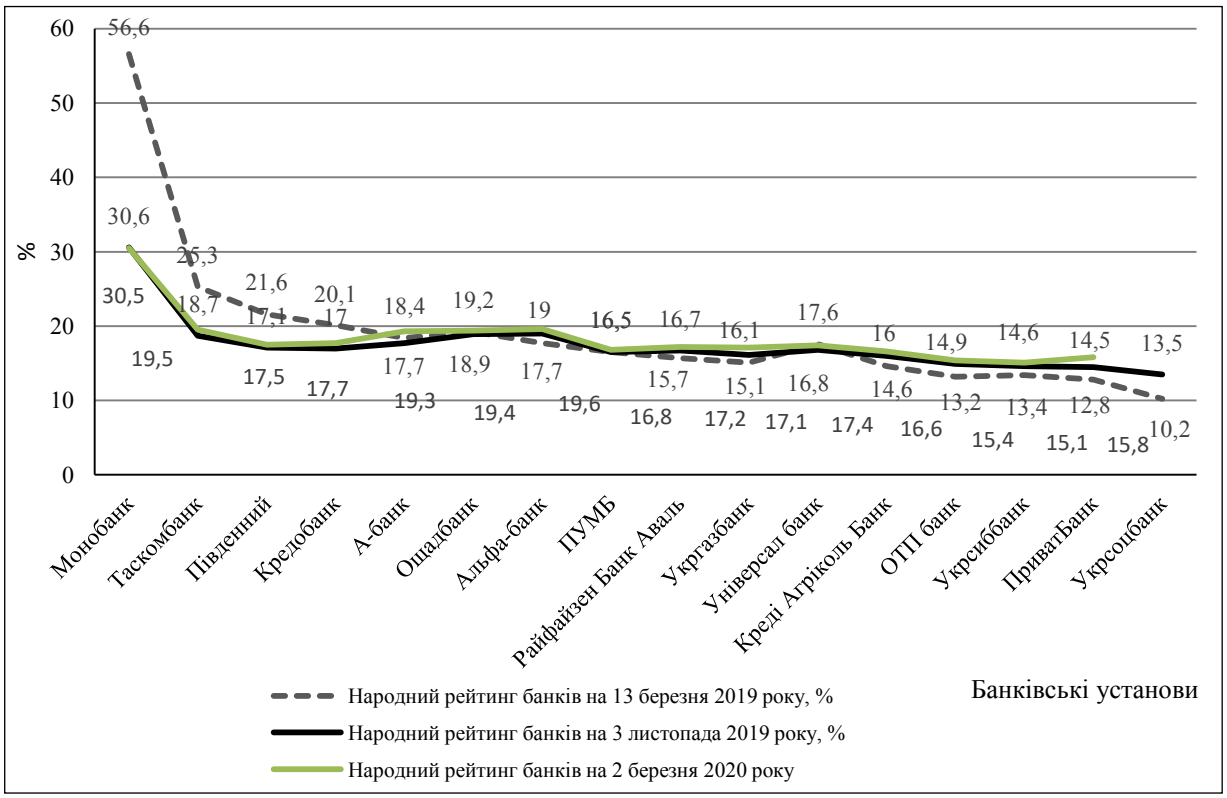


Рис. 1. Місце деяких вітчизняних банків у народному рейтингу на 13 березня та 3 листопада 2019 року, на 2 березня 2020 року

Джерело: складено автором на основі [1]

За народним рейтингом ситуація може бути дещо іншою, адже на ринку банківських послуг з'явився новий гравець, а саме інтернет-банк "Monobank", що пропонує зручність та швидкість обслуговування та великий відсоток "cash back" за багатьма видами операцій. Популярність цього банку становить 56,56%. Потужним конкурентом для нього за зазначеним рейтингом є «Таскомбанк» (складова частина Групи «ТАС»), що завоював популярність у населення (23,5%) завдяки тому, що за підсумками І кварталу 2018 року став лідером темпів приросту депозитів приватних клієнтів (рис. 1) [2].

Народний рейтинг будується на підставі відгуків відвідувачів сайту Мінфіну про якість обслуговування в банках. На позицію банку впливають лише відгуки, перевірені модераторами Міністерства фінансів України. Як видно з динаміки зазначеного показника, місце деяких банків у народному рейтингу похитнулося, що зумовлене, швидше за все, зростанням популярності інших банків та частково задоволеним попитом у «нових банківських інноваціях» з боку «Монобанку». Приплив банківського іноземного капіталу в Україну зумовив проникнення західного стиля менеджменту в систему управління вітчизняними банками. Пропонуючи своїм клієнтам широкий та різноманітний спектр все нових та нових продуктів, банки все частіше заявляють про себе як про соціально відповідальні компанії, формують власну корпоративну культуру.

Дослідники поняття всі засоби корпоративної культури поділяють на видимі (відчутні) та невідчутні. Видимі засоби є відчутними як для працівників компаній, так і для клієнтів та іншого зовнішнього оточення (фірмовий одяг, емблема, дизайн тощо). Деякі елементи корпоративної культури надзвичайно важко описати, адже вони є неосяжними для оточуючих і лише команда банку добре знайома з цими елементами.

Основою корпоративної культури, що допомагає як співробітникам, так і клієнтам, контрагентам оцінити соціальну роль організації кожної банківської установи, є місія банку. Вона визначає основні орієнтири діяльності і є відомою для всіх стейкхолдерів (табл. 1) [3].

Судячи з усієї розмаїтості девізів українських банків, можемо зробити висновок про існування двох їх типів, таких як загальний слоган, що є частиною бренду банку, й слоган, розроблений для конкретної рекламної кампанії або продукту. Ситуація, що стосується першого випадку, досить проблемна, оскільки загальні фрази можуть не нести для споживача жодної інформації ні про банк, ні про його продукт. Слогани можуть нести

Таблиця 1

Місії окремих банківських установ в Україні

Банк	Слоган	Місія
ПАТ «ПриватБанк» [4]	Банк для тих, хто йде вперед.	Допомагати економіці розвиватися, бізнесу – зростати, а приватним клієнтам – здійснювати мрії шляхом надання фінансових послуг найвищої якості.
ПАТ «ПУМБ» [5]	Працюємо для Вас.	Надання клієнтам високоякісних банківських послуг, бездоганного сервісу, що постійно вдосконалюється, та індивідуального підходу, водночас забезпечення кращого у галузі економічного ефекту для наших акціонерів.
ПАТ «Кредобанк» [6]	Час жити краще!	Ми є надійним фінансовим партнером для наших клієнтів і привабливим роботодавцем для наших працівників. Завдяки спеціалізації та концентрації ресурсів хочемо досягти довгострокової стабільності нашого бізнесу й підтримувати її, забезпечуючи рентабельність інвестицій наших акціонерів.
АБ «Укргазбанк» [7]	Консерватизм у традиціях – інновації в технологіях.	Полягає в кредитуванні вітчизняних підприємств та населення, наданні їм повного спектру високоякісних банківських послуг для забезпечення відновлення економіки України, стабільного зростання валового внутрішнього продукту.
АБ «Південний» [8]	Ми проєктуємо Ваш успіх.	Ми прагнемо використовувати весь потенціал банку, стабільно працюючи й залучаючи нових клієнтів в будь-який час, особливо в період вимушеного фінансового затишшя.
ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» [9]	Разом змінимо країну. Європейський банк поруч.	Ми – надійний та відповідальний банк, що наполегливо та професійно працює задля зростання добробуту наших клієнтів, співробітників та суспільства.
ДБ «Ощадбанк» [10]	Мій банк. Моя країна.	Забезпечення населення надійним фінансовим інструментом тривалого та гарантованого заощадження, а також підтримка економічного розвитку держави шляхом надання сучасних банківських послуг.
ПАТ «Універсал Банк» [11]	Ми віримо в Україну! Будуймо майбутнє разом!	Зміцнення віри українців в майбутнє країни й підвищення довіри до банківської системи, надання людям упевненості в їх банку, відображення того, що "Universal Bank" в Україні розвивається серйозно й надовго.

інформацію, зорієнтовану на споживача та його потреби («Ми проєктуємо Ваш успіх!»), а можуть мати з огляду на політичну ситуацію, що склалась, патріотичне забарвлення («Ми віримо в Україну! Будуймо майбутнє разом!»).

На жаль, менеджмент вітчизняної банківської системи, розробляючи свій бренд, не завжди користується прямою доцільністю діяльності банку, тому слогани українських банків не можна порівняти з девізами західних колег, зокрема:

– загальновизнана довершеність: “Citi group – Your city never sleeps” («Твоє місто (сіті) ніколи не спить»);

– “US Bank – Other banks promise great service, U.S.Bank guarantees it” («Інші банки обіцяють гарний сервіс, U.S.Bank гарантує його»);

– “Deutsche Bank – A passion to perform” («Пристрасть до втілення»);

– “HSBC Holdings – The world’s local bank” («Всесвітній місцевий банк») [12].

Основні категорії, що описані в місії банку, знаходять своє відображення у його стратегії та корпоративній культурі. Варто зауважити, що здебільшого комерційні банки є складовими певних інтегрованих корпоративних структур, отже, в місії банку закладено основу діяльності певної Структури чи Групи.

Отже, підсумовуючи аналіз засад корпоративної культури вітчизняних банківських установ, зауважуємо, що корпоративна культура є інтегрованим поняттям, що має місце у формуванні місії банку, організації його діяльності та впливає на основні показники його діяльності.

Проте не лише зарубіжні компанії мають позитивний досвід в організації своєї особливої культури. Варто згадати «ПриватБанк», який у сучасній українській банківській системі є зразком того, як потрібно організувати маркетингову роботу, що стала вирішальною в успіху компанії. Також вплинула на успіх компанії особлива корпоративна культура. Своїх працівників вони виховують у дусі постійної прихильності до банку, націленої на інновації діяльності, регулярного досягнення ефективності у своїй роботі. Загалом корпоративну культуру можна звести до кількох постулатів, таких як:

– поведінка згідно з нормами етикету;

– виваженість та ефективність у прийнятті рішень;

– клієнт завжди правий, і навіть коли він не правий, він правий;

Постійна робота з персоналом, якісна маркетингова політика та стабільна корпоративна культура дають змогу «ПриватБанку» ефективно та якісно обслуговувати своїх клієнтів. Окремі негативні випадки в окремих відділеннях ми не враховуємо [13].

Корпоративна культура є складовою частиною корпоративного управління банком, що визначається основним стейкхолдером, а саме державою в особі Міністерства фінансів, та клієнтами (споживачами банківських продуктів).

Структура корпоративного управління банком включає певний перелік регулюючих та контролюючих органів.

Корпоративне управління визначає розподіл повноважень та обов’язків, на підставі яких правління та вище керівництво банку веде діяльність та справи банку, включаючи те, як вони:

– визначають стратегію та цілі банку;

– відбирають персонал та здійснюють нагляд за ним;

– керують банківською діяльністю на щоденній основі;

– захищають інтереси вкладників, виконують зобов’язання зацікавлених сторін та беруть до уваги інтереси інших визнаних зацікавлених сторін;

– узгоджують корпоративну культуру, корпоративну діяльність та поведінку з очікуванням того, що банк буде вести свою діяльність у безпечний та надійний спосіб, добросовісно та відповідно до чинних законів та нормативно-правових актів, а також запроваджувати функції контролю [14].

Держава реалізує свої права власника «ПриватБанку», а органи управління Банком діють відповідно до найкращих світових практик корпоративного управління, зокрема Принципів організації економічного розвитку та співробітництва щодо корпоративного управління для підприємств з державною часткою (OECD Guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises), Принципів корпоративного управління для банків Базельського комітету з банківського нагляду (Corporate governance principles for banks by Basel Committee on Banking Supervision), Рекомендацій Європейської банківської організації щодо внутрішнього управління (Guidelines on Internal Governance by European Banking Authority), що застосовуються в обсязі, що не суперечить імперативним нормам чинного законодавства України [4].

Принципи, що містяться в документі Організації економічного розвитку та співробітництва щодо корпоративного управління для підприємств з державною часткою (OECD), базуються на досвіді країн-членів, які вдавалися до таких спроб у національному масштабі, а також на результатах роботи, що раніше проводилась OECP.

Вагомий внесок у розроблення Принципів також зробили країни, що не є членами OECP, а також Світовий Банк, Міжнародний валютний фонд, ділові кола, інвестори, профспілки та інші зацікавлені сторони (табл. 3).

Рекомендації Базельського комітету взяті з принципів корпоративного управління, опублікованих Організацією економічного співробітництва і розвитку (OECD). Широко й давно затверджені принципи OECD мають на меті допомогу

урядам у їхніх діях щодо оцінювання та покращення принципів корпоративного управління, надання рекомендацій учасникам та регуляторам фінансових ринків [14].

Підвищена увага до ризику та супровідні принципи управління включають визначення обов'язків різних сторін організації щодо подолання ризиків та управління ними. Часто вони називаються трьома лініями захисту, кожна з яких відіграє важливу роль. Напрям бізнесу – це перша лінія захисту, що має «право власності» на ризик, через яке він підтверджує ризик, на який наражається під час ведення діяльності, та управляє ним. Підрозділ управління ризиками відповідає за подальше виявлення, вимірювання, моніторинг та звітність щодо ризику на рівні підприємства в рамках другої лінії захисту незалежно від першої лінії захисту. Підрозділ контролю за дотриманням норм ("compliance") також вважається частиною другої лінії захисту. Підрозділ внутрішнього аудиту відповідає за третю лінію захисту, проводячи аудиторські перевірки на основі оцінювання ризиків та загальні аудиторські перевірки й аналіз, щоби запевнити правління в тому, що загальні принципи управління, включаючи принципи управління ризиками, є ефективними, а політика та процедури запроваджені й послідовно виконуються.

Очікується, що серед обов'язків членів правління та вищого керівництва буде визначення ризику поведінки на основі середовища бізнесу банку.

Випадки неналежної поведінки були визначені як такі, що походять від:

– неправильного продажу фінансових продуктів роздрібним та бізнес-клієнтам;

– порушення національних та міжнародних правил (податкових норм, норм протидії відмиванню коштів, норм протидії фінансуванню тероризму, економічних санкцій тощо);

– маніпуляцій на фінансових ринках, наприклад маніпуляцій ставками Libor та обмінними курсами.

Правління має визначити «атмосферу нагорі» та здійснювати нагляд за роллю керівництва у збереженні надійної корпоративної культури та культури ризику. Керівництво має створити письмовий кодекс етики або кодекс поведінки. Обидва кодекси мають на меті просування культури чесності та підзвітності задля захисту інтересів клієнтів та акціонерів.

Отже, корпоративна культура українських банків – це відносно нове й недостатньо досліджене явище, яке останнім часом привертає дедалі більшу увагу дослідників у галузі управління.

Створення сучасної інтегрованої системи управління персоналом нині вважається однією з основних умов реалізації стратегії банківської установи. Практичний досвід засвідчує, що підвищенню мотиваційного потенціалу корпоративної культури управління сприяє її соціальна відповідальність, а також акцентування уваги на якості трудового життя організації. Це дає змогу корпоративній культурі працювати на створення конкурентоспроможного іміджу організації, залучати потенційних клієнтів і висококваліфіковані кадри, бути мотиваційним механізмом для всіх співробітників і, як наслідок, подолати свою амбівалентність, конфлікт корпоративних і суспільних цінностей. На досягнення цих цілей повинен бути спрямований управлінський аспект корпоративної культури.

Ідеальне значення корпоративної культури лежить в основі квадрату видів організаційної культури, векторами якого є:

– співпраця;

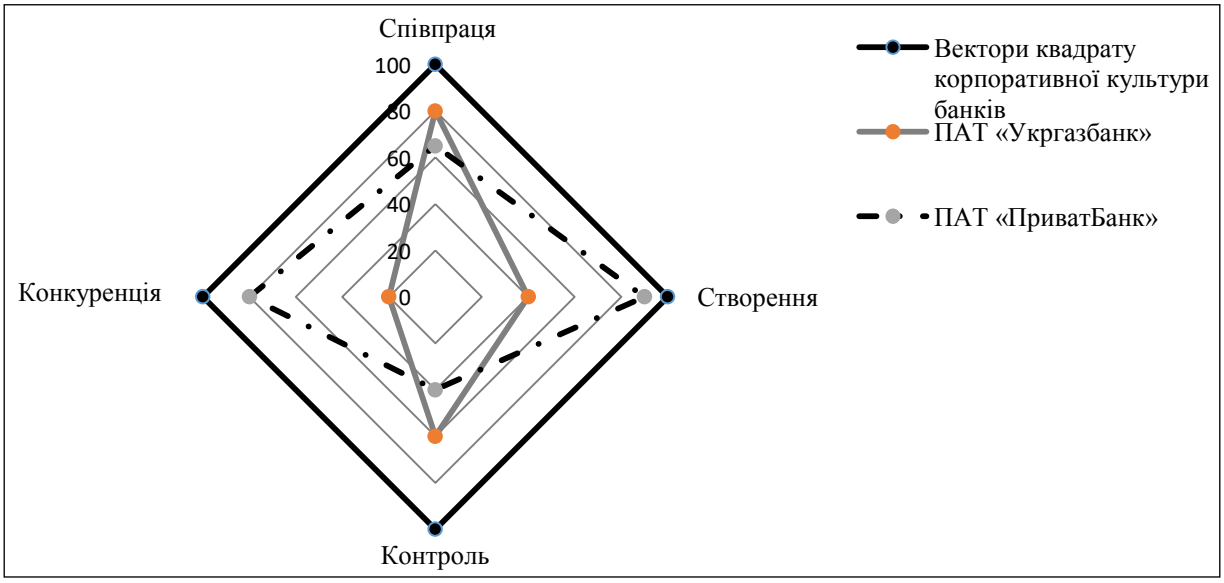


Рис. 2. Квадрат векторів організаційної культури

Джерело: сформовано автором на основі [4; 7]

– створення;
– контроль;
– конкуренція.

Розмір кожного вектору для кожного окремо взятого банку є різним і визначається вибраною стратегією розвитку, а саме орієнтирами, місією, цілями, планами (рис. 2).

Ключове значення реалізації організаційних цінностей полягає в тому, що хоча більшість банків прагне мати організаційну культуру, яка охоплює всі чотири квадранти, проте кожен банк, як правило, буде найсильнішим в одному квадранті, а ця сила матиме великий вплив на те, як банк діє, де він є найбільш успішним, що він вважає найбільш складним.

Наприклад, банк зі створенням культури буде постійно виходити з новими фінансовими продуктами й досягати високого рівня органічного зростання, але матиме найбільшу складність у підтримці стандартів контроля ризиків та усунення помилок відповідності нормативним вимогам.

Аналогічним чином банк з корпоративною культурою, орієнтованою на створення конкурентних переваг, буде конкурентноздатним на ринку, вигравши більшість своїх битв за ринкову частку, а також буде рости агресивно через придбання інших слабших банків.

Використання корпоративних цінностей дає змогу будь-якій організації оцінити свою нинішню культуру, а також спроєктувати орієнтири її покращення. Орієнтири вибираються з огляду на діагностичний інструмент, який був підтверджений великими дослідженнями організаційної поведінки. Проводяться опитування будь-якої групи працівників про організаційну практику та її співвідношення з індивідуальною поведінкою. Відповіді потім можуть бути агреговані та усереднені для того, щоби створити карту поточних і бажаних орієнтирів та форм корпоративної культури. Знаючи свою мету, організація може залучати працівників до обговорення того, як ця зміна культури може бути досягнута.

Висновки з проведеного дослідження. Незважаючи на те, що Україна давно увійшла у світовий фінансовий простір та бере активну участь у глобальному русі капіталу, все ж таки існує потреба вдосконалення засобів та інструментів реалізації стратегії розвитку, зокрема формування філософії підприємства, з якою споживач швидше знайомиться, ніж з його продуктами. Культура банку повинна підтримувати виконання стратегії, впливати на всі аспекти прийняття рішень. Іншими словами, корпоративна культура – це набагато більше, ніж твердження про етичну поведінку в банках, адже вона вбудована в загальні операції, що стосуються найму працівників, винагород та звільнень, розподілу ресурсів та управління ризиками.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сайт Міністерства фінансів України. URL: https://minfin.com.ua/ua/company/ukrsibbank/review (дата звернення: 26.02.2020).
2. Сайт «Таскомбанк». URL: https://mind.ua/banks/13-taskombank (дата звернення: 27.02.2020).
3. Гриненко А., Іщанова М. Корпоративна культура соціально-відповідального банку. *Україна: аспекти праці*. 2015. № 2. С. 11–17.
4. Сайт «ПриватБанк». URL : https://privatbank.ua/about (дата звернення: 26.02.2020).
5. Сайт «ПУМБ». URL: https://www.pumb.ua (дата звернення: 26.02.2020).
6. Сайт «Кредобанк». URL: https://www.kredobank.com.ua (дата звернення: 26.02.2020).
7. Сайт«Укргазбанк».URL:https://www.ukrgasbank.com (дата звернення: 26.02.2020).
8. Сайт банку «Південний». URL: https://bank.com.ua/ua (дата звернення: 26.02.2020).
9. Сайт «Райфайзен Банк Аваль». URL: https://www.aval.ua/about/misiya (дата звернення: 26.02.2020).
10. Сайт «Ощадбанк». URL: https://www.oschadbank.ua/ua (дата звернення: 26.02.2020).
11. Сайт ПАТ «Універсал Банк». URL: https://www.universalbank.com.ua (дата звернення: 26.02.2020).
12. Jański J. URL: https://www.karierawfinansach.pl/artykul/wiadomosci/co-bedzie-ryzykiem-nr-1-w-2014-roku (дата звернення: 26.02.2020).
13. Мельник П., Зелена М. Корпоративна культура як чинник успішності компанії. *Причорноморські економічні студії*. 2016. № 4. С. 67–70.
14. Сайт Організації міжнародного співробітництва і розвитку. URL: https://bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=88CE336067904F8C70ECE96C1AE38B6A?id=50650698&fbclid=IwAR2pP60aEhJZEvlnsU0rXmzEPf3Q3Xemw_S27kcr1LOLUcln2jvO5sPNTyQ (дата звернення: 6.02.2020).

REFERENCES:

1. Sait Ministerstva finansiv Ukrainy. URL: https://minfin.com.ua/ua/company/ukrsibbank/review (accessed 26 February 2020).
2. Sait “Taskombank”. URL: https://mind.ua/banks/13-taskombank (accessed 27 February 2020).
3. Hrynenko A., Ishchanova M. (2015) Korporatyvna kultura sotsialno-vidpovidalnoho banku [Corporate culture of socially responsible bank]. Ukraina: aspekty pratsi. № 2, pp. 11–17.
4. Sait “PryvatBank”. URL: https://privatbank.ua/about (accessed 26 February 2020).
5. Sait “PUMB”. URL: https://www.pumb.ua (accessed 26 February 2020).
6. Sait “Kredobank”. URL: https://www.kredobank.com.ua (accessed 26 February 2020).
7. Sait “Ukrhazbank”. URL: https://www.ukrgasbank.com (accessed 26 February 2020).
8. Sait banku “Pivdennyi”. URL: https://bank.com.ua/ua (accessed 26 February 2020).
9. Sait “Raifaizen Bank Aval”. URL: https://www.aval.ua/about/misiya (accessed 26 February 2020).

10. Sait "Oshchadbank". URL: https://www.oschadbank.ua/ua (accessed 26 February 2020).

11. Sait PAT "Universal Bank". URL: https://www.universalbank.com.ua (accessed 26 February 2020).

12. Jański J. URL: https://www.karierawfinansach.pl/artykul/wiadomosci/co-bedzie-ryzykiem-nr-1-w-2014-roku (accessed 10 February 2020).

13. Melnyk P., Zelena M. (2016) Korporatyvna kultura yak chynnyk uspishnosti kompanii [Corporate culture as a factor of success of the company]. Prychornomorski ekonomichni studii. № 4, pp. 67–70.

14. Sait Orhanizatsii mizhnarodnoho spivrobitnytstva i rozvytku. URL: https://bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=88CE336067904F8C70ECE96C1AE38B6A?id=50650698&fbclid=IwAR2pP60aEhJZEvlnsU0rXmzEPf3Q3Xemw_S27kcr1LOLUcIn2jvO5sPNTyQ (accessed 6 February 2020).

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ
ECONOMIC SUSTAINABILITY OF ENTERPRISES: THEORETICAL ASPECTS

УДК 631.11
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-39

Клочко Т.А.
к.е.н., старший викладач кафедри економіки
Сумський національний аграрний університет

Klochko Tatiana
Sumy National Agrarian University

У статті викладено основні теоретичні аспекти економічної стійкості підприємств. Розглянуто сутність категорії «стійкість». Як індикатори економічної стійкості підприємства доцільно використовувати різноаспектні показники, такі як прибутковість, ефективність управління, фінансова стійкість, виробничий потенціал і конкурентоспроможність, ділова активність, надійність, інноваційна активність, адаптивність та соціальна стійкість. Здійснено розроблення для впровадження системи управління активною економічною стійкістю підприємства (АЕСП), яка розглядається як проєкт, реалізація якого заснована на методології управління проєктами. АЕСП складається з трьох основних етапів, на яких вирішуються питання стійкості підприємства («Підприємство економічно стійке?», «Підприємство абсолютно економічно нестійке?», «Чи доцільна подальша діяльність підприємства?»). Залежності від відповіді на поставлені питання розроблено алгоритм дій.

Ключові слова: *економічна стійкість, показники, визначення.*

В статье изложены основные теоретические аспекты экономической устойчивости предприятий. Рассмотрена сущность категории «устойчивость». Как индикаторы экономической устойчивости предприятия целесообразно использовать разноаспектные показатели, такие как прибыльность, эффективность управления, финансовая устойчивость, производственный потенциал и конкурентоспособность, деловая активность, надежность, инновационная активность, адаптивность и социальная устойчивость. Осуществлена разработка для внедрения системы управления активной экономической устойчивостью предприятия (АЕСП), которая рассматривается как проект, реализация которого основана на методологии управления проектами. АЕСП состоит из трех основных этапов, на которых решаются вопросы устойчивости предприятия («Предприятие экономически устойчивое?», «Предприятие абсолютно экономически неустойчивое?», «Целесообразна ли дальнейшая деятельность предприятия?»). В зависимости от ответа на поставленные вопросы разработан алгоритм действий.

Ключевые слова: *экономическая устойчивость, показатели, определение.*

The article presents the basic theoretical aspects of economic sustainability of enterprises. As indicators of economic sustainability of the company it is advisable to use various aspects: profitability, management efficiency; financial sustainability; production potential and competitiveness; business activity; reliability; innovative activity; adaptability and social sustainability. The author interprets the concept of "economic sustainability of the enterprise": the highest form of sustainable organization of the production system is one in which the system is able to sustainably develop, improve, optimally using internal and borrowed resources, through the use of innovative technologies, advanced equipment, intellectual resources, patents, etc. The development for implementation of the system of management of the active economic stability of the enterprise (AESE), which is considered as a project, implementation of which is based on the project management methodology, is carried out. AESE consists of three main stages, which address the issues of enterprise sustainability ("Is the company economically sustainable?", "Is the company absolutely economically unstable?", "Is further business advisable?"). Depending on the answer to the questions posed, an algorithm of action was developed. The author's view is presented regarding the category "economic sustainability of the enterprise", which should reflect the following conditions: the enterprise needs real income and maximum profit; the size of the profit must meet the needs of the production, the owners and the needs of the employees. In other words, the profit must ensure the reproduction of capital and resources; the amount of profit should be sufficient for the introduction of innovative technologies, preservation and creation of intellectual potential of the enterprise, creation of social guarantees of the personnel. Any company operating in the market is obliged to systematically monitor the current economic situation. In our opinion, a strategic guideline should be considered not so much the modernization of the existing integrated potential of the agricultural enterprise and the preservation of its positions, but rather the transition to an innovative type of development.

Key words: *economic sustainability, indicators, definition.*

Постановка проблеми. З переходом до ринкової економіки різко розширилось коло проблем, пов'язаних з питаннями забезпечення економічної стійкості виробничої одиниці. Для їх успішного вирішення необхідні перш за все глибоке осмислення самого поняття «економічна стійкість підприємства» й створення на основі єдиного підходу до розроблення механізму досягнення економічної стійкості суб'єкта господарювання.

Підприємство в економічній науці визнається господарюючою системою, яка постійно прагне зберегти баланс між внутрішніми можливостями й зовнішніми силами середовища задля збереження свого стійкого економічного стану [3].

Підприємства стали самостійними суб'єктами ринкових відносин. Всі рішення, що стосуються виробництва й збуту продукції, встановлення контактів з постачальниками засобів виробництва та споживачами продукції, перейшли до компетенції підприємства. Більшість сільськогосподарських підприємств виявилась непідготовленою до наданої свободи. Кризовий фінансовий стан підприємств сільського господарства є підсумком неефективних макроекономічних механізмів регулювання міжгалузевих відносин. Стійкість підприємств АПК все більшою мірою підпадає під вплив внутрішніх та зовнішніх чинників економічного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблеми економічної стійкості підприємства та формування авторської позиції були висвітлені в працях Л. Вальда, Л. Вальраса, Г. Гегеля, Дж. Кейнса, О. Курно, К. Маркса, А. Маршалла, В. Парего, П. Самуельеона, А. Сміта, Й. Шумпетера, Ф. Енгельса та інших учених.

Наявні дослідження в галузі економічної стійкості стосуються переважно промисловості. У сільському господарстві ці дослідження поки що не є єдиною системою, адже переважно вони

орієнтовані на вирішення окремих напрямів і вузьких завдань.

Відсутні оптимальні критерії оцінювання економічної стійкості підприємства. Дискусійними залишаються питання визначення резервів зростання економічної стійкості підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення економічної стійкості підприємства, а саме уточнення змісту категорії «економічна стійкість», механізмів її досягнення й оцінювання в сучасних умовах господарювання, обґрунтування нових елементів моніторингу економічної стійкості підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна стійкість підприємства – це його здатність з найменшими втратами адаптуватися до змін параметрів зовнішнього господарського середовища, адекватно реагуючи на його виклики. Її можна розглядати як можливість підприємства до відновлювання, здатність стримувати дестабілізуючі процеси, впливи або досягати стану спокою (стабілізації). Економічна стійкість передбачає якісне й кількісне збереження, відновлення та розширення орієнтації на максимізацію прибутку й мінімізацію витрат за певного обсягу реалізації товарів, робіт, послуг; забезпечення стабільного кругообігу капіталу, його оновлення й накопичення з урахуванням інтересів власників підприємства та дотримання соціально-економічних гарантій його співробітникам [5].

Економічна стійкість підприємства – це комплекс дій і реакцій господарюючого суб'єкта в процесі реалізації своєї діяльності, включаючи адаптацію до зовнішнього середовища, внутрішнє перетворення в сьогоденні й майбутньому, участь персоналу в прибутках, управлінні підприємством [1].

Широке застосування термін «стійкість» спочатку отримав у природничих науках (математика, фізика, хімія, біологія), а також для характеристики роботи технічних систем, де головним є збереження сталості, незмінності системи після деякого початкового старту. Стійкість технічних систем передбачає лише збереження ними сталості значень основних параметрів діяльності [3].

Однак останнім часом зазначене поняття стало застосовуватися також щодо економічних (господарчих) систем різного рівня, головною особливістю яких є функціонування в динамічному середовищі під впливом великого числа випадкових факторів, що обумовлює складний характер поведінки й управління такими системами. Стійкість таких економічних систем, як підприємство, характеризує одночасно параметри й функціонування, й розвитку, тому для економічних систем можна виділити, як показав аналіз, певні відмінні риси поняття «стійкість» [4].

Досліджуючи праці за темою стійкого розвитку, ми вважаємо за необхідне їх доповнити (табл. 1).

На наш погляд, категорія «економічна стійкість підприємства» повинна відображати такі умови: підприємству необхідний реальний дохід і максимальний прибуток; розмір прибутку повинен відповідати потребам виробництва, власників і задоволенню потреб найманих працівників. Іншими словами, прибуток повинен забезпечувати відтворення капіталу й ресурсів; розмір прибутку повинен бути достатнім для впровадження інноваційних технологій, збереження й створення

Таблиця 1

Визначення понять «стійкість», «стійкий розвиток»

1	Сталий розвиток – це розвиток, за якого задоволення потреб нинішніх поколінь здійснюється без шкоди для можливостей майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби.	Комісія ООН по навколишньому середовищу і розвитку, 1987 р.
2	Стійкість передбачає рівновагу, а розвиток є можливим тільки за умови постійного виходу системи з рівноважного стану.	Л.Г. Мельник [4]
3	Стійкий розвиток – це управління сукупним капіталом суспільства в інтересах збереження та примноження людських можливостей.	Всесвітній банк
4	Стійкий розвиток – це процес, орієнтований на постійне збереження динамічної рівноваги за допомогою цілеспрямованого використання наявного потенціалу та умов зовнішнього середовища.	А.В. Цвікілевіч
5	Стійкий розвиток має динамічний характер, він є не незмінним станом гармонії, а скоріше, процесом змін, у якому масштаби експлуатації ресурсів, напрям капіталовкладень, орієнтація технічного розвитку та інституційні зміни узгоджуються з теперішніми й майбутніми потребами.	М.А. Кувшинов [3]
6	Стійкість не означає обов'язкове повторення однакового рівня з року в рік. Таке розуміння стійкості прирівняло б його до застійного стану виробництва.	В.М. Афанасьєв [1]
7	Стійкий розвиток – це перехід від економіки використання ресурсів до економіки їх системного відтворення.	О.Л. Попова [5]
8	Найвищою формою стійкої організації виробничої системи є така, за якої система здатна стійко розвиватися, вдосконалюватися, оптимально використовуючи внутрішні й запозичені ресурси через використання інноваційних технологій, прогресивного обладнання, інтелектуальних ресурсів, патентів тощо.	Наше бачення

Джерело: систематизовано автором

Таблиця 2

Ключові фактори мікроекономічного рівня

Маркетингові бізнес-процеси	Фінансово-економічні бізнес-процеси
1) Залежність від споживача; 2) надійність споживачів; 3) частка ринку; 4) ефективність маркетингової політики.	1) Ефективність виробничо-господарської діяльності; 2) фінансова стійкість; 3) платоспроможність підприємства; 4) ефективність управління обіговими коштами; 5) фінансова незалежність; 6) податкове планування.
Виробничо-технологічні бізнес-процеси	**Організаційні бізнес-процеси**
1) Ефективність виробництва (використання виробничих ресурсів); 2) система менеджменту якості; 3) рівень диверсифікації; 4) рівень організації виробництва; 5) тривалість виробничого циклу; 6) віковий склад устаткування, знос основних фондів; 7) інноваційна активність; 8) виробничий потенціал підприємства.	1) Рівень організації управління; 2) рівень автоматизації управління; 3) рівень організації управління персоналом; 4) кваліфікаційний склад керівництва й персоналу; 5) витік кваліфікованих кадрів (незадоволеність працівників); 6) рівень оплати праці.

Джерело: сформовано на основі [1]

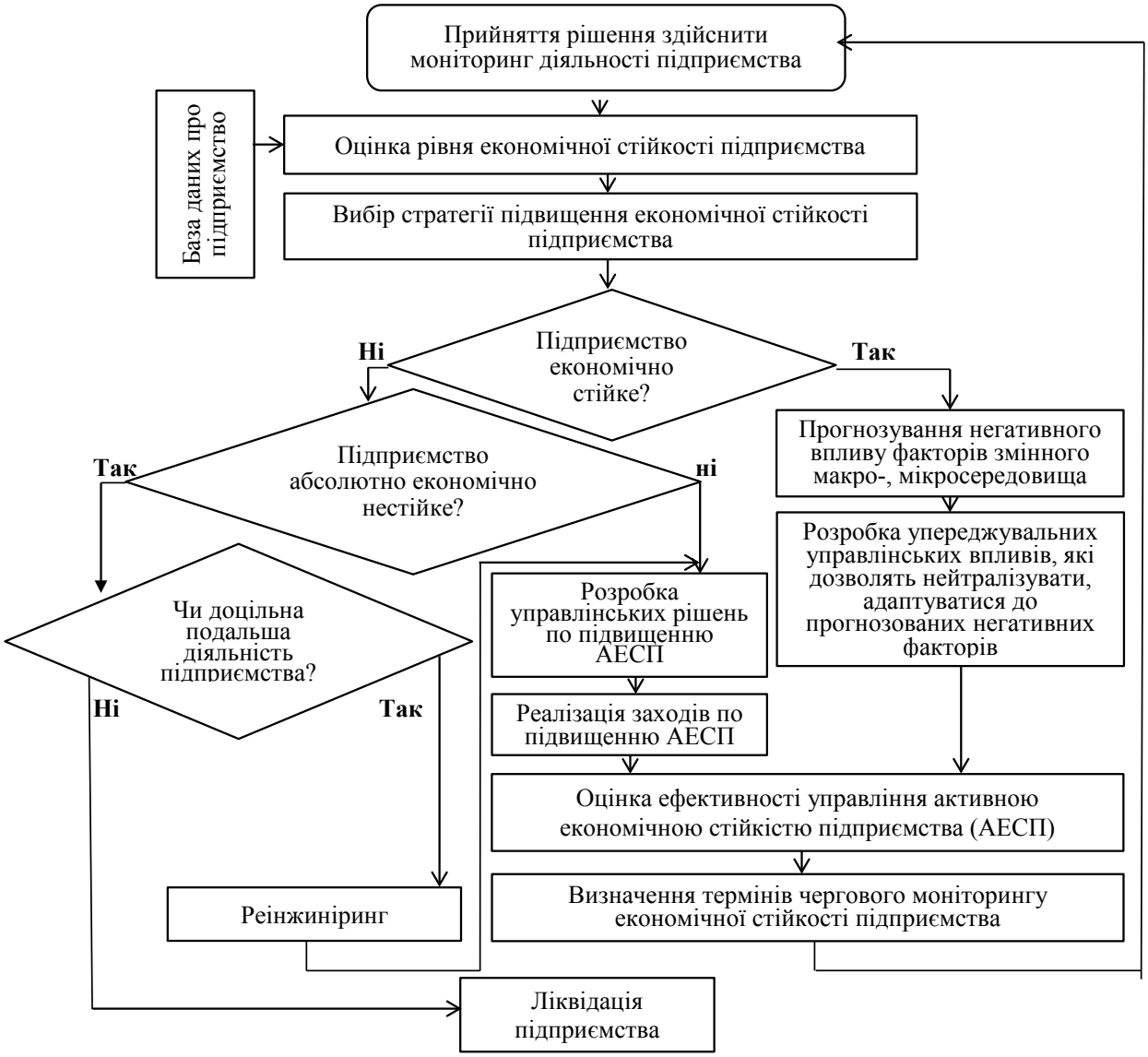


Рис. 1. Блок-схема процесу управління активною економічною стійкістю підприємства

Джерело: розроблено автором

інтелектуального потенціалу підприємства, створення соціальних гарантій персоналу. Будь-яке підприємство, що діє на ринку, зобов'язане систематично здійснювати моніторинг поточного економічного стану.

Економічна стійкість підприємства – це здатність діючого підприємства відновлювати первісний або приймати новий стійкий стан після припинення дії збурень зовнішнього або внутрішнього середовища; здатність під впливом докладених зовнішніх сил не відхиляться від наявних (запланованих) економічних ключових показників за незначних впливів (зміна нормативних актів, зміна вартості ресурсів тощо).

У табл. 2 згруповано фактори мікроекономічного рівня, що впливають на економічну стійкість підприємства в процесі забезпечення його конкурентоспроможності.

Існує безліч підходів до визначення поняття стійкості, адже стійкість на рівні підприємства залежить від збалансованого поєднання виробничих, соціальних, кадрових, маркетингових, технологічних, фінансових, екологічних та управлінських підсистем, що піддаються впливу зовнішніх і внутрішніх факторів задля досягнення заздалегідь позначених результатів.

Оцінювання економічної стійкості підприємства, на нашу думку, має проводитися за вісьмома критеріями, такими як прибутковість та ефективність управління; фінансова стійкість; виробничий потенціал; ділова активність; надійність; інноваційна активність; адаптивність; соціальна активність.

На сучасному етапі становлення ринкових відносин все більш очевидною стає необхідність якнайшвидшого переходу вітчизняних підприємств на випуск нової конкурентоспроможної продукції. Вирішення цього завдання неможливе без залучення в економіку значних фінансових ресурсів. Недостатність грошових ресурсів гальмує будь-які спроби розширити й обновити виробництво. Значні за обсягом інвестиції вимагають тривалих термінів кредитування, економічної довіри між підприємствами, інвесторами, банком і державою. На прийняття інвестиційних рішень особливий вплив здійснюють надійність партнерів, їх стійке положення на ринку виробників і конкурентів [5].

Задля досягнення економічної стійкості підприємств існують суперечності між реальними та формальними інститутами, що закріплюють право власності на засоби виробництва й кінцевий продукт діяльності підприємства; між ринковим принципом автономії організації та функціонуванням приватного підприємства, коли зберігаються елементи залежності, що є традиційними для монопольної організації господарства в командній економіці; між потребами в обігових коштах і дефіцитом грошової маси в обігу; між потребами в інвестиціях та високою процентною ставкою, термінами кредиту; між високими темпами інфляції та неплатежами партнерів; між власниками підприємства та найманими працівниками з питань організації та оплати праці, а також за напрямами використання прибутку. Ці протиріччя поділяються на зовнішні й внутрішні, але є взаємопов'язаним цілим, відображаючи складність досягнення гомеостазу підприємства та його ефективної взаємодії з господарським середовищем [2].

Механізм досягнення економічної стійкості підприємства включає розроблення та впровадження конкретних програм розвитку підприємства й забезпечення його стабільного фінансового стану; створення комплексної системи управління, координації та реалізації цільових програм економічного й соціального розвитку; переозброєння та реконструкції нині діючих підприємств на новій технічній та технологічній основі; забезпечення випуску високоякісних споживчих і конкурентоспроможних товарів.

Розроблення та впровадження системи управління активною економічною стійкістю підприємства (АЕСП) розглядається як проєкт, реалізація якого заснована на методології управління проєктами й складається з трьох основних етапів. Послідовність етапів розроблення та впровадження системи управління АЕСП представлена на рис. 1.

АЕСП представлена на рис. 1.

Як індикатори економічної стійкості підприємства доцільно не тільки використовувати різноаспектні показники, такі як прибутковість, ефективність управління, фінансова стійкість, виробничий потенціал і конкурентоспроможність, ділова активність, надійність, інноваційна активність, адаптивність і соціальна стійкість, але й структурувати їх в ієрархічну систему, яка забезпечить їх субординацію й координацію. Ця система повинна бути адекватною аналізу економічної стійкості підприємства, набору стратегічних і тактичних складових частин, спрямованих на визначення та досягнення її високого ступеня [6].

Висновки з проведеного дослідження. Економічна стійкість нерозривно пов'язана з поняттями надійності, динамічності, мобільності, стабільності.

Вищою формою стійкості є збереження стану рівноваги, незважаючи на вплив зовнішнього й внутрішнього середовища.

Для забезпечення стійкості необхідно дотримуватися балансу між чисельністю населення й наявними природними ресурсами. Слід враховувати потребу однієї галузі й кількість виробленої продукції в суміжних галузях, при цьому не варто нехтувати потребами майбутніх поколінь.

Сталий розвиток сільського господарства загалом неможливий без підвищення стійкості окремих агроформувань.

У зв'язку з вищевикладеним необхідно проводити дослідження діяльності різних сільськогосподарських підприємств задля виявлення проблем та перспектив їх розвитку, а в подальшому для вдосконалення механізму їх функціонування й підвищення стійкості розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Афанасьев В.Н. Статистический анализ основных социально-экономических индикаторов экономики оренбургской области. *Вестник НГУЭУ*. 2013. № 4. С. 101–125.

2. Богінська Л.О. Шляхи удосконалення системи управління агросферою в світлі концепції сталого розвитку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2011. Спецвип. 33. Ч. 1. С. 31–34.

3. Кувшинов М.А. Поняття управління сталим розвитком соціально-економічної системи муніципальної освіти. *Молодий вчений*. 2011. № 7. Т. 1. С. 86–91.

4. Основы устойчивого развития : учебное пособие / под общ. ред. Л.Г. Мельника. Сумы : Университетская книга, 2005. 654 с.

5. Попова О.Л. Сталий розвиток агросфери України: політика і механізми. Київ : НАН, Інститут економіки та прогнозування, 2009. 352 с.

6. Челблоков А.Т. Стабильное производство – основа устойчивости предприятия. *Финансы*. 1995. № 8. С. 18–24.

REFERENCES:

1. Afanas'ev V.N. (2013) Statisticheskij analiz osnovnyh social'no-jekonomicheskih indikatorov jekonomiki orenburgskoj oblasti [Statistical analysis of the main socio-economic indicators of the economy of the Orenburg region] [Jelektronnyj resurs]. *Vestnik NGUJeU*. Vol. 4, pp. 101–125.

2. Bohinska L.O. (2011). Shliakhy udoskonalennia systemy upravlinnia ahrosferoiu v svitli kontseptsii staloho rozvytku [Ways to improve the agrosphere management system in light of the concept of sustainable development]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu, seriia "Ekonomika"*. Vol. 33, ch. 1, pp. 31–34.

3. Kuvshynov M. A. (2011). Poniattia upravlinnia stalym rozvytkom sotsialno-ekonomichnoi systemy munitsypalnoho osvity [The concept of sustainable development management of socio-economic system of municipal education]. *Molodyi vchenyi*. Vol. 7. T. 1, pp. 86–91.

4. Osnovy ustojchivogo razvitija (2005) [Fundamentals of sustainable development] : ucheb. posobie / pod obshh. red. L.G. Mel'nika. Sumy : Universitetskaja kniga. (in Ukrainian)

5. Popova O.L. (2009). Stalyi rozvytok ahrosfery Ukrainy: polityka i mekhanizmy [Sustainable development of Ukraine's agrosphere: policy and mechanisms]. NAN, In-t 4. Ekonomika ta upravlinnia pidpryiemstvamy ekonomiky ta prohnozuvannia. Kyiv. (in Ukrainian)

6. Chelblokov A.T. (1995) Stabil'noe proizvodstvo osnova ustojchivosti predprijatija [Sustainable production is the foundation of enterprise sustainability]. *Finansy*. Vol. 8, pp. 18–24.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК АКТУАЛЬНИЙ НАПРЯМ СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

INFORMATION SUPPORT OF THE MANAGEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE AS THE ACTUAL DIRECTION OF MODERN SCIENTIFIC RESEARCHES

УДК 658.5:338.1
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-40

Кондратьєв Б.О.
аспірант
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Єршова Н.Ю.
д.е.н., доцент, професор кафедри
економічного аналізу та обліку
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Kondratiev Bogdan
National Technical University
“Kharkiv Polytechnic Institute”
Iershova Natalia
National Technical University
“Kharkiv Polytechnic Institute”

У статті представлено інформаційне забезпечення управління сталим розвитком підприємства як актуальний напрям наукових досліджень. Визначено важливість впровадження концепції сталого розвитку в практичну діяльність підприємств. Проведені емпіричні дослідження дали змогу виявити проблеми, що ускладнюють широке впровадження концепції на практиці, а також систематизувати загальні тенденції функціонування інформаційного забезпечення на підприємствах. Досліджено типи інформаційних потоків, які покладено в основу розробленого й запропонованого алгоритму інформаційного забезпечення управлінських рішень. Представлено принципову схему розроблення системи показників сталого розвитку підприємства, що дає змогу враховувати цільові орієнтири підприємства у сфері сталого розвитку на різних рівнях управління, забезпечує збалансованість фінансових і нефінансових показників і дає можливість здійснювати моніторинг ступеня реалізації стратегії сталого розвитку.
Ключові слова: *сталий розвиток, стратегія сталого розвитку, система показників, інформаційне забезпечення, підприємство.*

В статье представлено информационное обеспечение управления устойчивым развитием предприятия как актуальное направление научных исследований. Определена важность внедрения концепции устойчивого развития в практическую деятельность предприятий. Проведенные эмпирические исследования позволили выявить проблемы, затрудняющие широкое внедрение концепции на практике, а также систематизировать общие тенденции функционирования информационного обеспечения на предприятиях. Исследовано типы информационных потоков, которые положены в основу разработанного и предложенного алгоритма информационного обеспечения управленческих решений. Представлена принципиальная схема разработки системы показателей устойчивого развития предприятия, что позволяет учитывать целевые ориентиры предприятия в области устойчивого развития на разных уровнях управления, обеспечивает сбалансированность финансовых и нефинансовых показателей и дает возможность осуществлять мониторинг степени реализации стратегии устойчивого развития.
Ключевые слова: *устойчивое развитие, стратегия устойчивого развития, система показателей, информационное обеспечение, предприятие.*

The article provides information support for the sustainable development of the enterprise as an actual direction of scientific research discusses. The importance and relevance of introducing the concept of sustainable development into the practical activities of enterprises is defined. Empirical studies have allowed identifying and systematizing the Problems that make it difficult to use the concept of sustainable development in the practice of enterprises investigated by empirical methods. General trends in the functioning of information support at manufacturing enterprises are identified and analyzed. An algorithm for information support of management decisions has been developed. The process of information support of management decisions consists of several stages. At the first stage, the analyst selects information resources from external and internal sources. At the second stage, the analyst processes the data using analytical methods. As a result, analytical information is generated. The use of analytical information is important in making forecasts and developing alternatives. Measurement, processing and dissemination of information about the activities of the enterprise as a feedback chain within the control system are considered. An analysis of the strengths and weaknesses of various types of indicators is presented. The basic scheme for the development of a system of indicators for sustainable development of an enterprise has been developed. In accordance with the factors of sustainable development of the enterprise and the development priorities of groups of goals related to economic efficiency, environmental safety, and social stability are highlighted. Indicators of social sustainability and relationships with major stakeholder groups are characterized. Indicators for evaluating economic efficiency are defined. The importance of environmental safety indicators to reflect the state of energy efficiency and energy conservation at the enterprise is defined. The standards governing key areas of corporate sustainability reporting have been reviewed. The importance of applying an integrated approach to the implementation of the principles of sustainable development in the operational activities of the enterprise has been proven.
Key words: *sustainable development, sustainable development strategy, scorecard, information support, enterprise.*

Постановка проблеми. Зміна економічних реалій закономірно впливає на зміну управлінських підходів. Сталий розвиток є сучасною концепцією, яка об’єднує соціальні, екологічні та економічні аспекти життєдіяльності суб’єктів господарювання. Забезпечення сталого розвитку підприємств в умовах сьогодення залежить, крім удосконалення внутрішньогосподарської діяльності загалом, від того, наскільки інформаційне забезпечення задовольняє вимоги системи управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зарубіжній літературі проблема сталого розвитку є однією з найбільш актуальних і широко досліджуваних як на макро-, так і на мікрорівнях. Істотний внесок в осмислення необхідності екологічної та соціальної орієнтації економіки здійснили Х. Дейлі, Д.Х. Медоуз, Д.Л. Медоуз, К. Холлінг, Дж. Форрестер, А. Ендерс, Дж. Елкінгтон. Піонером у становленні концепції корпоративного сталого розвитку (Corporate Sustainable Development) став Дж. Елкінгтон, який у 1994 році ввів поняття триєдиного підсумку (“triple bottom line”), що актуалізувало аналіз соціально-економічного впливу компаній [1]. На мікрорівні розглядаються переважно

окремі аспекти сталого розвитку. Так, найбільш актуальними сучасними напрямами наукових досліджень є стійке управління ланцюгами поставок (К. Картер, С. Матос, Д. Роджерс), ефективні взаємини із зацікавленими сторонами в рамках реалізації стратегії сталого розвитку (Р. Фріман, К. Фюсслер, Т. Холмс, Д. Еклінгтон), вплив сталого розвитку на операційну діяльність (Л. ван Вассенхав, П. Кляйндорфер), розроблення системи показників сталого розвитку (Г. Аззоне, Л. Браат, Р. Велфорд, Р. Хайнс, А. Уорхьорст) [2; 3].

Про вагомий внесок у теоретичні та практичні дослідження проблем інформаційного забезпечення управління сталим розвитком економічних суб'єктів свідчать розробки вітчизняних та зарубіжних учених, таких як О. Білоус, В. Амітан, К. Боумен, В. Василенко, В. Годін, Р. Гріффін, І. Дмитрук, Н. Єршова, О. Єфімова, Я. Клейнер, М. Мельникова, О. Пушкар, В. Савчук, І. Смачило [4; 5]. Аналіз публікацій учених дає змогу говорити про їхню високу наукову й практичну цінність. Проте потребують подальшого розвитку теоретичні основи формування інформаційного забезпечення системи управління, складання звітності про сталий розвиток з урахуванням інформаційних запитів зацікавлених сторін.

Постановка завдання. Підприємство є відкритою соціально-економічною системою, яка вбудована у зовнішнє середовище, де постійно відбувається обмін інформацією. Ефективність управління діяльністю підприємства визначається якістю інформаційного забезпечення, що дає можливість скоординувати всі елементи системи управління для досягнення сталого розвитку. Метою статті є дослідження інформаційного забезпечення управління сталим розвитком підприємства як актуального напряму наукових досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичною основою концепції сталого розвитку є теорія рівноваги, яка набула великого поширення в соціально-економічних науках, зокрема в економіці [6]. Визначення сталого розвитку суб'єкта господарювання, що відображає взаємозв'язок між економічним розвитком і соціальними та екологічними обмеженнями, в категоріях мікроекономіки, за О. Єфимовою, означає довгострокову стратегію, засновану на оцінюванні взаємодії та комплексному управлінні найважливішими фінансовими й нефінансовими факторами створення вартості компанії (економічними, соціальними й екологічними) для забезпечення довгострокової стійкості компанії» [7, с. 42]. В основі процесу управління сталим розвитком підприємства покладено систему управління, що дає змогу цілісно й комплексно підходити до процесу взаємодії різних підсистем, які беруть участь в управлінських процесах. Стратегія сталого розвитку, заснована на ключових факторах стійкості, дасть змогу підприємству розробити комплексний підхід до управління сталим розвитком, визначити конкретні цілі сталого розвитку по кожному з виділених напрямів, а також розробити систему показників для оцінювання ступеня досягнення поставлених цілей. Водночас на поточний момент існують методологічні проблеми, що ускладнюють широке впровадження концепції на практиці. Задля їх встановлення було проведено опитування у вигляді телефонного інтерв'ювання топ-менеджерів тридцяти середніх та малих виробничих підприємств м. Харкова (рис. 1).

Як можна побачити на рис. 1, на відсутність загальноприйнятої системи звітності вказали 93,3% топ-менеджерів, які були опитані і працюють на цих підприємствах. На відсутність інформаційної бази для управління сталим розвитком підприємства вказали 100% опитаних топ-менеджерів. На відсутність аналітичного інструментарію, включаючи систему показників сталого розвитку й коректну методику їх аналізу, вказали 67,7% опитаних топ-менеджерів та 60% керівників підприємств, які на них працюють. Все це робить необхідним подальше дослідження основних підходів

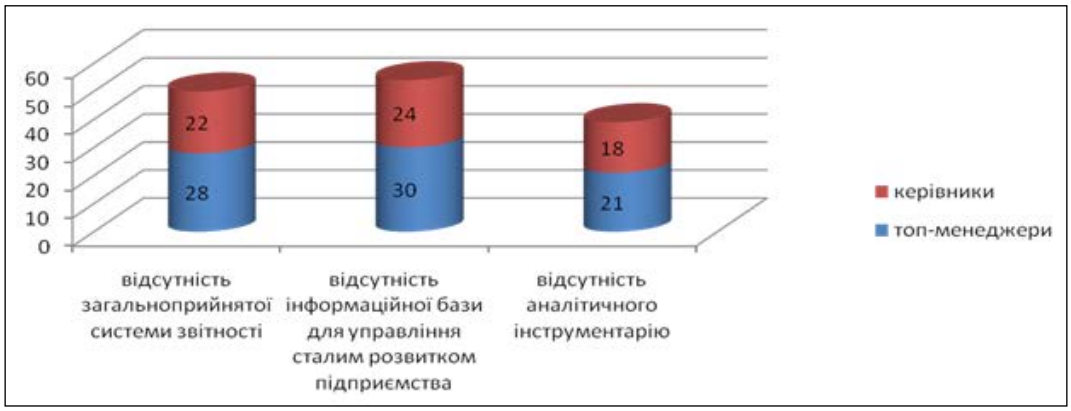


Рис. 1. Узагальнення результатів опитування задля встановлення проблем, що ускладнюють впровадження концепції сталого розвитку, %

Джерело: розраховано авторами

до формування інформаційної бази управління сталим розвитком підприємства, розроблення системи показників сталого розвитку.

Задля визначення загальних тенденцій функціонування інформаційного забезпечення на виробничих підприємствах та його ролі в управлінні сталим розвитком ми проаналізували процес прийняття управлінських рішень на досліджуваних підприємствах за допомогою методу анкетування. Анкету, що містить питання стосовно всіх аспектів, пов'язаних з підготовкою, прийняттям та реалізацією управлінських рішень, запропоновано топ-менеджерам тридцяти виробничих підприємств. Отримано такі дані: у 63% випадків мотивом прийняття управлінських рішень є реакція на виникнення незапланованої ситуації, як правило, негативної; майже 75% респондентів здійснює оцінювання ризику вже прийнятого рішення замість оцінювання альтернативних рішень і вибору оптимальних варіантів з коригуванням на ризик; досконало володіють методами оцінювання та мінімізації ризику лише 12%; кількісно оцінюють фактори, що впливають на ефективність рішень, лише 7%; 95% респондентів беруть їх до уваги; ще 5% ігнорують їх. Проблеми у сфері інформаційного забезпечення мають майже всі респонденти, незважаючи на те, що на всіх підприємствах, топ-менеджмент яких брав участь в опитуванні, функціонують автоматизовані системи управління (рис. 2).

Серед головних претензій щодо прийняття рішень топ-менеджментом, що висувалися до фінансово-економічних програм, які зараз функціонують на їх підприємствах, слід назвати такі: інформація подається у форматі, не зручному для використання (83%); впровадження ліцензованих програм є дорогим (60%); програма складна в експлуатації та потребує додаткових навиків (73%). Проведене дослідження дає змогу стверджувати, що головним напрямом підвищення ефективності управлінських рішень є вдосконалення інформаційного забезпечення.

Важливим є те, що у 1997 році Коаліцією за екологічно відповідальний бізнес в партнерстві з програмою ООН з навколишнього середовища було розроблено Керівництво глобальної ініціативи зі звітності у сфері сталого розвитку

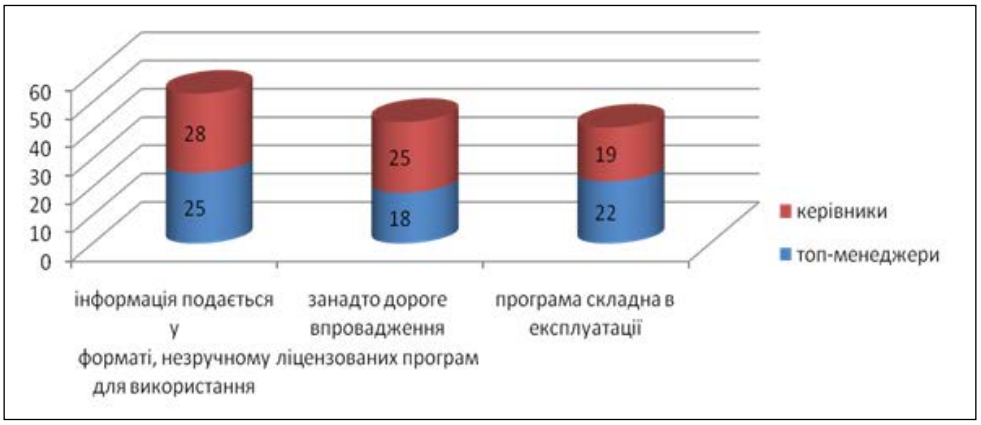


Рис. 2. Узагальнення результатів опитування задля встановлення проблем фінансово-економічних програм на підприємствах, %

Джерело: розраховано авторами

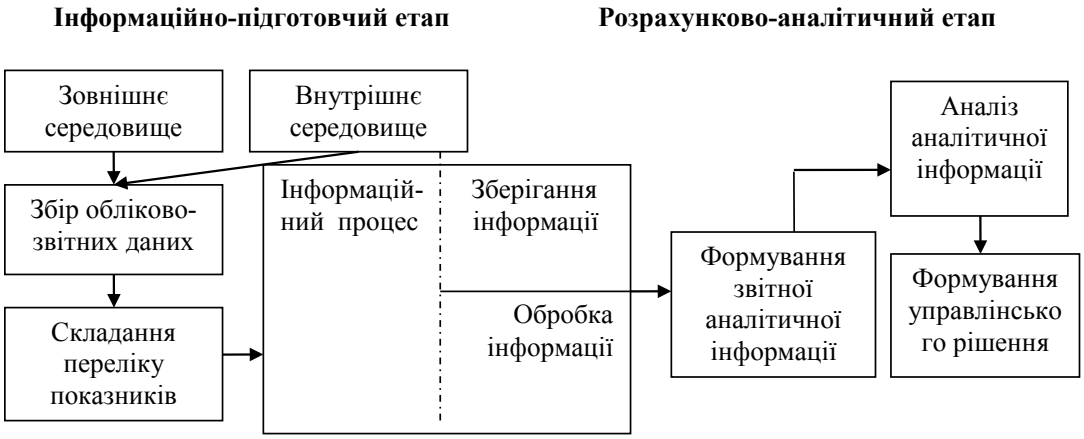


Рис. 3. Алгоритм інформаційного забезпечення управлінських рішень

Джерело: складено авторами

(Guidelines of Global Reporting Initiative, GRI) [8]. Четверте покоління звітності у сфері сталого розвитку (G4) включає 90 показників результативності компаній за трьома напрямами, абсолютну більшість яких складають кількісні: економіка – 9 показників, екологія – 34 показники, соціальна політика (праця, права людини, суспільство) – 47 показників. Відомо, що інформація, на основі якої приймають управлінські рішення, має великий вплив на їх якість та ефективність. У зв'язку з цим науковці [9; 10], позицію яких щодо цього питання ми поділяємо, виділяють такі три типи інформаційних потоків: внутрішньофірмова інформація, яка формується управлінським персоналом і використовується для організації управління; зовнішня інформація, отримана підприємством ззовні (відомості про конкурентів, постачальників, дослідження фінансового ринку); вихідна інформація, яка формується на підприємстві й свідомо передається різними офіційними та неофіційними каналами у зовнішнє середовище. Організацію інформаційних потоків у вигляді системи пов'язують із поняттям інформаційного забезпечення. Виходячи із завдань, які постають перед інформаційним забезпеченням, ми розробили алгоритм його функціонування як виду діяльності. Він складається з декількох етапів. Отже, перший етап полягає у виборі інформаційних ресурсів із зовнішніх та внутрішніх джерел, причому як облікових, так і позаоблікових, які становлять первинні аналітичні дані; на другому етапі дані перетворюються на аналітичну інформацію, необхідну для прийняття рішень, проводиться аналіз цієї інформації, вона використовується для складання прогнозів і розроблення альтернатив, нарешті, відбувається розроблення управлінського рішення (рис. 3).

Як відомо, показники є найефективнішим способом збирання та передачі інформації цільовим групам, оскільки узагальнюють великий обсяг складної інформації про діяльність підприємства в доступній, легко керованій кількісній та якісній формах. Цілі розрахунку показників для оцінювання сталого розвитку підприємства різні: діагностика проблем, завчасне попередження, оцінювання тенденцій, порівняння з конкурентами, пошук шляхів розвитку, допомога зовнішнім користувачам в розумінні й реагуванні на динаміку розвитку, незважаючи на те, що вимірювачі діяльності поділяють вихідне припущення про те, що своєчасна, акуратна й значима інформація про поточну ситуацію є необхідною умовою досягнення успіху в майбутньому. Вимірювання, оброблення та поширення інформації про діяльність підприємства можна розглядати як ланцюг зворотного зв'язку всередині системи управління. У табл. 1 представлено порівняльну характеристику показників.

Відповідно до факторів сталого розвитку підприємства й пріоритетів розвитку по кожному напряму на першому рівні декомпозиції мають бути виділені кілька груп цілей, що належать до економічної ефективності, екологічної безпеки, соціальної стабільності, а також взаємовідносин із зацікавленими сторонами. Для вимірювання цілей кожної з виділених груп має бути сформована система показників, досягнення (виконання) яких має оцінюватися шляхом зіставлення цільових орієнтирів (операційних завдань) і фактичних значень показників. На рис. 4 представлено принципову схему формування системи показників сталого розвитку відповідно до описаного вище підходу.

Запропонований підхід дає змогу враховувати цільові орієнтири підприємства у сфері сталого розвитку на різних рівнях управління, забезпечує

Таблиця 1

Порівняльна характеристика показників

Параметр	Коментар
Інформація на вході/виході	Управління сталим розвитком передбачає формування системи інформації на вході й виході, в якій під вхідною інформацією розуміються фінансові, людські та технічні ресурси, що належать до менеджменту, тоді як вихідна інформація є джерелом або впливом на прийняття управлінських рішень із забезпечення сталого розвитку.
Агреговані та багатовимірні показники	Індикатори можна розділити на дві групи відповідно до того, яким показником вони є: одним агрегованим показником (індексом) чи системою показників.
Нормативні показники й порівняльні ринкові індикатори	Прикладним призначенням нормативних показників і порівняльних ринкових індикаторів є встановлення бази порівняння. У науковому й професійному співтоваристві не припиняються дискусії щодо того, чи існує абсолютний стандарт, тобто ідеальний тип, порівняно з яким можна оцінювати діяльність компанії, або тільки відносний рівень, який визначається кращою практикою найбільш успішних конкурентів в галузі.
Нормалізовані й абсолютні	Нормалізовані показники – це показники, стандартизовані відповідно до визначеного спільним знаменником для полегшення процесу порівняння. Абсолютні показники відображають фактичне значення у визначених натуральних, вартісних або інших одиницях виміру.
Статичні й динамічні показники	Відносні показники статичних індикаторів, які відображають події в даний конкретний момент часу, та динамічні показники, що відображають динаміку індикаторів.

Джерело: узагальнено авторами на основі [9; 10]

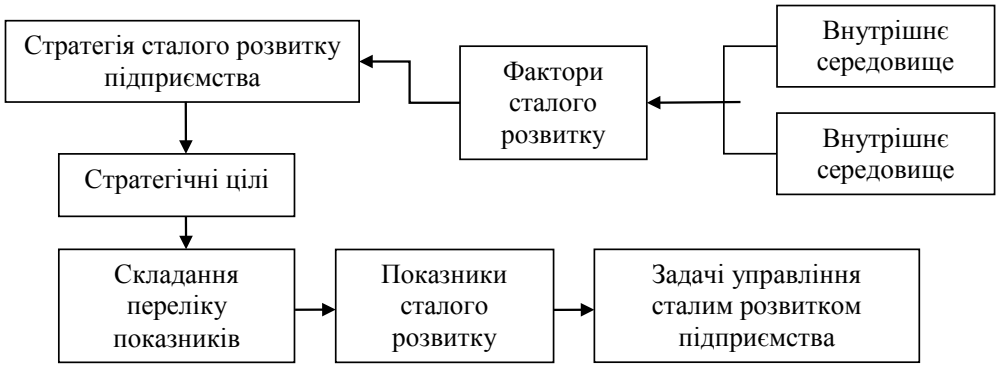


Рис. 4. Принципова схема розроблення системи показників сталого розвитку підприємства

Джерело: складено авторами

збалансованість фінансових і нефінансових показників, дає можливість здійснювати моніторинг ступеня реалізації стратегії сталого розвитку.

Вибір показників для оцінювання економічної ефективності спрямований на відображення ступеня досягнення економічних цілей. Таким чином, основними користувачами таких показників є саме підприємство й група стейкхолдерів, які мають комерційний інтерес, наприклад акціонери. Під час формування відповідного набору показників необхідно дотримуватися певного балансу для того, щоби рівномірно відбити всі аспекти економічної діяльності, а саме фінансову діяльність, конкурентні переваги, якість послуг, використання ресурсів, інновації.

Показники соціальної стійкості та взаємин з основними групами зацікавлених сторін відображають стан трудової практики на підприємстві, взаємовідносини з місцевими громадами, постачальниками та підрядниками, соціальний внесок продукту підприємства.

Показники екологічної безпеки відображають стан енергоефективності та енергозбереження на підприємстві, зокрема викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря, величину викидів забруднюючих речовин у водні об'єкти, обсяг енергії, спожитої компанією за звітній рік, загальну кількість відходів.

Нині не існує чітко розробленої системи кількісних цільових індикаторів управління корпоративним сталим розвитком, що ускладнює реалізацію компаніями відповідних принципів. При цьому протягом декількох років формується практика складання звітів з корпоративного сталого розвитку та його елементів. Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO) розроблені стандарти, які регламентують ключові напрями, що формують корпоративний сталий розвиток компанії, а саме ISO 14001: 2004 «Система екологічного менеджменту», ISO 9001: 2008 «Системи менеджменту якості. Вимоги», ISO 50001: 2011 «Система енергетичного менеджменту» [11; 12]. Стандарти є добровільними й не містять показники оцінювання відповідних напрямів діяльності компаній та кількісні параметри. Мета стандартів полягає у впровадженні певних процедур і принципів діяльності компаній, що сприяють зниженню навантаження на навколишнє середовище, підвищенню безпеки праці персоналу, скороченню енерговитрат.

Висновки з проведеного дослідження. Доведено, що стратегія сталого розвитку, яка заснована на ключових факторах стійкості, дасть змогу менеджменту підприємства визначити конкретні цілі сталого розвитку за кожному виділеному напрямі, а також розробити систему показників для оцінювання ступеня досягнення поставлених цілей. Проведено узагальнення результатів опитування задля встановлення проблеми, що ускладнюють широке впровадження концепції сталого розвитку на підприємствах. Запропонований алгоритм інформаційного забезпечення управлінських рішень дасть змогу вибудувати ефективну систему взаємовідносин з ключовими групами зацікавлених сторін, спрямовану на усунення інформаційних розривів і зниження репутаційних ризиків. Принципова схема розроблення системи показників сталого розвитку підприємства підкреслює важливість застосування комплексного підходу до впровадження принципів сталого розвитку в операційну діяльність підприємства. Перспективи подальших досліджень полягають в розвитку методів управління сталим розвитком підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Elkington J. Cannibals with Forks: The Triple. Bottom Line of 21st Century Business. Capstone, Oxford, 1997. 402 p.

2. Медоуз Д., Рандерз Й. Пределы роста. 30 лет спустя / пер. с англ. Москва : Академкнига, 2008. 342 с.

3. Урсул А., Урсул Т. Становление и сущность устойчивого развития. Введене в теорию устойчивого развития. Москва : Юнити-Дана, 2002. 687 с.

4. Єршова Н. Інтегрована система обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства. *Розвиток і становлення обліку, аудиту та управління фінансово-економічною безпекою за роки незалежності України* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (12–13 травня 2016 року). Дніпро : ННІЕ, 2016. С. 36–40.

5. Фоміна М. Сталий розвиток в умовах глобалізації: протиріччя та чинники. *Сталий розвиток економіки*. 2011. № 7. С. 6–12.

6. Рач В., Маматова Т. Методологічний підхід щодо визначення вектора руху системи. *Сучасні інформаційні та енергозберігаючі технології життєзабезпечення людини*. 2003. № 13. С. 403–406.

7. Ефимова О. Анализ устойчивого развития компании: стейкхолдерский поход. *Экономический анализ: теория и практика*. 2013. № 45 (348). С. 41–52.

8. Руководство по отчетности в области устойчивого развития. URL: https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/RussianFSSS-G3-ReportingGuidelines.pdf (дата звернення: 25.01.2020).

9. Єршова Н. Інформаційно-комунікаційне забезпечення прийняття управлінських рішень економічними суб'єктами. *Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка.* 2013. №. 39 (1). С. 96–101.

10. Тычинина Н. Теоретическое обоснование содержания учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития предприятия. *Вестник ОГУ*. 2009. № 2. С. 103–107.

11. ISO 9001:2008 Quality management systems – Requirements. URL: http://www.bot.or.th/Thai/Banknotes/banknotes%20management_1/Documents/ISO900 1eng.pdf.

12. ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility (Настанова щодо соціальної відповідальності). [First edition 2010-11-01]. Published in Switzerland : ISO, 2010. 106 p.

REFERENCES:

1. Elkington J. (1997) Cannibals With Forks: The Triple. Bottom Line of 21st Century Business. Capstone, Oxford, 402 p.

2. Medouz D., Randerz Y. (2008) Predely rosta. 30 let spustya [The limits of growth. 30 years later]. Moscow : Academic Book, 342 p. (in Russian).

3. Ursul A., Ursul T. (2002) Stanovlenie i sushchnost' ustoychivogo razvitiya. Vvedene v teoriyu ustoychivogo razvitiya. [The formation and essence of sustainable development. Introduced into the theory of sustainable development]. Moscow : Yuniti-Dana. 687 p. (in Russian).

4. Jershova N. (2016) Integhrovana systema oblikovo-analitychnogho zabezpechennja procesiv rozrobky ta realizaciji strateghij rozvytku pidpryjemstva [Integrated system of accounting and analytical support for the development and implementation of enterprise development strategies]. Proceedings of the Rozvytok i stanovlennja obliku, audytu ta upravlinnja finansovo-ekonomichnoju bezpekoju za roky nezalezhnosti Ukrajiny (May 12–13, 2016). Dnipro : Proceedings of the Rozvytok i stanovlennja obliku, audytu, pp. 36–40 (in Ukrainian).

5. Fomina M. (2011) Stalyj rozvytok v umovakh ghlobalizaciji: protyrichchja ta chynnyky [Sustainable development in a globalized environment: contradictions and factors]. Sustainable development of economies, no. 7, pp. 6–12 (in Ukrainian).

6. Rach V., Mamatova T. (2003). Metodologhichnyj pidkhid shhodo vyznachennja vektora rukhu systemy [Methodological approach for determining motion vector of the system]. Modern information and energy-saving technologies of human life support, no. 13, 2003, pp. 403–406 (in Ukrainian).

7. Efimova O. (2013) Analiz ustoychivogo razvitiya kompanii: steykkholderskiy pokhod [Analysis of the company's sustainable development: stakeholder approach]. Economic analysis: theory and practice, no. 45 (348), pp. 41–52 (in Russian).

8. Rukovodstvo po otchetnosti v oblasti ustoychivogo razvitiya [Sustainability Reporting Guidelines]. Available at: http://media.rspp.ru/document/1/e/6/e6aef 2d23c03d 8181b6230003f977361 (accessed: 25 January 2018).

9. Jershova N. (2013) Informacijno-komunikacijne zabezpechennja pryjnjattja upravlinsjkykh rishenj ekonomichnymy sub'jektamy [Information and communication support for managerial decision-making by economic entities]. *Uzhgorod University Scientific Bulletin. Economy*, vol. 39 (1), pp. 96–101.

10. Tychinina N. (2009) Teoreticheskoe obosnovanie soderzhaniya uchetno-analiticheskogo obespecheniya ustoychivogo razvitiya predpriyatiya [Theoretical substantiation of the content of accounting and analytical support for sustainable development of the enterprise]. Bulletin of the Orenburg State University, no. 2, pp. 103–107 (in Russian).

11. ISO 9001:2008 Quality management systems – Requirements http://www.bot.or.th/Thai/Banknotes/banknotes%20management_1/Documents/ISO900 1eng.pdf.

12. Nastanova shchodo sotsial'noyi vidpovidal'nosti [ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility Switzerland]. 2010. 106 p.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ БІЗНЕСОМ В УКРАЇНІ
FEATURES OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT IN UKRAINE

УДК 338.58:65.014
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-41

Константинова Т.В.
к.е.н., старший викладач кафедри управління бізнесом
Одеська національна академія харчових технологій
Савченко Т.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри управління бізнесом
Одеська національна академія харчових технологій

Konstantynova Tetyana
Odessa National Academy of Food Technologies
Savchenko Tetyana
Odessa National Academy of Food Technologies

У статті розглянуто переваги та недоліки ведення малого бізнесу в Україні. Останнім часом для підприємців гостро постає проблема ведення бізнесу в умовах жорсткої конкуренції. Як свідчить динаміка з 2016 по 2018 роки, малі підприємства України мають значно більший обсяг реалізації продукції, ніж великі. Однією з проблем функціонування малого бізнесу в Україні є недосконалість системи управління, а саме відсутність чіткої стратегії функціонування справи. Процес управління на малому підприємстві має ґрунтуватись на основних принципах менеджменту, а саме на принципах планування, організації, координації, мотивації та контролю. Недостатня забезпеченість необхідними ресурсами та обмеженість з боку держави не дають змоги малому бізнесу в Україні функціонувати повною мірою. У процесі створення власної справи підприємцю слід вирішити питання про вибір форми підприємництва, посісти своє місце на ринку, сформувати виробничу базу. Актуальність теми визначена перш за все об'єктивно важливою роллю малого підприємництва у сучасній соціально орієнтованій ринковій економіці, перехід до якої є головним вектором реформ в Україні. Мале підприємництво є суттєвою складовою частиною ринкового господарства, невід'ємним елементом конкурентного механізму.

Ключові слова: *малий бізнес, стартап, стратегія управління, конкурентоздатність підприємства, методи управління, моделі управління.*

В статье рассмотрены преимущества и недостатки ведения малого бизнеса в Украине. В последнее время для предпринимателей остро стоит проблема ведения бизнеса в условиях жесткой конкуренции. Как свидетельствует динамика с 2016 по 2018 годы, малые предприятия Украины имеют значительно больший объем реализации продукции, чем большие. Одной из проблем функционирования малого бизнеса в Украине является несовершенство системы управления, а именно отсутствие четкой стратегии функционирования дела. Процесс управления на малом предприятии должен основываться на основных принципах менеджмента, а именно на принципах планирования, организации, координации, мотивации и контроля. Недостаточная обеспеченность необходимыми ресурсами и ограниченность со стороны государства не позволяют малому бизнесу в Украине функционировать полной мерой. В процессе создания собственного дела предпринимателю следует решить вопрос о выборе формы предпринимательства, занять свое место на рынке, сформировать производственную базу. Актуальность темы определена прежде всего объективно важной ролью малого предпринимательства в современной социально ориентированной рыночной экономике, переход к которой является главным вектором реформ в Украине. Малое предпринимательство является существенной составляющей рыночного хозяйства, неотъемлемым элементом конкурентного механизма.

Ключевые слова: *малый бизнес, стартап, стратегия управления, конкурентоспособность предприятия, методы управления, модели управления.*

The article deals with the advantages and disadvantages of doing small business in Ukraine. Recently, the problem of doing business in the conditions of fierce competition is a big problem for entrepreneurs. According to the dynamics from 2016 to 2018, small enterprises of Ukraine have a much larger sales volume than large ones. One of the problems of functioning of small business in Ukraine is the imperfection of the management system, namely the lack of a clear strategy of operation of the case. The process of managing a small business should be based on the basic principles of management: planning, organization, coordination, motivation and control. Talking about the small business management system, it can be stated with certainty that the failure of the management of organizations can lead to a number of problems. Insufficient provision of the necessary resources and limited state resources prevent the small business in Ukraine to function fully. In the process of creating your own business entrepreneur to decide on the choice of form of entrepreneurship, take their place in the market, to form a production base. Small enterprises represent a completely independent and most typical form of organization of economic life of society in the conditions of developed market economy. They have their own specific features, advantages and disadvantages inherent only to their internal patterns of development. Functioning mainly in a specific local market, rapid response to changing market conditions, narrow specialization in a particular segment of the market for goods and services, direct communication with the consumer, the need for a relatively small start-up capital - these characteristics of a small business are its advantages that increase sustainability and their survivability as a structural element of the economy, but under certain conditions, such characteristics become negative, inhibit the development of a particular enterprise, put endangering its existence. The relevance of this topic is primarily determined by the objectively important role of small business in a modern socially oriented market economy, the transition to which is the main vector of reforms in Ukraine. Small business is an essential component of a market economy, an integral element of the competitive mechanism.

Key words: *small business, startup, management strategy, enterprise competitiveness, management methods, management models.*

Постановка проблеми. Розглядаючи економічну сутність малого бізнесу, зазначимо, що малий бізнес є однією з форм організації життя суспільства в умовах ринкової економіки.

Характерною особливістю управління підприємствами малого бізнесу є те, що засновник безпосередньо займається питаннями керівництва, отже, на етапі організації бізнесу стикається з такими проблемами:

– вивчення стану ринку;

– формування виробничої бази та підбір персоналу;

– залучення фінансових ресурсів.

Останнє значною мірою стримує малий бізнес, оскільки жорстка фінансова політика країни не дає змогу таким підприємствам достатньо забезпечити себе обіговими коштами та розширити власне виробництво.

Розглядаючи особливості управління малим підприємством, не можемо оминути увагою роль держави у його регулюванні.

Формування правової бази малого й середнього бізнесу включає гарантування державою права приватної власності, регламентацію

організаційно-правових форм суб'єктів малого та середнього бізнесу, регулювання договірних відносин між суб'єктами ринку, виконання державою ролі арбітра під час вирішення господарських спорів.

Держава регулює монополістичну діяльність за допомогою регулювання цін, тарифів та інших заходів, які спрямовані на обмеження конкуренції [1]. Захист прав споживачів з боку держави здійснюється через систему нормативно-правових актів, що визначають порядок захисту прав споживачів, відповідальність підприємців, систему державного й суспільного захисту споживачів.

Регламентування трудових відносин і підтримання соціального партнерства включають формування трудового законодавства, системи соціального партнерства представників і роботодавців, охорони праці та системи заходів щодо вирішення трудових спорів. Формування податкової системи й перерозподіл доходів здійснюються за допомогою бюджетного планування, прийняття ставок прибуткового податку, податку на прибуток та інших податкових вилучень, а також встановлення системи соціального забезпечення.

Перерозподіл ресурсів реалізується задля фінансування природоохоронних заходів, утримання органів державного управління, забезпечення внутрішньої та зовнішньої безпеки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами розвитку малого бізнесу займались видатні зарубіжні й вітчизняні економісти. Перш за все слід відзначити таких класиків, як Р. Кантільйон, А. Сміт, Ж-Б. Сей, Д. Рікардо, К. Маркс, А. Маршалл, Д. Кейнс. Серед більш пізніх дослідників варто назвати таких, як П. Друкер, А. Каминка, М. Пітерс, Ф. Хайек, Р. Хизрич, Й. Шумпетер.

У роботах Ю. Аніскіна, А. Агеєва, Т. Алімової, А. Блінова, А. Бусигіна, А. Віленського, Е. Герасимової, В. Дуболазова, Н. Єгорової, Г. Клейнера, Л. Колесникової, В. Комарова, Н. Кравченко, М. Лапусти, М. Личагіна, В. Маркової, Г. Мкртчяна, А. Орлова, В. Попкова, В. Савельєва, В. Титова, А. Юсупової, Е. Ясина та інших учених знайшли відображення важливі питання щодо аналізу проблем підприємництва й пропозиції шляхів їх вирішення, включаючи різні види моделювання та організаційно-економічні заходи.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення аспектів ведення малого бізнесу в Україні, дослідження впливу державного регулювання на малий бізнес. Коло непростих проблем пов'язане із соціальним захистом підприємницької діяльності. Вирішено, що на основі розподілу суспільних фондів система соціальних гарантій і соціального забезпечення, яка діяла раніше, в умовах нинішнього перехідного періоду виявилась практично підірваною. Потрібно будувати цю систему заново щодо всього суспільства, а щодо підприємців, що складають новий соціальний прошарок, – тим більше.

Виклад основного матеріалу дослідження. Говорячи про ведення малого бізнесу в Україні, маємо відзначити його переваги та недоліки. До недоліків віднесемо нестійкість підприємницьких структур, залежність від економічних показників, обмеженість фінансових ресурсів, комерційний ризик, а до переваги – швидкий строк окупності, забезпечення необхідної мобільності в умовах ринку.

Нині Україна переживає тяжку економічну ситуацію у зв'язку зі світовою кризою, що вплинуло на діяльність малого бізнесу [3, с. 112–116]. В цей період має проводитися підтримка сектору малого підприємництва, що позитивно відобразиться на економічному стані держави загалом. Щоби стимулювати розвиток малого підприємництва, слід виконувати або вдосконалювати такі пункти:

1) система оподаткування малих підприємств;

2) державне фінансування розвитку малих підприємств та малого бізнесу;

3) введення усіх європейських норм ВТО в дію;

4) спрощена система кредитування для малого бізнесу.

Сьогодні в Україні налічується 250 тисяч підприємств малого бізнесу, кадровий резерв яких становить майже два мільйони осіб. На 10 тисяч жителів припадають 55 маленьких підприємств, що не відповідає потребам економіки України. Доходи малого бізнесу приносять до українського бюджету лише 9% до ВВП.

Для того щоби малий бізнес міг розвиватися, приватному підприємцю або фермеру необхідно, по-перше, зрозуміти чіткі й зрозумілі правила гри, а по-друге, мати можливість нормально, тобто під патронажем уряду й за допомогою консалтингових структур, довести будь-яку свою ідею до реалізації. Управління малим підприємством у таких умовах потребує від керівника:

– формування чіткої моделі управління;

– швидкої реакції на зовнішнє середовище;

– наявність компетентності у своїй сфері діяльності.

Формування бізнесу з нуля – це дуже складний процес, за даними проєкту "Unlimit Ukraine", індекс малого бізнесу склав 2,7 із 5 можливих через високе податкове навантаження.

Висновки з проведеного дослідження. Аналізуючи наведені дані, зазначимо, що малий бізнес в Україні на цьому етапі переживає проблемний стан, але не позбавлений позитивних якостей. Вирішення проблеми підприємців потрібно розпочинати перш за все з реформування системи управління організацією. По-перше, побудова системи управління персоналом в організаціях малого бізнесу має свої закономірності та проблеми, багато в чому відмінні від систем управління персоналом великих організацій. По-друге, кадровий менеджмент малих організацій має спрямовуватися насамперед на забезпечення

ефективності діяльності персоналу, а також на інструменти її підтримки з урахуванням обмежень малого бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про державну підтримку малого підприємництва : Закон України від 19 жовтня 2000 року № 2063-111.

2. Бусек Ю. Малые и средние предприятия: политика и управление. *Проблеми теории и практики управления*. 2002. № 2. С. 64–70.

3. Ваганов К., Кириченко О. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 1. С. 103–118.

4. Безус П. Управління змінами обсягів виробництва. *Економіка та держава*. 2017. № 2. С. 66–68.

5. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2015. 454 с.

6. Кирич Н. Ефективне використання трудових ресурсів як фактор стабілізації функціонування підприємств. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 3. С. 39–42.

7. Іванілов О. Економіка підприємства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 728 с.

REFERENCES:

1. About state support for small business: Law of Ukraine of 19.10.2000 № 2063-111.

2. Busek Y. (2002) Malye i srednie predpriyatiya: politika i upravlenne [Small and medium-sized enterprises: politics and management]. Problems of management theory and practice, no. 2, pp. 64–70.

3. Vaganov K., Kirichenko O. (2008) Stratehiia rozvytku maloho ta serednoho biznesu v Ukraini [Strategy of development of small and medium business in Ukraine]. Actual problems of economy, no. 1, pp. 103–118.

4. Bezus P. (2017) Upravlinnia zminamy obsiahiv vyrobnytstva [Upravlinnja zminami obsjagiv virobnictva]. Ekonomika ta derzhava, no. 2, pp. 66–68.

5. Porter M. (2015) Konkurentnaja strategija. Metodika analiza otraslej i konkurentov[Konkurentnaya strategiya. Metodika analiza otrasley i konkurentov]. Moskva : Al'pina Biznes Buks (in Russian).

6. Kirich N. (2009) Efektivne vikoristannja trudovih resursiv jak faktor stabilizacii funkcionuvannja pidpriemstv [Effective use of labor resources as a factor in stabilizing the functioning of enterprises]. Ukraina: aspekti praci, no. 3, pp. 39–42.

7. Ivanilov O. (2009) Ekonomika pidpriemstva [Business Economics]. Kyiv : Centr uchbovoi literaturi (in Ukrainian).

ЯКІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ: ПОНЯТТЯ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОЦЕС ОЦІНЮВАННЯ

QUALITY OF COMMERCIAL SERVICE OF THE POPULATION: CONCEPTS, FEATURES AND THE PROCESS OF EVALUATION

УДК 338.242
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-42

Корпан О.С.
к.е.н., доцент кафедри
товарознавства, експертизи
та торговельного підприємництва
Вінницький торговельно-економічний
інститут КНТЕУ
Гук О.П.
асистент кафедри
товарознавства, експертизи та
торговельного підприємництва
Вінницький торговельно-економічний
інститут КНТЕУ

Korpan Olena
Huk Olga
Vinnitsa Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade
and Economics

У статті проведено дослідження одного з ключових аспектів ефективності функціонування торговельного підприємства, а саме системи торговельного обслуговування населення, точніше, її якісної складової частини. На основі аналізу фахових літературних джерел охарактеризовано сутнісне наповнення поняття «якість торговельного обслуговування», визначено перелік основоположних факторів впливу на цей показник. Надано чітку структуровану характеристику методології кількісної оцінки якості торговельного обслуговування із зазначенням конкретних груп показників. Запропоновано шляхи вдосконалення наявної методології оцінювання торговельного обслуговування шляхом доповнення її системою показників, що характеризують ефективність роботи персоналу підприємства. Набула подальшого обґрунтування методологія оцінювання торговельного обслуговування, що базується на проведенні якісного оцінювання діяльності персоналу торговельного підприємства з використанням різних методів.

Ключові слова: *якість торговельного обслуговування, методологія, метод, оцінювання, група показників, принцип.*

В статье проведено исследование одного из ключевых аспектов эффективности функционирования торгового предприятия, а именно системы торгового обслуживания населения, точнее, ее качественной составляющей. На основе анализа профессиональных литературных источников охарактеризовано сущностное наполнение понятия «качество торгового обслуживания», определен перечень основных факторов влияния на этот показатель. Предоставлена четкая структурированная характеристика методологии количественной оценки качества торгового обслуживания с указанием конкретных групп показателей. Предложены пути совершенствования существующей методологии оценивания торгового обслуживания путем дополнения ее системой показателей, характеризующих эффективность работы персонала предприятия. Получила дальнейшее обоснование методология оценивания торгового обслуживания, которая базируется на проведении качественного оценивания деятельности персонала торгового предприятия с использованием различных методов.

Ключевые слова: *качество торгового обслуживания, методология, метод, оценивание, группа показателей, принцип.*

Modern trading enterprises today functioning in conditions of relatively saturated market and overwhelming non-price competition, which determines the importance of the quality factor, namely the quality of trade services. The important task, the solution of which allows providing the economic development of enterprises and organizations, as well as the growth of social development and living standards of the population, is the problem of improving the quality of trade services. Carrying out a qualitative assessment of the state of consumer trade services allows the management of the company to obtain reliable information, using of which gives the opportunity to make objective management decisions. The process of evaluation the quality of trade services directed on receiving information about the real condition of the trade and technological process and its conformity with consumer requirements. The qualitative condition of the trading service system influenced by various factors, in particular: range and quality of goods and services, living standard of the population, cultural level of service personnel, condition of the material and technical base of trade and others. The methodology of evaluation the quality of consumer trade services based on using the number of groups of indicators: indicators of the state of retail trade network; indicator of implementation of progressive sales methods; indicators of completeness and stability of the product range; service system indicators; indicators of the dynamics of turnover; an indicator of the time spent by buyers to make a purchase; purchase completion rate. Each group has its own separate subsystem of detailed indicators. One of the factors that have a direct impact on the system of commercial servicing of the population is the trade and operating personnel of the enterprise. The level of his professionalism influence to formation of a qualitative component of the trading service system. Advisable to study various methods of assessing the qualitative characteristics of personnel of a trading company. The characteristics of the following techniques presented in the article: management by objective; performance management; 360 degree method; method of independent judges; assessment center; business game.

Key words: *quality of trade service, methodology, method, evaluation, group of indicators, principle.*

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання підприємств торговельної сфери передбачають виконання низки умов, що забезпечують належний конкурентний рівень їх діяльності. Однією з таких вимог є підвищення якості торговельного обслуговування як важливого елементу економічного й соціального розвитку та рівня життя населення. Визначення якості торговельного обслуговування населення має перш за все вагоме практичне значення, оскільки дає змогу виявити резерви покращення діяльності торговельного підприємства [1, с. 76]. Враховуючи вищенаведену інформацію, вважаємо доцільним проведення більш ґрунтовного дослідження цього– питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток теорії та методології якісного оцінювання системи торговельного обслуговування зроблено значною кількістю закордонних і вітчизняних науковців. У наукових працях У. Демінга, Дж. Джуран, П. Кросбі, Г. Тагуті, А. Фейгенбаума, К. Ісікава відображено методологічні аспекти оцінювання якості торговельного обслуговування. Формуванню ефективної системи торговельного обслуговування присвячено праці вітчизняних учених, зокрема роботи В. Апопія, І. Бланка, М. Виноградського, Н. Голошубобової, А. Мазаракі, І. Міщука, П. Рудницького, В. Снегірьової [2; 3 с. 147–148]. На основі проведених нами досліджень було встановлено, що

наявна система оцінювання якості торговельного обслуговування потребує систематизації та доповнення, тому доцільним є проведення подальших досліджень у цьому напрямі.

Постановка завдання. Метою статті є проведення ґрунтовного дослідження теоретичних і практичних даних щодо формування, реалізації та оцінювання якості торговельного обслуговування населення. З огляду на вищенаведене основними завданнями є аналіз змістовного наповнення поняття «якість торговельного обслуговування», визначення основних факторів якості торговельного обслуговування, характеристика базових компонентів стандартів торговельного обслуговування, аналіз та вдосконалення наявної системи оцінювання якості торговельного обслуговування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес торговельного обслуговування населення є динамічним, що постійно перебуває під дією різних факторів. З огляду на цей факт необхідним вважається формування якісно нових підходів до управління та оцінювання [4, с. 88]. Сутнісне наповнення поняття «якість торговельного обслуговування» представлено в працях багатьох учених. Найбільш розгорнуто цей термін розглядає В. Апопій. На його думку, якість торговельного обслуговування – це сукупність ознак і показників, які дають змогу встановити ступінь відповідності основних і допоміжних торговельно-технологічних процесів у торговельному підприємстві вимогам споживачів [5, с. 597]. Під якістю торговельного обслуговування розуміється відповідність рівня сервісу зовнішнім і внутрішнім стандартам обслуговування підприємства сфери торгівлі. Зовнішні стандарти обслуговування, які сформовані всіма учасниками ринку, мають обов'язковий характер застосування суб'єктами роздрібної торгівлі. Щодо внутрішніх стандартів, то вони створюються самостійно керівними органами торговельного підприємства. Проте процес їх створення передбачає першочергове дотримання вимог саме зовнішніх стандартів.

Дослідження, проведені провідними науковцями, доводять існування значної кількості факторів, які безпосередньо чинять вплив як на рівень торговельного обслуговування, так і на його якісні характеристики. Зокрема, в працях В. Панченка визначено такий перелік факторів якості торговельного обслуговування:

– асортимент і якість товарів та послуг, їх відповідність попиту;
– ефективність організації торгівлі;
– життєвий рівень населення;
– культурний рівень обслуговуючого персоналу;
– місце споживача на ринку;
– мотивація праці;
– прогресивність використовуваної технології торговельних процесів;
– стан матеріально-технічної бази торгівлі;

Таблиця 1

Система кількісної оцінки якості торговельного обслуговування

Група показників якості торговельного обслуговування	Показники, що належать до відповідної групи
1. Показники стану роздрібної торговельної мережі	– Ступінь забезпеченості населення торговельною площею; – коефіцієнт щільності торговельної мережі; – середня кількість потенційних покупців на 100м^2 торговельної площі; – середня кількість потенційних покупців на 1 підприємство роздрібної торгівлі; – рівень спеціалізації торговельної мережі; – середній розмір товарообігу в магазинах; – середній радіус дії торговельного підприємства.
2. Показник впровадження прогресивних методів продажу	Частка магазинів, у яких впроваджено прогресивні методи продажу, в загальній кількості роздрібних торговельних підприємств
3. Показники повноти та стабільності товарного асортименту	– Коефіцієнт повноти товарного асортименту; – коефіцієнт стабільності товарного асортименту.
4. Показники системи послуг	– Обсяг наданих платних послуг магазином (торговельною мережею); – кількість найменувань торговельних послуг, що надаються покупцям у магазинах; – коефіцієнт повноти послуг, що надаються в торговельній мережі.
5. Показники динаміки товарообігу	– Структура роздрібного товарообігу; – товарообіг у розрахунку на душу населення; – процент охоплення купівельних фондів; – ритмічність виконання завдання з товарообігу.
6. Показник затрат часу покупців на здійснення покупки	Коефіцієнт, що характеризує затрати часу покупців на здійснення покупки.
7. Показник завершеності покупки	Коефіцієнт завершеності покупки.

Джерело: [3, с. 150; 5, с. 598; 7, с. 131]

– стан розвитку економіки країни, вітчизняного виробництва споживчих товарів;

– ступінь ефективності взаємодії виробників, оптових посередників і суб'єктів господарювання роздрібної торгівлі;

– ступінь ефективності забезпечення захисту прав споживачів;

– ступінь жорсткості конкуренції на споживчому ринку;

– фінансовий стан суб'єктів ринку та якість чинних правил торгівлі, норм торговельного обслуговування населення;

– якість трудової діяльності колективів та окремих працівників [6, с. 82].

Високий рівень якості торговельного обслуговування населення досягається за рахунок виконання основних положень вищезазначених стандартів з урахуванням вирішення низки базових питань:

1) визначення потенційного рівня сервісу в конкретному торговельному підприємстві (розроблення та впровадження внутрішнього стандарту обслуговування);

2) формування стратегії та тактики щодо усунення відхилень рівня сервісу від еталонного, зафіксованого внутрішнім стандартом;

3) визначення пріоритетних цілей подолання різниці між затвердженим рівнем якості обслуговування й отриманим фактичним показником [5, с. 598].

Методологія оцінювання якості торговельного обслуговування покупців, на думку більшості провідних учених, базується на використанні системи кількісної оцінки, яка передбачає застосування таких груп показників (табл. 1).

Зазначена методологія справді дає можливість проведення розгорнутого кількісного оцінювання якості торговельного обслуговування, яка дає змогу отримати всебічну багатогранну інформацію. На ефективність функціонування системи торговельного обслуговування впливає значна кількість чинників, одним з яких є торгово-оперативний персонал підприємства, який є складовою частиною забезпечення його результативності. Проведення аналізу та оцінювання якості роботи персоналу не лише дає можливість системі менеджменту виявити сильні й слабкі сторони функціонування як підприємства, так і галузі загалом, але й допомагає в пошуку додаткових резервів покращення власної діяльності. Задля вирішення цього завдання пропонуємо надавати якісну оцінку торговельного обслуговування, засновану на аналізі результативності діяльності персоналу підприємства як посередника між керівництвом торговельного підприємства (товаровиробника) та безпосереднім споживачем.

Процес оцінювання персоналу торговельного підприємства передбачає здійснення порівняння конкретних характеристик працівника (професійно-кваліфікаційного рівня, ділових якостей, результатів праці) з відповідними параметрами, вимогами, стандартами [8, с. 131]. Оцінювання персоналу підприємства, що охоплює поточну та перспективну сфери діяльності працівників торговельного підприємства, має здійснюватися з дотриманням низки таких принципів:

– принцип об'єктивності, що передбачає, що побудова системи показників для характеристики працівника підприємства здійснюється з урахуванням достовірної інформаційної бази;

– принцип гласності, що полягає в ознайомленні працівників із порядком та методикою оцінювання, а також прозорому висвітленні отриманих результатів через інформаційні та розпорядчі документи і засоби;

– принцип оперативності, за якого оцінювання роботи персоналу здійснюється своєчасно, регулярно та зі швидким оприлюдненням отриманих результатів;

– принцип демократизму, що реалізується через участь представників трудового колективу в оцінюванні колег і підлеглих;

– принцип єдності вимог оцінювання для всіх осіб однорідної посади;

– принцип простоти, чіткості й доступності процедури оцінювання;

– принцип результативності, що передбачає обов'язковість та оперативність прийняття відповідних управлінських рішень на основі отриманих результатів оцінювання [7, с. 428].

Першочерговим завданням у побудові ефективної системи оцінювання персоналу підприємства є визначення груп показників. Більшість науковців схиляється до думки про те, що оцінювання роботи персоналу торговельного підприємства доцільно здійснювати за показниками, що відображають три базові професійно-кваліфікаційні аспекти, такі як результативність праці, професійна поведінка, особисті якості [7, с. 428–429].

Методологічний інструментарій процесу оцінювання якості роботи персоналу підприємства сфери торгівлі передбачає використання чималої кількості різноманітних методів. Розглянемо їх основні характеристики.

1) Керування за цілями (Management by Objective). Передбачає спільну постанову завдання керівником і працівником підприємства. На кінець звітного періоду здійснюються порівняння та оцінювання отриманих результатів.

2) Управління результативністю (Performance management). Здійснюється оцінювання кінцевих результатів роботи з обов'язковим урахуванням особистих якостей працівника, які використовуються для досягнення поставлених цілей.

3) Метод 360 градусів. Оцінювання працівника здійснюється керівником, підлеглими та колегами за заздалегідь визначеними критеріями.

Результати такого оцінювання заносяться в 4) Метод незалежних суддів. Полягає в оцінюванні працівника групою осіб (5–7 людей), які попередньо з ним не контактували в жодних ситуаціях. Така методика передбачає використання «перехресного допиту».

5) Ассессмент-центр. Процес оцінювання передбачає використання поведінкового інтерв'ю, кейсів, ігрових ситуацій. Такий метод застосовується для аналізу компетенцій під конкретне кадрове завдання.

6) Ділова гра. Передбачає проведення управлінської гри, що імітує певну ситуацію. В процесі проведення такої гри проводитися оцінювання теоретичних і практичних знань та вмінь, а також здатності до ефективної взаємодії в малій групі [9].

Отже, нами представлена лише узагальнена система методів оцінювання якості роботи персоналу торговельного підприємства. Залежно від поставлених цілей та конкретних обставин ця система може бути доповнена низкою інших методів.

Висновки з проведеного дослідження. Ефективність функціонування підприємства сфери торгівлі визначається низкою економічних та соціальних показників. Одними з ключових факторів успішності вважаються розроблення, впровадження й моніторинг системи торговельного обслуговування. Оцінювання якісних і кількісних параметрів такої системи та безперервний процес вдосконалення складають запоруку успішності діяльності підприємства у відповідному ринковому сегменті. Зважаючи на появу новітніх тенденцій і вимог, що висуваються до торговельних підприємств у сучасних умовах господарювання, вважаємо за необхідне проведення подальших досліджень, присвячених розробленню, апробації та впровадженню нових методик оцінювання якості торговельного обслуговування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Панченко В., Михайлов О. Моніторинг якості торговельного обслуговування: теоретичні та практичні підходи. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2010. Вип. 18. Ч. 1. С. 76–84.

2. Благоразумова О., Кузьмін С. Методичні підходи до оцінювання якості торговельного обслуговування покупців. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5331 (дата звернення: 24.02.2020).

3. Корпан О. Теоретико-методологічні аспекти формування та оцінювання рівня культури торговельного обслуговування споживачів. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. № 5. С. 147–151.

4. Корпан О. Сучасні аспекти функціонування та оцінювання системи торговельного обслуговування населення. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 6 (55). С. 87–91.

5. Апопій В. та ін. Організація торгівлі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 632 с.

6. Білявська Ю., Силкіна Ю. Якість торговельного обслуговування як елемент операційної системи підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. Вип. 22. Ч. 1. С. 81–85.

7. Хомутник Н., Бала Р. Методи оцінювання персоналу підприємства. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту* : тези доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції (8–10 листопада 2012 р.). Львів : видавництво Львівської політехніки, 2012. С. 428–430.

8. Лойко І. Аналіз сучасних методів оцінювання персоналу. *Збірник наукових праць УкрДАЗТ. Серія «Менеджмент організацій і адміністрування»*. 2014. Вип. 146. С. 129–135.

9. Чевганова В. Система оцінювання персоналу підприємства. *Ефективна економіка*. 2014. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2906 (дата звернення: 25.02.2020).

REFERENCES:

1. Panchenko V., Mykhajlov O. (2010) Monitoryngh jakosti torghoveljnogho obslughovuvannja: teoretychni ta praktychni pidkhody [Monitoring the quality of trade services: theoretical and practical approaches]. Naukovi praci Kirovoghradsjkogho nacionaljnogho tekhnichnogho universytetu. Ekonomichni nauky, vol. 18, no. 1, pp. 76–84.

2. Blaghorazumova O., Kuzjmin S. (2016) Metodychni pidkhody do ocinjuvannja jakosti torghoveljnogho obslughovuvannja pokupciv [Methodical approaches to evaluation of trading service's quality]. *Efektyvna ekonomika* (electronic journal), no. 12. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5331 (accessed: 24 February 2020).

3. Korpan O. (2019) Teoretyko-metodologhichni aspekty formuvannja ta ocinjuvannja rivnja kuljtury torghoveljnogho obslughovuvannja spozhyvachiv [Theoretical and methodological aspects of formation and evaluation the level of culture of customer's trading services]. *Visnyk Khmeljnycjkogho nacionaljnogho universytetu. Serija "Ekonomichni nauky"*, no. 5, pp. 147–151.

4. Korpan O.S. (2019) Modern aspects of functioning and evaluation of the system of commercial services to the population [Suchasni aspekty funkcionuvannja ta ocinjuvannja systemy torghoveljnogho obslughovuvannja naselennja]. *Biznes-navighator*, vol. 6 (55), pp. 87–91.

5. Apopij V. (2009) Orghanizacija torghivli : pidruchnyk [Organization of the trade : textbook]. Kyiv : Centr uchbovoji literatury.

6. Biljavsjka Ju., Sylkina Ju. (2017) Jakistj torghoveljnogho obslughovuvannja jak element operacijnoji systemy pidpryjemstva [Quality of trading service as an element of the enterprise operating system]. *Naukovyj visnyk Khersonsjkogho derzhavnogho universytetu*, vol. 22, no. 1, pp. 81–85.

7. Khomutnyk N., Bala R. (2012) Metody ocinjuvannja personalu pidpryjemstva [Methods of evalu-

ation of the personnel of the enterprise]. Proceedings of the *Marketyngh ta loghistyka v systemi menedzhmentu* : 10 mizhnarodna naukovo- praktychna konferencija (Ukraine, Lviv, November 8–10, 2012). Lviv : vydavnyctvo Ljvivsjkoji politekhniky, pp. 428–430.

8. Lojko I. (2014) Analiz suchasnykh metodiv ocinjuvannja personalu [Analysis of modern methods of personnel evaluation]. *Zbirnyk naukovykh pracj UkrDAZT. Serija "Menedzhment orghanizacij i administruvannja"*, vol. 146, pp. 129–135.

9. Chevghanova V. (2014) Systema ocinjuvannja personalu pidpryjemstva [Evaluation system of the personal of enterprise]. *Efektyvna ekonomika* (electronic journal), no. 4. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2906 (accessed: 25 February 2020).

РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

IMPLEMENTATION OF THE DIVERSIFICATION STRATEGY AS INCREASING OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

УДК 339.138
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-43

Лазоренко Т.В.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Федун В.В.
студент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Lazorenko Taisiia
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»
Fedun Vitalii
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

У статті розглянуті проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств і використання стратегії диверсифікації. Сформульовано завдання та умови застосування диверсифікації як конкурентної стратегії розвитку бізнесу; досліджено портфельну та конкурентну стратегії диверсифікації виробництва, ключові компетенції виробництва; сформульовано три основні етапи розвитку компанії; детально охарактеризовано види диверсифікації; описано збалансовану систему показників діяльності підприємства та визначено її слабкі і сильні сторони. Сформульовано методи вирішення проблем під час розроблення та реалізації стратегії диверсифікації виробництва. Всі види диверсифікації пов'язані з інноваційним розвитком галузі та можуть розглядатися як напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств цієї галузі. Проведена систематизація причин диверсифікаційної діяльності та ефектів, що сприятиме поглибленню розуміння вагомості її ролі для перспектив стабільного розвитку підприємства, забезпечення і зміцнення його стратегічної стійкості. Обґрунтовано переваги та недоліки впровадження збалансованої системи показників на підприємстві.

Ключові слова: *підприємство, диверсифікація, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, система збалансованих показників, ефективність функціонування, стратегія підприємства.*

В статье рассмотрены проблемы повышения конкурентоспособности промышленных предприятий и использования стратегии диверсификации. Сформулированы задачи и условия применения диверсификации как конкурентной стратегии развития бизнеса; исследованы портфельная и конкурентная стратегии диверсификации производства, ключевые компетенции производства; сформулированы три основных этапа развития компании; подробно охарактеризованы виды диверсификации; описана сбалансированная система показателей деятельности предприятия и определены ее слабые и сильные стороны. Сформулированы методы решения проблем при разработке и реализации стратегии диверсификации производства. Все виды диверсификации связаны с инновационным развитием отрасли и могут рассматриваться в качестве направлений повышения конкурентоспособности предприятий данной отрасли. Проведена систематизация причин диверсификационной деятельности и эффектов, что будет способствовать углублению понимания значимости ее роли для перспектив стабильного развития предприятия, обеспечения и укрепления его стратегической устойчивости. Обоснованы преимущества и недостатки внедрения сбалансированной системы показателей на предприятии.

Ключевые слова: *предприятие, диверсификация, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, система сбалансированных показателей, эффективность функционирования, стратегия предприятия.*

The article is devoted to the research of the problem of ensuring the competitiveness of industrial enterprises through the diversification of their activities. The essence of the concept of strategic economic zones has been investigated, its place in ensuring sustainable competitive development of the enterprise has been determined. The relationship between diversification and competitiveness is analyzed. The problems in realization of diversification processes by industrial enterprises at the present stage of development are identified. Taking into account the peculiarities of the industry and the existing problems, the implementation of a balanced scorecard is justified in order to ensure the competitive advantages of industrial enterprises. The systematization of the reasons for the diversification activity and the effects of its application will help to deepen the understanding of the importance of its role for the prospects of stable development of the enterprise, ensuring and strengthening its strategic stability. The advantages and disadvantages of implementing a balanced scorecard at the enterprise are substantiated. Based on the characteristics of industrial enterprises, a balanced scorecard is proposed, which is appropriate for enterprises and will contribute not only to strengthening competitive positions, but also to increasing profitability. The tasks and conditions of application of diversification as competitive business development strategy are formulated, portfolio and competitive strategy of production diversification are examined, key competencies of production are formulated, three main stages of company development are formulated, the types of diversification are described in detail, the balanced system of indicators of activity of the enterprise is described and its strengths and weaknesses are identified. Methods for solving problems in developing and implementing a production diversification strategy are formulated. All types of diversification are related to the innovative development of the industry and can be considered as directions for improving the competitiveness of enterprises in the industry.

Key words: *enterprise, diversification, competitiveness, competitive advantages, balanced scorecard, operational efficiency, enterprise strategy.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах на українських підприємствах намітилася тенденція до диверсифікації виробництва, яка, розширюючи комплекс вироблених підприємством товарів і послуг, дає змогу підвищити їхню конкурентоспроможність, послабити можливі ризики.

Як правило, більшість підприємств починають свою діяльність з одиночного бізнесу. Для таких компаній максимізація довгострокового прибутку означає, що компанія, спеціалізуючись на певному виді діяльності, ефективно конкурує в межах відповідних сегментів ринку на основі стратегій цінового лідерства, диференціації і фокусування, що включають також вертикальну інтеграцію для отримання стратегічних переваг у збуті або постачанні. Іншим напрямом є диверсифікація діяльності підприємства. Водночас ці напрями, на наш погляд, не повинні розглядатися як взаємовиключні. Практика економічної діяльності свідчить, що між диверсифікацією і спеціалізацією бізнесу

повинен бути знайдений певний баланс, який і робить розвиток диверсифікації перспективним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок диверсифікованих процесів на підприємствах присвячені праці таких учених, як Р. Каплан, Т.В. Батанова, І. Ансов, О.А. Лаговська.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування необхідності диверсифікації продукції та практичного використання національними підприємствами системи збалансованих показників як дієвого аналітичного засобу підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія диверсифікації підприємства є одним із варіантів його стратегічного розвитку. На думку авторів, під стратегією диверсифікації виробництва слід розуміти сукупність правил і прийомів одночасного розвитку декількох не пов'язаних один з одним видів виробництва, розширення асортименту виробів у межах одного підприємства (організації), спрямованих на підвищення ефективності його виробництва і конкурентоспроможності.

Основою диверсифікації є так званий портфельний складник, який формулюється тим, як диверсифікована компанія стверджує свої ділові принципи в різних галузях, а також діями та підходами, спрямованими на поліпшення діяльності груп підприємств, у які диверсифікувалася компанія [3]. Таким чином, диверсифікована компанія являє собою сукупність різних стратегічних сфер бізнесу, кожна з яких має власні можливості майбутнього зростання, підвищення рентабельності або ж вимагає особливого конкурентного підходу. У портфельній стратегії визначаються комбінації різних стратегічних сфер бізнесу, в яких фірма буде прагнути досягти своїх цілей. Конкурентна ж стратегія визначає різні підходи, в яких компанія буде діяти в кожній стратегічній галузі.

У промисловості для більшості виробників характерна диверсифікація, заснована на спеціалізації або ключовій компетенції, що пов'язано з переважною формою внутрішнього розвитку, а не придбанням (злиттям, поглинанням) наявних підприємств. У цьому контексті під ключовою компетенцією розуміється взаємопов'язаний набір навичок, здібностей, технологій, який надає унікальність бізнесу. Саме ключові компетенції дають змогу домогтися стійкої конкурентної переваги на ринку і стати сполучною ланкою (ядром) диверсифікації [7].

Тим часом ключові компетенції, якими володіє те чи інше підприємство, визначають різні види діяльності, які можуть значно відрізнятися за рівнем рентабельності і конкурентоспроможності продукції, перспективи стратегічного розвитку підприємства. Останнє зумовлює доцільність перемикання уваги керівників на галузі і види діяльності, на яких спеціалізується або буде спеціалізуватися підприємство, тобто визначення так званих стратегічних зон господарювання (СЗГ), що являють собою окремий сегмент оточення, на який фірма має (або хоче отримати) вихід [1].

У великих диверсифікованих компаніях СЗГ обслуговуються спеціальними підрозділами – стратегічними бізнес-одиницями (СБО). Слід зауважити, що концепція СЗГ і СБО впливає на формування систем планування й управління у великих диверсифікованих компаніях світу. Кількість СЗГ на одному підприємстві залежить від того, наскільки широка диверсифікація цієї компанії. У великих диверсифікованих компаніях може виявлятися від 30 до 50 СЗГ. Більш складним є питання про співвідношення СБЕ і СЗГ, оскільки зрозуміло, що одна бізнес-одиниця може обслуговувати кілька СЗГ, однак питання раціональної кількості керованих зон господарювання вимагає окремого обґрунтування.

Аналіз перспективності СГЗ у межах забезпечення конкурентоспроможності підприємства дає змогу виділити два можливих напрями диверсифікації. Перший напрям зумовлюється несприятливими перспективами розвитку СЗГ, спричиненими зниженням конкурентоспроможності підприємства в цій СЗГ, відсутністю подальших перспектив зростання СЗГ тощо. У цьому разі за підсумками аналізу може бути прийнято рішення про відхід підприємства з певної СЗГ, при цьому бізнес-одиниця може бути ліквідована або перепрофільована. Рішення про перепрофілювання доцільно, коли бізнес-одиниця має ключовою компетенцією, яку можна використовувати під час роботи на інших сегментах ринку.

Другий напрям пов'язується з перспективами зростання попиту на продукцію в СЗГ, можливостями географічного розширення ринку, в тому числі виходу на закордонні ринки, ослаблення конкуренції тощо. У цьому разі можна застосувати дві стратегії зростання бізнес-одиниці, такі як товарна і ринкова експансія [1; 4]. Товарна може супроводжуватися диференціацією продукції по ринкових сегментах, тобто розширенням асортименту, або концентричною диверсифікацією – розширенням номенклатури, яка збігається з основним профілем бізнес-одиниці.

Дослідження, що успішно розвиваються, показують, що зростання і розвиток компанії, як правило, включають такі три основних етапи, як:

– концентрація на одиночному бізнесі на одному національному ринку;

– вертикальна інтеграція і/або глобальна експансія до найсильнішої позиції в ключовому бізнесі;

– диверсифікація шляхом інвестицій вільних ресурсів в інші види бізнесу.

Все це веде до зростання компанії, проте слід мати на увазі «закон» зменшувального повернення за збільшення «ступеня диверсифікації», відповідно до якого після деякої точки екстенсивна диверсифікованість, вертикальна інтеграція й інтернаціоналізація бізнесу приводять до падіння доходів на одиницю вкладеного капіталу, оскільки компанія насамперед експлуатує найбільш

Рис. 1. Взаємозв'язок чотирьох складників зі стратегією підприємства в межах концепції BSC

Джерело: побудовано автором з використанням [5, с. 75]

Таблиця 1

Показники клієнтського складника в BSC

Частка ринку	Відображає частку підприємства на цьому ринку (з погляду кількості клієнтів, витрачених коштів або обсягу проданих товарів)
Збереження клієнтської бази	Оцінює в абсолютних або відносних одиницях показник, що відображає збереження наявної клієнтської бази компанії.
Розширення клієнтської бази	Оцінює в абсолютних або відносних одиницях показник, що відображає розширення клієнтської бази компанії, яка залучає або завойовує клієнтів.
Задоволення потреб клієнта	Оцінює ступінь задоволеності клієнта відповідно до спеціальних критеріїв результатів діяльності
Прибутковість клієнта	Оцінює чистий прибуток від клієнта або сегменту ринку. після того, як здійснені виняткові витрати на їхню підтримку.

Джерело: розроблено авторами на основі [6]

Таблиця 2

Сильні і слабкі сторони BSC

Сильні сторони	Слабкі сторони
Великий огляд діяльності.	Тільки концептуальна модель, яку складно перетворити в модель вимірювань.
Здатність переводити бачення і стратегію організації в конкретні завдання і показники.	Нечітке уявлення взаємозв'язків критеріїв.
Комплексний підхід до вимірювання характеристик діяльності.	Фокус тільки на споживачів, ігнорування інших зацікавлених сторін.
Фокус на обмежене число ключових показників для зниження обсягу надлишкової інформації.	Недостатня увага до внеску працівників і постачальників.
Гнучкість і адаптація до особливостей будь-якої організації.	Фокус насамперед на вихідні показники діяльності.
Розуміння взаємозалежності різних сфер діяльності організації.	Немає моніторингу конкуренції і розвитку технології, що означає швидше статичність моделі, ніж динамічність.
Орієнтація на споживача і ринок. Розвиток розуміння стратегії. Відносна легкість застосування.	

Джерело: розроблено авторами на основі [8]

прибуткові сприятливі можливості, а потім залишаються найменш прибуткові, що обмежує можливості зростання фірми.

З огляду на вплив диверсифікації виробництва на різні показники діяльності підприємства, на думку авторів, для оцінки реалізації стратегії диверсифікації доцільне використання збалансованої системи показників (BSC), що являє собою систему оцінки стратегічного розвитку бізнесу підприємства, засновану на системі показників, що характеризують його діяльність у чотирьох напрямах: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання і розвиток персоналу. Ця система являє собою не тільки оцінну систему, а й засіб стратегічного управління, тому що дає змогу не тільки сформулювати стратегію розвитку компанії, але і перевести її в площину конкретних стратегічних завдань і показників, що їх визначають [1].

BSC включає завдання і показники, згруповані в чотири напрями:

1) фінансовий складник;
2) клієнтський складник;
3) складник внутрішніх бізнес-процесів;
4) складник навчання і розвитку персоналу [5].

На рис. 1 показано взаємозв'язок цих чотирьох складників зі стратегією компанії в межах концепції BSC.

Фінансовий складник передбачає встановлення взаємозв'язку між стратегією диверсифікації виробництва компанії і фінансовими цілями, які є своєрідними орієнтирами під час визначення завдань і параметрів інших складників. При цьому під час встановлення фінансових показників, що визначають реалізацію стратегії диверсифікації виробництва, необхідно враховувати стадію життєвого циклу підприємства. Наприклад, на стадії зростання підприємства таким показником може бути зростання доходу та обсягів продажів на цільовому сегменті ринку. На стадії сталого розвитку – показники рентабельності інвестицій, рентабельності власного і залученого капіталу тощо. На стадії зрілості – грошові потоки від різних видів діяльності підприємства і зниження потреб в оборотному капіталі. Крім того, у фінансовий складник багато компаній включають оцінки ризику стратегії. Наприклад, диверсифікація напрямів бізнесу та джерел доходу компанії [5].

Клієнтський складник визначає цільові сегменти споживчого ринку та цільову групу клієнтів.

До ключових показників клієнтського складника належать: частка ринку, збереження клієнтської бази, розширення клієнтської бази, задоволення потреб клієнта, прибутковість клієнта (табл. 1). При цьому для диверсифікованої компанії доцільно оцінювати клієнтський складник за кожним видом діяльності компанії.

Складник внутрішніх бізнес-процесів визначає види діяльності, найбільш важливі для досягнення цілей споживачів і акціонерів. Цілі і показники цього складника формулюються після розроблення фінансового та клієнтського складника, що дає змогу орієнтувати параметри внутрішніх бізнес-процесів на задоволеність клієнтів і акціонерів. При цьому рекомендується визначити вартісний ланцюжок внутрішніх бізнес-процесів за кожним із видів виробництва, що включає три основних бізнес-процеси: інноваційний, операційний і післяпродажне обслуговування. Відповідно за кожним із внутрішніх бізнес-процесів повинні бути визначені ключові показники їхньої оцінки. Найважливішими показниками для оцінки основних внутрішніх бізнес-процесів є показники собівартості, якості продукції (послуг) і тривалість тимчасового циклу (виробництва, реалізації продукції, обслуговування клієнтів тощо) [2].

Складник навчання і розвитку персоналу формує на підприємстві відповідне кадрове забезпечення. Основні показники цього складника дають змогу оцінити кадрову ситуацію в компанії. До них належить задоволеність працівника, збереження кадрового складу й ефективність працівника. При цьому задоволеність працівника вважається умовою, що забезпечує два інших показники. При цьому на задоволеність працівника впливають такі стимулюючі фактори, як: сфери компетентності персоналу, технологічна інфраструктура підприємства, сприятливий клімат у колективі [2, с. 80].

BSC володіє як певними перевагами, пов'язаними з можливістю контролювати процес і реалізацію стратегії підприємства і вживати відповідних заходів для її коригування, так і певними недоліками, головним чином пов'язаними з недостатнім опрацюванням методичних основ її застосування. У табл. 2. наведені сильні і слабкі сторони BSC.

Висновки з проведеного дослідження. Незважаючи на зазначені недоліки, BSC дає можливість вирішити найважливішу проблему під час розроблення та реалізації стратегії диверсифікації виробництва – оцінити потенціал і перспективи реалізації напрямів диверсифікації виробництва з позицій забезпечення конкурентоспроможності підприємства і на цій основі розробити заходи щодо її подальшого підвищення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2009. 334 с.

2. Батанова Т.В. Методологічні аспекти розробки системи збалансованих показників діяльності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. № 3. С. 79–83.

3. Калінеску Т.В., Романовська Ю.А. Принципи побудови моніторингу реалізації механізму розвитку стратегічного потенціалу підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2004. № 8. С. 274.

4. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратеги к действию. Москва : Олимп-Бизнес, 2016. 320 с.

5. Лаговська О.А. Система збалансованих показників у вартісно-орієнтованому управлінні: напрями використання. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу.* 2014. № 2. С. 70–80.

6. Малярець Л.М., Штереверя А. В. Збалансована система показників в оцінці діяльності підприємства. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2008. 180 с.

7. Прахалад К.К., Хамел Г. Ключевая компетенция корпорации. *Вестник Санкт- Петербургского университета. Менеджмент.* 2003. № 3. С. 18–46.

8. Смотрич Ж.В. SWOT-анализ Сбалансированной системы показателей. *Баланс – Современный капитал.* 2004. № 9. С. 5–10.

REFERENCES:

1. Ansoff I. (2009) *Stratehycheskyy menedzhment* [Strategic Management]. Saint Petersburg: Piter. (in Russian)

2. Batanova T.V. (2014) Metodolohichni aspekty rozrobky systemy zbalansovanykh pokaznykiv diial'nosti pidpryiemstva [Methodological aspects of development of the system of balanced indicators of activity of the enterprise]. *Bulletin of socio-economic research*, vol. 3, no. 54, pp. 79–83.

3. Kalinesku T.V., Romanovs'ka Y.A. (2004) Pryntsypy pobudovy monitorynhu realizatsiyi mekhanizmu rozvytku stratehichnoho potentsialu pidpryyemstva [Principles of monitoring the implementation of the mechanism of development of strategic potential of the enterprise]. *Bulletin of Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*, vol. 8, no. 78, pp. 274.

4. Kaplan R., Norton D. (2016) *Sbalansirovannaya sistema pokazateley. Ot strategi k deystviyu* [Balanced Scorecard. From strategist to action]. Moscow: Olymp-Business. (in Russian)

5. Lahovs'ka O.A. (2014) Systema zbalansovanykh pokaznykiv u vartisno-oriyentovanomu upravlinni: napryamy vykorystannya [The system of balanced indicators in value-oriented management: directions of use]. *Problems of theory and methodology of accounting, control and analysis*, vol. 2, no. 29, pp. 70–80.

6. Malyarets' L.M., Shtereverya A.V. (2008) *Zbalansovana systema pokaznykiv v otsintsi diyal'nosti pidpryyemstva: monohrafiya* [Balanced scorecard in the evaluation of enterprise activity]. Kharkov: Simon Kuznets KhNUE. Simon Kuznets (in Ukrainian)

7. Prakhalad K.K., Khamel G. (2003) *Klyuchevaya kompetentsiya korporatsii* [Key competence of the corporation]. *Bulletin of St. Petersburg University. Management*, vol. 3, no. 24, pp. 18–46.

8. Smotrich Z.V. (2004) SWOT-analiz Sbalansirovannoy sistemy pokazateley [SWOT analysis of the Balanced Scorecard]. *Balance - Modern Capital,* vol. 9, no. 11, pp. 5–10.

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ

MARKETING MANAGEMENT AND FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES

УДК 338.48:659
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-44

Мандюк Н.Л.
к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму
Львівський національний університет імені Івана Франка
Масюк Ю.О.
к.е.н., доцент кафедри туризму
Львівський національний університет імені Івана Франка

Mandiuk Nazarii
Ivan Franko National University of Lviv
Masyuk Yuliya
Ivan Franko National University of Lviv

У статті розглядаються специфіка, підходи та принципи маркетингу готельно-ресторанного підприємства. Пропонуються різні механізми, засоби та інструменти маркетингу. Розглядається маркетингове управління розвитком готельно-ресторанного підприємства, яке повинно спиратися на наявний потенціал, специфіку ринку, споживчі потреби, інтереси громадськості, бізнес-структур та інших зацікавлених сторін. Проаналізовано формування ефективної системи маркетингового управління готельно-ресторанним підприємством. Наведена схема маркетингової політики, яка включає: позиціонування готельно-ресторанного підприємства, маркетингову продуктову політику, інвестиційну політику, маркетингову цінову політику, політику розподілу і просування. Сформовано та обґрунтовано основні засади політики просування готельно-ресторанного підприємства. Розглядається специфіка комплексного підходу для забезпечення вагомих конкурентних переваг і стабільних ринкових позицій готельно-ресторанного підприємства.
Ключові слова: *маркетинг, маркетингове управління, готельно-ресторанне підприємство, маркетингова політика, маркетингові інструменти, політика просування.*

В статье рассматриваются специфика, подходы и принципы маркетинга гостинично-ресторанного предприятия. Предлагаются различные механизмы, средства и инструменты маркетинга. Рассматривается маркетинговое управление развитием гостинично-ресторанного предприятия, которое должно опираться на существующий потенциал, специфику рынка, потребительские нужды, интересы общественности, бизнес-структур и других заинтересованных сторон. Проанализировано формирование эффективной системы маркетингового управления гостинично-ресторанным предприятием. Представлена схема маркетинговой политики, которая включает: позиционирование гостинично-ресторанного предприятия, маркетинговую продуктовую политику, инвестиционную политику, маркетинговую ценовую политику, политику распределения и продвижения. Сформированы и обоснованы основные принципы политики продвижения гостинично-ресторанного предприятия. Рассматривается специфика комплексного подхода для обеспечения весомых конкурентных преимуществ и стабильных рыночных позиций гостинично-ресторанного предприятия.
Ключевые слова: *маркетинг, маркетинговое управление, гостинично-ресторанное предприятие, маркетинговая политика, маркетинговые инструменты, политика продвижения.*

The article deals with the specifics, approaches and principles of marketing of a hotel and restaurant enterprise. The importance of the proper formation of the marketing complex, the selection of the tools that are best suited to the specific situation and set goals and objectives of the hotel and restaurant business are determined. Various mechanisms and marketing tools that can influence the economic development of the hotel and restaurant business are offered. The marketing management of the development of a hotel and restaurant enterprise is considered, which should be based on the existing potential, specificity of the market, consumer needs, interests of the public, business structures and other stakeholders. The formation of an effective system of marketing management of the hotel and restaurant enterprise is analyzed. The scheme of marketing policy is presented. This scheme includes: positioning the hotel and restaurant business, which should be based on well thought out competitive advantages; marketing product policy aimed at improving and developing a full-fledged and high-quality hotel and restaurant product and an appropriate marketing strategy; investment policy aimed at finding the best sources of investment; marketing pricing policy, which should be based on an effective pricing strategy, the use of differentiated prices; marketing distribution policy, which involves the formation of distribution channels, selection and regulation of intermediaries; marketing promotion policy, which should include a wide range of promotion activities (advertising, sales promotion, personal sales, PR events, participation in exhibitions, etc.), develop and maintain a favorable positive image of the hotel and restaurant enterprise, that will promote long-term and sustainable development. The importance of the optimal combination of different marketing tools in order to form an effective system, which will allow considering the demand and needs of consumers to provide significant competitive advantages and stable market positions of the hotel and restaurant enterprise is determined.
Key words: *marketing, marketing management, hotel and restaurant enterprise, marketing policy, marketing tools, promotion policy.*

Постановка проблеми. *У* сучасних умовах зростаючої конкуренції на туристичному ринку та ринку готельно-ресторанних послуг все більшого значення набуває забезпечення стійких позицій підприємства. Зокрема, необхідною умовою є застосування маркетингового управління, яке передбачає діяльність, пов'язану із плануванням, організацією, координацією, контролем та стимулюванням заходів із формування попиту на послуги готельно-ресторанного підприємства. Необхідність забезпечення довгострокового розвитку готельно-ресторанного підприємства вимагає формування збалансованої моделі співіснування та узгодження інтересів і потреб широкого кола зацікавлених сторін та застосування соціально орієнтованих маркетингових інструментів для вирішення таких завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика маркетингового управління піднімається у працях відомих західних дослідників. Зокрема, Ф. Котлер приділяє велику увагу як теорії маркетингового управління, так і маркетингу гостинності. А. Парасураман і К. Гренроос у своїх працях надають особливого значення маркетингу послуг, а Дж. Бернет розкриває проблеми застосування маркетингових комунікацій. Тематика маркетингу готельних послуг піднімається у працях С.В. Мельниченко, Г.Б. Муніна, Л.В. Баумгартена.

Управління готельними і ресторанними комплексами знайшло відображення у дослідженнях таких вітчизняних учених, як М.П. Мальська, І.Г. Пандяк, Х.Й. Роглєв, Г.Я. Круль та низка інших. Водночас пропонуємо звернути увагу на розгляд маркетингового підходу до розвитку готельно-ресторанного бізнесу, оскільки цей матеріал потребує більш детального вивчення.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування застосування маркетингового управління, а також дослідження основних напрямів і механізмів застосування маркетингових інструментів для забезпечення розвитку готельно-ресторанного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетингове управління набуває все більшої актуальності в умовах зростаючої конкуренції. Це також стосується підприємств готельно-ресторанного бізнесу та створення їхніх конкурентних переваг засобами маркетингу. Ефективне використання маркетингових засобів сприяє залученню споживачів, формуванню в них прихильності до підприємства та його продукції, що забезпечить збільшення прибутків підприємства та його економічний розвиток. Проте необхідно правильно сформувати комплекс маркетингу, підібрати ті інструменти, що найкраще підходять для конкретної ситуації та поставлених перед готельно-ресторанним підприємством цілей і завдань. При цьому необхідно пам’ятати, що управління маркетингом повинне забезпечити узгодження інтересів і цілей трьох зацікавлених сторін – підприємства, споживачів і громадськості.

Вибудовуючи ефективну систему маркетингового управління, готельно-ресторанне підприємство має спиратися на поставлені цілі, наявний ресурсний потенціал, специфіку туристичного ринку, споживчі потреби та інтереси громадськості.

Використання засобів маркетингу є необхідним і ефективним інструментом впливу на економічний розвиток готельно-ресторанного підприємства. Для їх формування і ефективного використання необхідні: кваліфіковані управлінські кадри, формування маркетингової системи, система підготовки маркетологів, методичне забезпечення з виконання маркетингових функцій і реалізації маркетингових технологій, налагодження системи маркетингової інформації та маркетингового контролю.

Загалом маркетингове управління передбачає управління складниками комплексу маркетингу, такими як продукт, ціна, розподіл і просування [2, с. 142]. А якщо ми говоримо про готельно-ресторанне підприємство, яке належить до сфери послуг, то до цього переліку потрібно ще додати такі складники, як оточення, процес і персонал.

Розглядаючи сутність маркетингового управління, необхідно звернути увагу на наявність двох основних підходів у теорії маркетингу. Відповідно до першого підходу ринок представляється як такий, що склався сам собою, під дією певних об’єктивних законів і завдання людини відкривати ці закони та застосовувати на власну користь. Відповідно, ціль маркетингу зводиться до виявлення закономірностей, реального стану ринку, смаків та потреб споживачів та вироблення механізмів пристосування до неконтрольованих підприємством факторів. А маркетингове управління готельно-ресторанного підприємства акцентується на маркетингових дослідженнях, спрямованих на пошук незадоволених потреб споживачів, створенні і забезпеченні ефективного функціонування маркетингової інформаційної системи, розробленні нових і вдосконалені наявних послуг.

Відповідно до другого підходу, ринок є об’єктом, який постійно створюється та змінюється під дією людини згідно із поставленими перед нею цілями. У цьому разі готельно-ресторанне підприємство є вже не пасивним суб’єктом ринку, а активним учасником його побудови. Таким чином, увага акцентується на маркетингових дослідженнях, спрямованих на більш глибоке вивчення мотивації та психології споживачів і інших учасників ринку з метою виявлення можливостей цілеспрямованого впливу на них, розробленні технологій, форм та методів виходу на нові ринки, комунікаційній політиці та формуванні продуманої комплексної системи просування, управлінні каналами розподілу.

Отже, у процесі маркетингового управління готельно-ресторанним підприємством необхідно звернути увагу на складники маркетингової політики.

Перший складник – позиціонування готельно-ресторанного підприємства, яке повинне ґрунтуватися на добре продуманих конкурентних перевагах. Для цього потрібні попередні маркетингові дослідження. Зокрема, оцінка наявних ресурсів, матеріально-технічної бази, трудових ресурсів, допоміжної інфраструктури. Також необхідний аналіз туристичного попиту, як реального, так і потенційного.

Умовою побудови ефективної системи позиціонування є сегментація ринку готельно-ресторанних послуг та пошук цільових ринків. Причому здійснення сегментації ринку не лише забезпечує економічні результати, а й дає соціальний ефект. Таким чином, соціально-економічний ефект від сегментації ринку готельно-ресторанних послуг зводиться до такого. По-перше, відбувається більш повне задоволення потреб споживачів. По-друге, стимулюється розроблення та впровадження на ринок нових видів готельно-ресторанного продукту, що веде до розширення туристичної пропозиції території та підвищує її конкурентоспроможність на міжрегіональному, національному та міжнародному

ринках. По-третє, сегментація сприяє раціональному розподілу ресурсів за рахунок зменшення капітальних вкладень у продукт, що користується малим попитом, та збільшення – у той, який максимально відповідає потребам споживачів.

Другий складник – маркетингова продуктова політика. Зокрема, необхідне розроблення, вдосконалення та розвиток повноцінного готельно-ресторанного продукту та відповідної маркетингової стратегії. Тобто основною умовою забезпечення розвитку готельно-ресторанного підприємства є формування повноцінного та якісного продукту (набору послуг). Без цього жодні інші маркетингові інструменти, ні реклама, ні зниження цін чи якісь інші заходи, не зможуть забезпечити стабільного розвитку. Це означає що необхідно розпочинати із доведення якості готельно-ресторанного продукту до належного рівня, а саме формування належної матеріально-технічної бази, підбору і навчання персоналу, облаштування території тощо. Звичайно, тут потрібні значні капіталовкладення.

Третій складник – інвестиційна політика. Необхідними кроками в цьому напрямі повинні стати заходи з розвитку інвестиційного потенціалу, створення спеціальних фондів розвитку, пошук оптимальних джерел інвестування тощо.

Четвертий складник – маркетингова цінова політика, основою якої має бути продумана ефективна цінова стратегія, що враховує як специфіку самого готельно-ресторанного підприємства, так і наявну ринкову кон'юнктуру.

Встановлюючи ціни на власні послуги, готельно-ресторанне підприємство може використовувати політику диференційованих цін, яка передбачає застосування певних шкал і тарифів, можливих знижок і надбавок до середнього рівня цін для різних сегментів, споживачів. Така цінова політика дає змогу заохочувати або обмежувати активність споживачів, стимулювати або, навпаки, стримувати продаж окремих послуг. Політику диференційованих цін доцільно використовуватися за таких умов:

– ринок легко сегментується, а межі сегментів чіткі;

– споживачі сприймають диференційовані ціни, без образ і неприязні;

– додаткові витрати, пов'язані з реалізацією політики диференційованих цін, покриваються додатковими надходженнями від її проведення;

– форми встановлення диференційованих цін не суперечать законодавству [5, с. 257].

Політика диференційованих цін може передбачати використання пільгових, дискримінаційних та престижних цін. Використання пільгових цін передбачає встановлення найбільш низьких цін на ті чи інші послуги готелю для тих покупців, в яких підприємство найбільше зацікавлене. Пільгові ціни можуть також слугувати тимчасовим засобом стимулювання продажу. Використання дискримінаційних цін передбачає встановлення високих цін для певних сегментів. Такий підхід може застосовуватися стосовно тих споживачів, хто виявляє досить високу зацікавленість у послугах готелю. Використання престижних цін передбачає продаж готельно-ресторанних послуг за високими цінами сегментам ринку з низькою еластичністю попиту, які особливу увагу приділяють якості продукту та чутливо реагують на фактор престижності. Для прикладу, вартість проживання у дорогих готелях на престижних курортах визначається передусім соціальним статусом його гостей, а не реальними витратами на утримання готелю.

Диференціація цін заснована на тому, що є кілька сегментів споживачів, які реагують на зміну цін по-різному. З огляду на це, для кожного сегменту доцільно встановлювати окрему ціну. Таким чином, диференційовані ціни можуть набувати таких форм, як:

– ціни з урахуванням відмінностей споживачів – передбачають знижки певним категоріям споживачів;

– ціни з урахуванням варіантів послуг – на різні варіанти послуг встановлюються різні ціни, але прямої залежності між витратами і різницею в цінах немає;

– ціни з урахуванням місця розміщення – послуги готелю пропонуються за різними цінами в різних місцях будівлі, хоча витрати при цьому однакові (наприклад, різні ціни на номер із видом на море чи гори і видом у двір);

– ціни з урахуванням часового фактору – змінюються залежно від сезону, місяця, дня тижня, періоду доби;

– ціни з урахуванням іміджу – ціна на оду і ту саму послугу залежить від різниці в іміджі.

П'ятий складник – маркетингова політика розподілу, яка передбачає формування каналів збуту, вибір посередників та налагодження роботи з ними, управління каналами розподілу. Важливим питанням є охоплення ринку, тобто чи обмежитися послугами одного або декількох посередників, чи здійснювати продажі через максимально можливу кількість посередників. Таким чином, вибрати один із трьох варіантів: інтенсивний розподіл, ексклюзивний розподіл на правах винятковості чи вибірковий (селективний) розподіл.

Шостий складник – маркетингова політика просування, яка повинна спиратися на реальні переваги готельно-ресторанного продукту і включати широкий спектр заходів, таких як реклама, стимулювання збуту, персональні продажі, PR-заходи, участь у виставках тощо.

Однією із основних цілей такої політики повинно стати формування та підтримування сприятливого позитивного іміджу готельно-ресторанного підприємства. Саме позитивний імідж є одною з головних передумов збільшення попиту

в туристичному бізнесі. Це пов'язано зі специфікою готельних послуг та ринковою поведінкою споживачів цих послуг. Невідчутність та нематеріальний характер послуг означає, що їх неможливо продемонструвати, побачити, спробувати або оцінити до моменту отримання. Споживач змушений вірити продавцю послуг на слово. Внаслідок цього з боку споживачів присутній елемент надії та довіри до продавця. Відповідно, мотиви до придбання готельно-ресторанних послуг у своїй більшості є емоційними та ірраціональними із значною часткою впливу суб'єктивних факторів. Саме тому імідж того чи іншого готельно-ресторанного підприємства часто є визначальним.

Також важливим елементом маркетингової політики просування готельно-ресторанного підприємства є вплив на ринкову поведінку споживачів. Суть такого впливу проявляється в тому, щоб за рахунок вибраних засобів маркетингу здійснити потрібний цілеспрямований влив на сприйняття та ставлення потенційних споживачів до продукту готельно-ресторанного підприємства, тим самим мотивуючи їх до його придбання. Тобто йдеться про позиціювання та перепозиціювання, спрямування зусиль на зміну в напрямі покращення ставлення споживачів до підприємства. Отже, заходи, спрямовані на формування ставлення споживачів, повинні забезпечити схильність споживачів до надання переваги саме цим послугам порівняно з іншими, що пропонуються подібними готелями. Тобто піднімається питання конкуренції та забезпечення власних переваг засобами політики просування.

Базуючись на поставлених нами цілях політики просування, особливостях цільової аудиторії споживачів, специфіці готельно-ресторанного підприємства, найбільш придатними інструментами можна визначити рекламу, засоби Public Relations та використання елементів брендингу. При цьому особливу роль варто відвести саме засобам Public Relations (зв'язки з громадськістю) як діяльності, спрямованій на формування і підтримку сприятливого іміджу підприємства через налагодження стосунків між організацією та різноманітними контактними аудиторіями, ініціювання самим підприємством поширення інформації про товари, ідеї, послуги, яка подається як новина, а також запобігання та усунення небажаних чуток і дій, які можуть зашкодити діяльності підприємства [1, с. 448].

Загалом використання засобів Public Relations готельно-ресторанним підприємством можна звести до декількох напрямів, таких як:

– акцент на здоровий спосіб життя, необхідності рекреації і заняття активними та змістовними видами відпочинку (залежно від специфіки туристичної території, де знаходиться готель);

– акцент на послугах саме нашого підприємства як таких, що максимально задовольняють потреби цільової аудиторії;

– інформування та підтримування постійного двостороннього зв'язку із громадськістю, врахування інтересів громади та суспільства, розповсюдження інформації про участь у різного роду заходах і програмах розвитку, які мають соціальний характер (участь в організації спортивних змагань, рухах за здоровий спосіб життя, відновлення історико-культурної спадщини, пізнання рідного краю тощо), що сприятиме формуванню у пересічних громадян позитивного ставлення до готельно-ресторанного підприємства і його діяльності.

Серед засобів Public Relations можна виділити формування та підтримування постійних зв'язків із засобами масової інформації, використання Інтернету, зокрема соціальних мереж, організація заходів подієвого характеру, а саме різного роду святкувань, приурочених до певних дат та ювілеїв, фестивалів, ігор, змагань тощо.

Таким чином, вибудувана відповідно до зазначених принципів маркетингова політика просування дасть змогу через створення певного іміджу сформувати позитивну думку громадськості щодо готельно-ресторанного підприємства та його послуг, забезпечить прихильність та довіру з боку потенційних споживачів. Особливо важливо, що таке позитивне сприйняття буде мати довгостроковий характер, що дасть змогу закріпити сформований позитивний імідж як конкурентну перевагу готельно-ресторанного підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, важливим моментом у процесі маркетингового управління готельно-ресторанним підприємством є оптимальне поєднання різних інструментів маркетингу з метою формування ефективної системи, яка дасть можливість враховуючи вимоги і потреби споживачів забезпечити вагомі конкурентні переваги і стабільні ринкові позиції підприємства. Проведення такої діяльності, окрім врахування економічної ефективності, також повинне ґрунтуватися на принципах узгодження інтересів і цілей зацікавлених сторін – підприємства, споживачів і громадськості; зрівноваженості моделей виробництва і споживання; взаємопов'язаності соціально-економічного розвитку туристичної території і готельно-ресторанного підприємства, що сприятиме довгостроковому і стійкому розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации, интегрированный поход / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 864 с.

2. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 816 с.

3. Мельниченко С.В., Магалецький А.В. Маркетингова політика в готельному бізнесі: [монографія]. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 344 с.

4. Пандяк І.Г., Мальська М.П., Гаталяк О.М. Основи формування механізму конкурентних переваг в управлінні якістю готельних послуг. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2007. № 579. С. 516–519.

5. Aaker D.A. Mc. Loughlin D. Strategic Market Management: Global Perspectives. New York: John Wiley and Sons, Ltd, 2010. 368 p.

REFERENCES:

1. Burnett J., Moriarty S. (2001) Marketingovye kommunikacii, integrirovannyj pohod [Marketing communications, an integrated campaign]. St. Petersburg: Peter, pp.864 (in Russian).

2. Kotler Ph., Keller K.L. (2012) Marketing menedzhment. 12-e izd. [Marketing Management. 12th edition]. St. Petersburg: Peter, pp. 816 (in Russian).

3. Melnychenko S.V., Mahaletskyi A.V. (2011) Marketynhova polityka v hotelnomu biznesi: [Marketing policy in the hotel business]. K.: Kyiv national university of trade and economics, pp. 344.

4. Pandyak I.G., Malska M.P., Gatalyak O.M. (2007) Osnovy formuvannia mekhanizmu konkurentnykh perevah v upravlinni yakistiu hotelnykh posluh [Fundamentals of formation of the mechanism of competitive advantages in quality management of hotel services]. Bulletin of Lviv Polytechnic National University. no. 579, pp. 516–519.

5. Aaker D.A. Mc. Loughlin D. Strategic Market Management: Global Perspectives. New York: John Wiley and Sons, Ltd, 2010. 368 p.

ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ВІДХОДАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

LOGISTICS ASPECTS OF INDUSTRIAL WASTE MANAGEMENT AT ENTEPRISES

УДК 658.5:504
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-45

Мащак Н.М.
к.е.н., асистент кафедри маркетингу і логістики
Національний університет «Львівська політехніка»
Гикава А.В.
студентка
Національний університет «Львівська політехніка»

Mashchak Nataliia
Lviv Polytechnic National University
Hykava Andriana
Lviv Polytechnic National University

У статті підкреслено необхідність управління та мінімізації обсягів утворення промислових відходів, які є наслідками економічної діяльності підприємств. Розкрито сутність реверсивної логістики як процесу планування, реалізації і контролю логістичних товаропотоків, повернутих зі сфери обігу й споживання у сферу першоджерела з метою відновлення їхньої цінності та безпечної утилізації. Виявлено наявні проблеми та встановлено, що утилізація та рециклінг відходів є одними з головних напрямів еколого-економічної діяльності промислових підприємств на шляху до раціонального природокористування та сталого розвитку. Проаналізовано процес утворення промислових відходів на досліджуваному підприємстві. Досліджено процес логістичного управління промисловими відходами на діяльності вибраного підприємства. Запропоновано напрями оптимізації системи управління промисловими відходами в розрізі діяльності досліджуваного підприємства.

Ключові слова: *управління відходами, промислові відходи, зворотна логістика, традиційна логістика, рециклінг.*

В статье подчеркнута необходимость управления и минимизации объемов образования промышленных отходов, которые являются последствиями экономической деятельности предприятий. Раскрыта суть реверсивной логистики процесса планирования, реализации и контроля логистических товаропотоков, возвращенных из сферы оборота и потребления в сферу первоисточника с целью восстановления их ценности и безопасной утилизации. Выявлены существующие проблемы и установлено, что утилизация и рециклинг отходов являются одними из главных направлений экологической деятельности промышленных предприятий на пути к рациональному природопользованию и постоянному развитию. Проанализирован процесс образования промышленных отходов на исследуемом предприятии. Исследован процесс логистического управления промышленными отходами на выбранном предприятии. Предложены направления оптимизации системы управления промышленными отходами в разрезе деятельности исследуемого предприятия.

Ключевые слова: *управление отходами, промышленные отходы, обратная логистика, традиционная логистика, рециклинг.*

Nowadays, the waste management is gaining ground value. Due to the fact that the waste is a growing problem, both economically and environmentally, the amount of waste is increasing every year and so is a duty to take measures to deal with them properly. The article emphasizes the need to manage and minimize the volume of generated industrial waste that is a consequence of the enterprise's economic activity. There was revealed the essence of reverse logistics as a process of planning, realization and control of logistics good flows returned from the sphere of circulation and consumption to the sphere of primary sources with the purpose of their value's restoration and safe utilization. It has been established that the constant amendment of environmental protection's documents, the fight against global warming and the spread of environmental awareness among people lead to revision of the enterprise's vision regarding waste management. Existing problems have been identified and it has been established that waste recycling is one of the main areas of ecological and economic activities for industrial enterprises on the way to rational use of nature and sustainable development since there is always a need to reduce space for waste storage and waste disposal and natural resources saving. The classification of generated waste was presented and the difference between traditional and reverse logistics was revealed. There were considered the models of waste flows and models of extended manufacturer's answerableness which is responsible for the recycling and waste disposal of its products after consumption. The whole cycle of waste generation was described – there are presented the ways of their accumulation, two systems of ways transportation and kinds of their disposal were distinguished. There were proposed measures for maximizing of waste utilization. The process of industrial waste collection, their types were presented at the studied enterprise. The process of logistics management of industrial waste on the selected enterprise's activity was investigated. The direction for industrial waste management system optimization in terms of activity of the studied enterprise were offered.

Key words: *waste management, industrial waste, reverse logistics, traditional logistics, recycling.*

Постановка проблеми. Результатом людської діяльності стала проблема збільшення кількості відходів, яка несе за собою реальну загрозу для довкілля та негативно впливає на здоров'я і якість життя людей. Питання накопичення відходів, боротьба з причинами та наслідками усунення забруднення довкілля привели до зростання екологічної обізнаності щодо їх подальшого використання, а їхнє ефективне використання стало вирішальною дією у боротьбі з екологічною катастрофою та створенням економічних вигод. Управління відходами із застосуванням сучасних технологій є одним із джерел прибутку потенційних промислових підприємств. Динамічний розвиток технологій та засобів управління зумовили створення сфери «екологічна діяльність» для підприємств із застосуванням логістичних інструментів. Наслідком є екологічно орієнтована логістика, або, іншими словами, «логістика відходів», «зворотна логістика» чи «реверсивна логістика», яка є процесом планування, реалізації та контролю логістичних товаропотоків, повернутих зі сфери обігу й споживання у результаті зворотного розподілу готової продукції, небезпечних, ушкоджених, прострочених і використаних товарів і тари та пов'язаної з ними інформації з метою відновлення їхньої цінності чи правильної утилізації [1, с. 108]. Тому її метою є впровадження логістичних підходів у всі процеси формування потоків відходів з урахуванням принципів охорони довкілля.

Постійно нові регулятивні документи щодо охорони довкілля, протидії глобальному потеплінню, щораз більше зацікавлення логістичним сектором підприємства та поширення екологічної обізнаності серед людей веде до перегляду бачення управління відходами на підприємстві. Елементом життєвого циклу продукту, який нині набуває все більшого значення, є зникнення саме фази використання цього продукту. Завжди цикл починається із пошуку та збору сировини для вироблення, а закінчується очищенням залишків продукту, які потрапляють у довкілля. Тому, відповідно до вищезазначених проблем, потрібно навчити людей та підприємства важливості правильності поводження з відходами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями управління відходами вже давно займаються науковці всього світу, оскільки ця проблема надзвичайно актуальна в умовах збереження якості довкілля. Все більше вчених акцентують на необхідності екологічності ведення бізнесу та раціонального поводження з промисловими відходами [4; 8; 10].

Сутність зворотних матеріальних потоків, принципів управління ними, концептуальних положень екологічної логістики тощо розглядали вітчизняні науковці, такі як Є.В. Крикавський, І.Г. Смирнов, Є.В. Мішенін. Чимало публікацій розкривають питання використання вторинної сировини та рециклінгу відходів, впровадження інноваційних підходів у цих процесах.

Під терміном «реверсивна логістика» іноземні вчені розуміють планування, виконання та контролювання проходження потоку сировини і матеріалів, запасів, готової продукції та пов’язаної інформації від місця споживання до місця походження, продукування [5; 6; 7; 9]. Таким чином, реверсивна логістика є невід’ємною частиною традиційної логістики. Функціонування ланцюга поставок підприємства неможливе без виникнення обернених потоків промислових відходів. Проте наявність обернених потоків промислових відходів без відповідного логістичного управлінського не є реверсивною логістикою.

Постановка завдання. На основі вищевикладеного слід виділити цілі цієї статті, а саме: проаналізувати сутність реверсивної логістики як ефективного інструменту управління промисловими відходами підприємства та дослідити процес поводження з промисловими відходами на основі діяльності вибраного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи поставлену проблему управління відходами, слід спочатку визначити загальну суть відходів та логістичний аспект в управлінні ними. За будь-якої господарської діяльності утворюються відходи – промислові та побутові, які можуть бути потенційною сировиною. Відповідно до ЗУ «Про відходи», відходи – будь-які речовини, матеріали і предмети, що утворилися у процесі виробництва чи споживання, а також товари (продукція), що повністю або частково втратили свої споживчі властивості і не мають подальшого використання за місцем їх утворення чи виявлення і від яких їх власник позбувається, має намір або повинен позбутися шляхом утилізації чи видалення [2]. Якщо коротко, то відходи – це об'єкти, які вже були у вжитку та втратили свої споживчі властивості. Якщо розцінювати їхню можливість подальшого використання, то їх можна поділити на такі, що утилізуються, та такі, що ні.

Наприклад, папір можна вторинно використати переробивши його з макулатури, а не заново зі свіжої деревини, що, у свою чергу, скорочує споживання електроенергії та знижує рівень забруднення повітря. Пластмаса або взагалі не розкладається, або розкладається дуже-дуже повільно. Окрім цього, якщо її спалювати, то відбувається інтенсивне забруднення атмосфери. У цьому разі варто вдаватися до рециклінгу, тобто до повторної переробки, або ж виготовляти таку, яка сама руйнується в природі. Іншими словами її називають біодеградацією [3].

Відходи діляться на три типи [4, с. 52]:

– муніципальні відходи;

– власне побутові відходи;

– дрібні побутові відходи.

У 1996 р. розроблено та зареєстровано Держстандартом України «Класифікатор відходів ДК 005-96» (далі – Класифікатор). У ньому закодовано види відходів за галузевою ознакою, а також види послуг, пов’язаних із відходами. Всі вони описані в Класифікаторі, мають специфічні 8-значні цифрові індекси, кожен знак якого означає певну класифікаційну ознаку [4, с. 52].

Питання, які пов’язані із відходами та їх управлінням, виникають у кожному суспільстві. Потреба в управлінні ними виникає з необхідності зменшення простору для їх зберігання та утилізації, а також для економії використання природних ресурсів. А саме фізичним особам та суб’єктам господарювання надається ця роль. Тому детальний аналіз зв’язків усіх учасників логістичних процесів може дати можливість планувати можливі структурні зміни, а також вживати заходів для покращення функціонування логістичної системи.

Суть традиційної логістики полягає в передачі товарів від виробників через посередників до кінцевих споживачів. У логістиці відходів потік товарів обернений. Відходи, що утворюються людиною, повинні бути утилізовані або піддані відповідним процесам, які дадуть змогу знову повернути їх на ринок (рис. 1).

Логістика відходів займає важливе місце у багатьох сучасних логістичних системах. Роль логістики полягає у мінімізації негативного впливу відходів на навколишнє середовище, саме тому ефективно

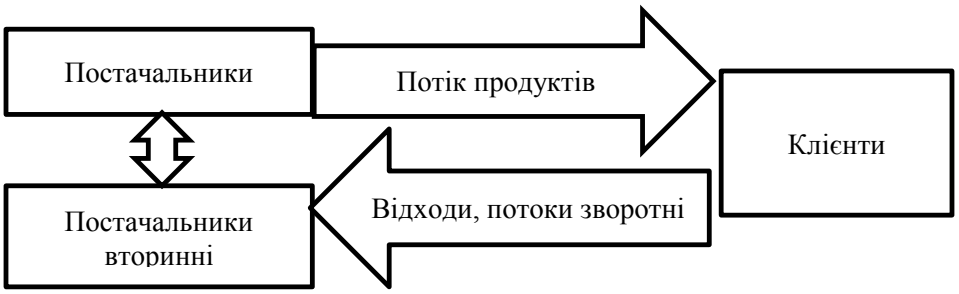


Рис. 1. Потік благ в логістиці традиційній і зворотній

Джерело: [5, с. 181]

Таблиця 1

Моделі зворотної логістики

Модель	Характеристика
Модель Вагнера	Оптимізувала потоки відходів спираючись на витрати їх переробки та складування. Але зазнала невдачі через кількість обмежень, які в собі містила.
Модель Д.Х. Лі та М. Донга	Грунтувалась на розташування пунктів розподілу, зберігання та самої переробки відходів. Суть була в тому, що споживачі отримували товар через пункти переробки і відходи від них також повинні були потравляти у ті самі пункти переробки. Таким чином, це зменшить загальні витрати на поводження із відходами.
Модель Саєда та Афіа	Стосується як традиційних, так і зворотних заходів з планування потоку відходів. Рішення цієї моделі полягало в тому, щоб забезпечити максимальну різницю між доходами від продажу та загальними витратами, які виникають під час впровадження окремих зворотних логістичних процесів.
Моделі розширеної відповідальності виробника (несе відповідальність за переробку та утилізацію своєї продукції після її споживання)	
Створення неприбуткової організації	Є можливість створення декількох таких неприбуткових організацій, від яких відходи прямують до систем поводження із відходами. Вони спрямовують кошти на утилізацію використаної продукції. Модель використовується в Іспанії, Франції, Австрії,
Модель оподаткування для виробників	Кошти отримані з цього податку є спрямовані вже державними органами на управління відходами. Система використовується у Данії та Угорщині.
Комбінована система	Виробник має вибір сплати екологічного податку або ж набуття членства в одній із неприбуткових організацій. Модель сьогодні використовується в Естонії, Хорватії та Латвії.
Модель незалежної зворотної логістики	Характеризується поверненням непотрібних матеріалів, продуктів, відходів після виробництва до центральної точки їх вивезення незалежно від вихідного ланцюга поставок. Вихідним моментом цього процесу є усвідомлення споживача, що товар більше не відповідає його потребам, і настав час його позбутися. У цьому випадку державні установи організовують збір та зберігання небажаних товарів та матеріалів через державні чи приватні організації. Часто є також елемент сортування відходів, надаючи для цього спеціальні контейнери.
Модель закритої системи	Модель інтегрує в собі безпосередні послуги, сервіс та зворотну логістику, Зустрічається модель на ринках високих технологій. Стосується індивідуального споживача. Головну роль відіграє оригінальний виробник обладнання, який після використання відновлює цілі вироби або ж їх компоненти через проміжні канали, бо це можливо саме завдяки специфіці ринку високих технологій, де виробники надають технічну та логістичну підтримки та організовує дистрибуцію. Присутня закрита система контролі.
Модель закритої системи із незалежним циклом безпосередніх послуг	Стосується роботи з корпоративними клієнтами, які беруть на себе частину зворотної логістики, використовуючи власні процеси та ресурси. У цій моделі виробник не має повного контролю над усіма потоками продукції, що спрощує процедури та зменшує витрати, пов'язані з керуванням зворотною логістикою. Однак у той же час це негативно позначається на прозорості всього циклу продукції.
Орієнтована на споживача закрита система	Існує взаємодія між роздрібною торгівлею та виробником. Повернута продукція включає несправні товари, повернені покупцями, непридатну продукцію, попит на яку не був повідомлений ринком, упаковку для багаторазового використання, повернуту покупцями або використану роздрібною торгівлею. У цій моделі можна говорити про два окремих ланки зворотної логістики, перше – між споживачем та роздрібною торгівлею, а друге – між ритейлером та виробником .

Джерело: розроблено авторами на основі [6, с. 12–17, 167; 7, с. 61–71; 8; 9]

функціонуюча система поводження з відходами є важливим елементом національної політики.

Зумовлене все більше зацікавлення у зворотних процесах привело до моделювання потоків для відходів в екологічних та економічних аспектах (табл. 1).

Перші три моделі формують саме ті фактори, які дають змогу впливати на рівень ефективності зворотної логістики, тобто на різницю між рівнем доходів та рівнем витрат. Моделі розширеної відповідальності виробника мають на меті збільшення ставки збору і переробки вторинної сировини, а також перенесення фінансової відповідальності з громадян та державних органів. Як наслідок, це стимулює екологізацію виробів, зниження їхнього негативного впливу на довкілля. Останні чотири моделів були виділені А. Садовським, який цитував Д.Ф. Блумберга.

Першим етапом управління відходами є їхнє нагромадження. На підприємствах повинні бути обладнання відповідні майданчики, вся тара повинна бути промаркована, бункери, в які поступають відходи, повинні бути чітко позначені групою та класом небезпеки певного відходу. Конструкція на майданчиках повинна сприяти легкому їхньому нагромадженню та унеможливлювати їхнього змішування між собою, а також псування відходів, які в подальшому використовуватимуть як вторинну сировину [10, с. 117]. Для його правильного зберігання користувачі повинні використовувати спеціальні контейнери, які пристосовані для транспортних засобів. На рис. 2 наведено способи нагромадження відходів.

Після їхнього нагромадження слідує експорт відходів – це фізичне переміщення відходів з місць збирання до місць подальшого використання, переробки або захоронення. Здебільшого тут використовується автомобільний транспорт, бо він є найбільш еластичним. Тут можна виокремити дві системи транспортування відходів – пряма та перевантажувальна. Перша характеризується тим, що контейнери відвозяться до автомобілів оснащених механізмами збору, ущільнення та випорожнення, а також заміною наповненого контейнера порожнім. У другій функції збору та транспортування розділені, а місцем сполучення є перевантажувальна станція. Збір відходів здійснюється звичайними транспортними засобами (сміттєвозами), при цьому транспортування до місця утилізації здійснюється громіздкими транспортними засобами, вантажопідйомність яких кратна вантажопідйомності сміттєвоза.

Утилізація відходів означає всі види діяльності, які не становлять загрози здоров'ю, життю чи довкіллю, полягають у використанні їх частково або в цілому, а також вилученні енергії, матеріалів або речовин з відходів та їх використанні. Щоб досягти максимального масштабу утилізації, то варто вдаватись до таких заходів:

– просування продукції, яка виробляється з відходів;

– сприяння та підтримка досліджень технологій утилізації та переробки відходів;

– заохочення приватних та державних інвесторів до впровадження інвестиції відповідно до планів поводження з відходами.

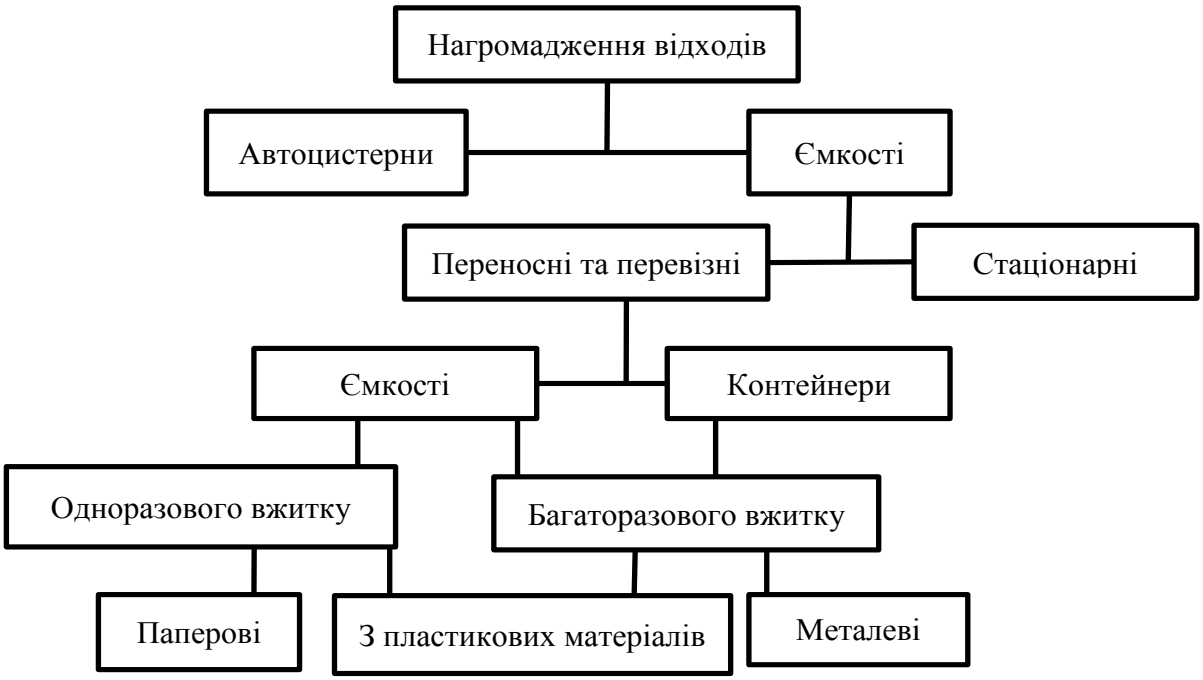


Рис. 2. Способи нагромадження відходів

Джерело: [11, с. 27]

Таблиця 2

Перелік виробничих промислових відходів, утворених на ПрАТ «МЗМВ «Оскар»

Назва	Утворення, зберігання та транспортування	Можлива ресурсна придатність	Відповідальність за утилізацію
Лампи люмінесцентні відпрацьовані	Утворюються в процесі заміни ламп денного світла в цехах, в яких в процесі експлуатації вийшов термін використання. Зберігаються в паперових ящиках. Транспортуються до сховища автомобільним транспортом упаковані в ящики.	Скло, кольорові метали.	ПП «Ріал»
Відпрацьовані акумулятори	Утворюються в процесі заміни акумуляторної батареї на двигуні внутрішнього згорання, яка в процесі експлуатації прийшла в несправність. Зберігаються в спеціально обладнаному протипожежними засобами приміщенні акумуляторної в упаковці (паперові ящики). Транспортуються до сховища автомобільним транспортом упаковані в металеву тару.	Кольорові метали, кислоти, луги.	ПП «Ріал»
Відпрацьовані автомобільні масла та мастила	Утворюються в процесі заміни масла в двигунах внутрішнього згоряння. Зберігаються в металевих бочках. Транспортуються до сховища автомобільним транспортом в ємностях.	Нафтопродукти, мінеральні масла, паливні матеріали та інші будівельні продукти.	ПП «Ріал»
Зношені пневматичні шини (шини відпрацьовані)	Утворюються при обслуговуванні автотранспорту та іншої техніки, яка знаходиться на балансі підприємства. Зберігання здійснюється на складі. Транспортуються до сховища автомобільним транспортом.	Гума та каучук.	ПП «Компанія з утилізації відходів «Укрекокомресурси».
Шлак від зварювального виробництва	Утворюється в процесі діяльності при зварювальних роботах. Зберігання відходу, до моменту використання, проводиться насипом в спеціально відведеному місці під навісом.	–	Використовується на підприємстві при роботах по вимощуванню бетону як наповнювач.
Порох абразивно-металічний	Утворюється в процесі діяльності підприємства при заточуванні інструментів на верстатах. Зберігання відходу, до моменту використання, проводиться насипом в спеціально відведеному місці під навісом.	–	Використовується на підприємстві при роботах по вимощуванню бетону як наповнювач.
Відходи преформ поліетилентерефталатних	Утворюються при виготовленні поліетиленових пляшок. Зберігання відходу, до моменту вивезення, проводиться в спеціально відведеному місці під навісом на території підприємства у контейнерах. Транспортуються до сховища автомобільним транспортом.	Пластмаса та полімери.	ПП «Стрийвторресурс», ПП «Дрогобичвторресурс».
Відходи плівки поліетиленової	Утворюються при розпакуванні вхідних матеріалів. Тимчасове зберігання відходу, до моменту вивезення, проводиться в спеціально відведеному місці у поліетиленових мішках. Транспортуються до сховища автомобільним транспортом.	–	ПП «Стрийвторресурс», ПП «Дрогобичвторресурс».
Макулатура паперова і картонна	Утворюються при розпакуванні вхідних матеріалів. Зберігаються на складі у контейнерах. Транспортуються до сховища автомобільним транспортом.	Папір та картон.	ПП «Стрийвторресурс», ПП «Дрогобичвторресурс».
Відходи скляної тари	Утворюються при перевезенні тари пакувальної (пляшок скляних). Зберігаються у контейнерах у спеціально відведеному місці. Транспортуються до сховища автомобільним транспортом.	Скло.	ПП «Стрийвторресурс».
Тверді побутові відходи	Утворюються при харчуванні працівників, прибиранні території, ремонту приміщень та устаткування. На спеціально обладнаному майданчику на території підприємства у металевих контейнерах. Автомобільним транспортом до місця сховища.	Застосовується термічний метод спалювання.	ДП «Комунальник» ТзОВ «Стрийсільрембуд».

Джерело: розроблено авторами на основі власних досліджень та звітності підприємства

Таблиця 3

Обсяги промислових відходів ПрАТ «МЗМВ «Оскар» за 2019 р.

№ п/п	Назва	Вартість здачі відходів, грн/кг	Обсяг відходу за 2019 рік, т
1.	Лампи люмінесцентні відпрацьовані	0,6	0,405
2.	Відпрацьовані автомобільні масла та мастила	3,9	0,219
3.	Зношені пневматичні шини	0,09	0,6
4.	Відходи преформ поліетилентерефталатних	3,0	58,368
5.	Відходи плівки поліетиленової	6,0	44,42
6.	Макулатура паперова і картонна	2,8	7,281
7.	Відходи скляної тари	0,35	23,564

Джерело: звітність підприємства

Основними способами утилізації відходів є:

– зберігання відходів;

– біологічні методи: компостування, енергетичні камери або призми;

– термічні методи: спалювання, газифікація, дегазація;

– переробка в паливо тощо.

Вирішуючи, як утилізувати відходи, необхідно підготувати стратегію мінімум на 10 років. Така стратегія повинна ґрунтуватися на аналізі інвентаризації та прогнозі поводження з відходами з урахуванням: типу забудови населених пунктів, характеристик та джерел утворення відходів, якісних та кількісних характеристик відходів, аналізу розміщення відходів, що переробляються, аналізу можливих та поточних джерел фінансування поводження з відходами.

Досліджуване підприємство ПрАТ «МЗМВ «Оскар» було створено в 1995 році. Видами економічної діяльності у відповідності з класифікатором є 15.98.0 Виробництво мінеральних вод та інших напоїв, 74.20.0 Діяльність у сфері геології та геологорозвідування.

Перелік виробничих промислових відходів, які утворюються на підприємстві наведений у табл. 2 та способи поводження з ними.

У процесі діяльності підприємства утворюється певна кількість відходів, перелік яких зазначений вище у таблиці 2, які залежно від класу небезпеки (токсичності) потрібно прибирати з території та виробничих приміщень та тимчасово розміщувати у спеціально відведених місцях. Вивезення відходів проводять організації, які мають відповідні ліцензії. Вивезення здійснюється спеціалізованим транспортом. Місця тимчасового зберігання відходів утримуються у належній чистоті. Вивозять відходи по мірі їх утворення. Систематично проводиться прибирання майданчика.

Транспорт, призначений для вивезення сміття і контейнерів, заборонено використовувати для перевезення сировини і готової продукції, а клас небезпеки відходів встановлюється залежно від вмісту в них високотоксичних речовин розрахунковим методом або згідно з переліком відходів, наведених у Державному класифікаторі відходів.

Більшість відходів транспортується на перевантажувальні пункти сховища. Компанії, що співпрацюють з цим підприємством, мають кожен тип транспортного засобу, пристосований до всіх видів відходів. Сам завод для перевезення відходів з перевантажувальних станцій використовує аутсорсингові автомобілі.

Підприємство також має спеціальне обладнання для поводження з відходами. Передні навантажувачі використовуються для завантаження та транспортування матеріалів на більш короткі відстані. Телескопічні навантажувачі забезпечують можливість подачі вантажів на більшу висоту. Компактори використовуються для зменшення обсягу відходів шляхом подрібнення.

У табл. 3 наведено дані обсягу деяких промислових відходів ПрАТ «МЗМВ «Оскар».

Для підприємства є важливим збільшити вхідний контроль таропакувальних матеріалів, бо саме значна кількість відходів, а саме преформ, отримується на цій стадії виробничого циклу. Необхідно подбати про обладнання, яке буде генерувати набагато менше відходів, здійснити пошук компаній, які купують конкретні відходи та переробляють їх на іншу сировину, а не просто утилізують її. Проведення постійного технічного огляду обладнання теж є потребою для уникнення поломок і створення браку за рахунок цього.

Одним із актуальних помислів сьогодення є електронна документація. Ведення паперової документації не тільки забирає багато місця, але створює багато непотрібних відходів (особливо після закінчення терміну дії документів). Варто розглянути можливість впровадження сучасної мережевої архітектури (заснованої на хмарі), завдяки якій можна зберігати все в цифровій формі.

І на майбутнє, враховуючи збільшення виробничих та складських площ, варто подумати над тим, щоб запровадити спеціальні сміттєві вікна, що випадають назовні, куди працівники зможуть викидати сортоване сміття. Відходи, що надходять безпосередньо до контейнерів, не потребують додаткового навантаження, що означає менші витрати та ефективнішу роботу.

Висновки з проведеного дослідження. Проведені аналітичні дослідження свідчать про те, що досліджуване підприємство має багату технічну інфраструктуру. Воно здійснює логістичне управління відходами за найвищими стандартами.

З погляду економіки важливо буде розширити діяльність підприємства шляхом подальшого збільшення обсягу виробництва та розширення виробничої і складської площ відповідно, щоб підтримувати подальше збільшення кількості клієнтів і щоб отримати більше прибутку. Узгоджена система матеріальних потоків за допомогою пунктів перезавантаження, доставки та сегрегації збільшує експлуатаційні можливості компанії. Нові технології збору та транспортування відходів є важливим фактором, який можна постійно збирати та використовувати, відповідно до принципів охорони довкілля. На жаль, щоб система нормально функціонувала, вона повинна керуватися спеціалізованою командою, яка за допомогою аналізу певної ділянки визначає частоту збирання відходів на основі поточної статистики, пов'язаної з масою сміття, посилити вхідний контроль сировини та матеріалів. Постійні зміни в законодавстві призводять до встановлення більш високої смуги для територіальних органів самоврядування, які зараз займаються організацією вивезення сміття, а також все частішим дотриманням гігієнічних та санітарних правил, що, у свою чергу, зменшує поширення захворювань, спричинених відходами. Таке ефективне функціонування логістичної системи поводження з відходами може принести користь як довкіллю, яке захищається все більш жорсткими законодавчими нормами, але й суб'єктам господарювання та комунальним підприємствам, які завдяки гарній організації можуть отримувати нові замовлення, приносячи економічне зростання та можливість розширити сферу свого бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зуева О.Н. Реверсивная логистика в управлении запасами. *Известия ИГЭА*. 2009. № 1 (63). С. 107–111.

2. Про відходи: Закон України від 05 березня 1998 р. №187/98-ВР / Верховна Рада України. *Відомості Верховної Ради України.* 1998. № 36–37. Ст. 242.

3. Мягченко О.П. Основи екології. Київ, 2010. 312 с.

4. Довга Т.М. Класифікація побутових відходів як передумова ефективності їх рециклінгу в Україні. *Економічний часопис-XXI.* 2011. № 5–6. С. 50–53.

5. Starostka-Patyk M., Popa V. General Aspects of Reverse logistics. *Supply Chain Management Fundamental and Support Elements.* 2013. P. 182–198.

6. Mesjasz-Lech A., Efektywność ekonomiczna i sprawność ekologiczna logistyki zwrotnej. Częstochowa, 2012. 236 p.

7. Lee D., Dong M. Dynamic network design for reverse logistics operations under uncertainty. Transportation Research Part E Logistics and Transportatin Review. 2009. Vol. 45. №1. P. 61–71.

8. Тевкун Т. Три моделі поводження зі сміттям. *Інститут суспільно-економічних досліджень.* URL: https://iser.org.ua/analitika/analiz-derzhavnoyi-politiki/tri-modeli-povodzhennia-zi-smittiam (дата звернення: 17.02.2020).

9. Blumberg D.F. Introduction to Management of Reverse Logistics and Closed-loop Supply Chain Processes. Boca Raton, 2004. 296 p.

10. Борисовська О.О. Інвентаризація та облік відходів. Дніпро, 2017. 168 с.

11. Leboda R. Odpady komunalne i ich zagospodarowanie. Zagadnienia wybrane. Lublin, 2002. 437 p.

REFERENCES:

1. Zueva O.N. (2009) Reversyvnaya lohystyka v upravlenyy zapasamy [Reverse Logistics in Inventory Management]. *Notes of the Irkutsk State Economic Academy,* vol. 1, no. 63, pp. 107–111.

2. Law of Ukraine on waste № 187/98-BP. (1998, March 05). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy.* Kyiv (in Ukrainian).

3. Miahchenko O.P. (2010) *Osnovy ekologii* [Fundamentals of Ecology]. Kyiv: The Center of Educational Literature. (in Ukrainian)

4. Dovha T.M. (2011) Klasyfikatsiia pobutovych vidkhodiv yak peredumova efektyvnosti yikh retsyklingu v Ukraini [Classification of household waste as a prerequisite of effective recycling in Ukraine]. Economic annals-XXI, № 5–6, pp. 50–53.

5. Starostka-Patyk M., Popa V. General Aspects of Reverse logistics. *Supply Chain Management Fundamental and Support Elements.* 2013. P. 182–198.

6. Mesjasz-Lech A., Efektywność ekonomiczna i sprawność ekologiczna logistyki zwrotnej. Częstochowa, 2012. 236 p.

7. Lee D., Dong M. Dynamic network design for reverse logistics operations under uncertainty. Transportation Research Part E Logistics and Transportatin Review. 2009. Vol. 45. № 1. P. 61–71.

8. Tevkun T. (2016) Three models of garbage management. *Institute of Social and Economic Research.* URL: https://iser.org.ua/analitika/analiz-derzhavnoyi-politiki/tri-modeli-povodzhennia-zi-smittiam (accessed 17 February 2020).

9. Blumberg D.F. Introduction to Management of Reverse Logistics and Closed-loop Supply Chain Processes. Boca Raton, 2004. 296 p.

10. Borysovska O.O. (2017) Inventaryzatsiia ta oblik vidkhodiv [Inventory and waste management]. Dnipro: Litograf. (In Ukrainian)

11. Leboda R. Odpady komunalne i ich zagospodarowanie. Zagadnienia wybrane. Lublin, 2002. 437 p.

ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМНИХ ПИТАНЬ ЩОДО УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ПІД ЧАС ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

DETERMINATION OF PROBLEM QUESTIONS IN RELATION TO MANAGEMENT BY AGRICULTURAL ENTERPRISE DURING REALIZATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

УДК 339.9
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-46

Могильна Л.М.
к.е.н., старший викладач
кафедри менеджменту
Сумський національний
аграрний університет

Mohylna Liudmyla
Sumy National Agrarian University

У статті розглянуто основні проблемні питання управління сільськогосподарським підприємством під час виходу на зовнішні ринки. Економічна ситуація в Україні привела до формування агрохолдингів. Невеликим агровиробникам та фермерам можливості, якими користуються великі агрохолдинги, недоступні. Однак, як свідчить світовий досвід, фермерське господарство є однією з найбільш перспективних і ефективних форм господарювання з бережливим ставленням до землі та оптимальною впорядкованістю території. Експортна орієнтованість українського зернового агробізнесу приводить до того, що між виробником і покупцем закономірно виникає ланцюжок посередників – трейдерів. Якщо підприємство невелике, то воно не зможе навіть сформувати товарну партію. Як висновок, інтегрування з іншими господарствами дасть можливість невеликим підприємствам розширити сферу своєї діяльності та вийти на зовнішній ринок із сільськогосподарською продукцією.

Ключові слова: *сільськогосподарське підприємство, управління сільськогосподарським підприємством, агрохолдинг, міжнародний ринок, зернотрейдери, кооператив, фермерське господарство.*

В статье рассмотрены основные проблемные вопросы управления сельскохозяйственным предприятием при выходе на внешние рынки. Экономическая ситуация в Украине привела к формированию агрохолдингов. Небольшим агропроизводителям и фермерам возможности, которыми пользуются большие агрохолдинги, недоступны. Однако, как свидетельствует мировой опыт, фермерское хозяйство является одной из наиболее перспективных и эффективных форм ведения хозяйства с бережливым отношением к земле и оптимальной упорядоченностью территории. Экспортная ориентированность украинского зернового агробизнеса приводит к тому, что между производителем и покупателем есть цепочка посредников – трейдеров. Если предприятие небольшое, то оно не сможет даже сформировать товарную партию. Как вывод, интегрирование с другими хозяйствами даст возможность небольшим предприятиям расширить сферу своей деятельности и выйти на внешний рынок с сельскохозяйственной продукцией.

Ключевые слова: *сельскохозяйственное предприятие, управление сельскохозяйственным предприятием, агрохолдинг, международный рынок, зернотрейдеры, фермерское хозяйство.*

In article the basic problems of management of agricultural enterprise, when access to foreign markets. The economic situation in Ukraine has led to the formation of large enterprises. They are represented by agricultural holdings. A large part of agricultural holdings engaged in grain production. Small agricultural producers and farmers do not have access to the features used by large agricultural holdings. World experience shows that the farm is one of the most promising and effective forms of farming. Farmers have a very thrifty attitude to the land and optimal orderliness of the territory. The export orientation of the Ukrainian grain agricultural business leads to a chain of intermediaries – traders – naturally occurring between the producer and the buyer. The main function of the trader is the formation of a consignment for re-sale. The top 20 leading exporters of grain occupy 91.8% of the total market and the top 5 of 45.6 %. In fact, farmers do not have alternative marketing channels of the grain, except for grain traders. Therefore, grain traders to farmers remain, on the one hand – partner. On the other hand, a monopolist who dictates the rules of the game and affect the market price of grain. If the enterprise is small, it won't even be able to form a lot of goods for export sales. Consequently, the effective functioning of farms is closely associated with the institutionalization and development of cooperatives. As a conclusion, integration with other farms will give the opportunity for small businesses to expand their activities and enter foreign markets with agricultural products. For other agricultural enterprises, the integration will provide an opportunity to strengthen their resource capacities, improve technical equipment, improve performance and improve the marketability of the products. Note that this requires companies to take into account the existence of a huge number of limitations and obstacles to international trade, namely tariffs (fiscal and protectionist), monetary control by the state, a number of non-tariff barriers (national standards of safety, quality and the like).

Key words: *agricultural enterprise, management agricultural enterprise, agricultural holding, international market, grain traders, farm.*

Постановка проблеми. Зовнішньоекономічна діяльність набуває все більшої значущості, бо вона здійснюється в умовах, коли головною характеристикою сучасного всесвітнього розвитку є глобалізація. Вона визначає значні зміни у світі загалом, впливаючи на економічну, політичну, соціальну та культурологічну сфери громадського життя. Дії ці суперечливі. Проте їх необхідно враховувати і виробляти відповідну політику господарству. Тому актуальність проблеми зумовлена тим, що в кожній області чи районі зовнішньоекономічні зв'язки господарюючих суб'єктів мають свої особливості розвитку. Це визначається специфікою ресурсної бази, інфраструктурою, станом самого господарства та ступенем адаптації його до нових умов, а також підтримкою місцевими органами влади.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження особливостей виходу сільськогосподарських підприємств на міжнародну арену присвячені праці таких учених-економістів: М.О. Козіка, Ю.П. Макогона, А.А. Мазаракі, П.Т. Саблука, О.В. Шебаніної, О.В. Шубравської, Г.С. Федосєєвої та інших. Водночас проблемні питання вибору міжнародних ринків вітчизняними аграрними підприємствами у сучасній науковій

економічній літературі ще не дістали достатнього висвітлення.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення проблем та розроблення практичних рекомендацій щодо можливостей виходу сільськогосподарських підприємств на зовнішні ринки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Локомотивом українського агробізнесу стали великі агрохолдинги. Ці підприємства обробляють по декілька тисяч гектарів кожен. Вони є новаторами в управлінні та впровадженні нових технологій. Великі агрохолдинги використовують ефект масштабу і можуть вигідно працювати на міжнародному рівні. Найбільші агрохолдинги України за розмірами земельного банку згідно з рейтингом Agricultural Consulting за 2019 р. наведені на рис. 1. За критерієм кількості землі в обробітку та доступною інформацією, найбільшими агрохолдингами є такі, що використовують від 600 тис. до 200 тис. га орних земель. Зазначимо, що за 2018 р. кількість агрохолдингів скоротилася до 85 (з 93 компаній в 2017 р.). Земельний банк, який ними обробляється, зменшився з 5,95 млн. га в 2017 р. до 5,62 млн. га в 2018 р. Більша частка агрохолдингів працює в Полтавській, Черкаській та Київській областях, практично всі вони займаються зерновиробництвом.

Невеликим агровиробникам та фермерам можливості, якими користуються великі агрохолдинги, недоступні. Однак, як свідчить світовий досвід, фермерське господарство є однією з найбільш перспективних і ефективних форм господарювання з бережливим відношенням до землі та оптимальною впорядкованістю території.

У 2018 р. згідно з даними Державної служби статистики України, питома вага сільськогосподарських виробників, які займалися вирощуванням зернових культур, дорівнювала 67,47%, що на 4,35% менше, ніж в 2010 р. У галузі тваринництва зросли темпи скорочення поголів'я корів, а тому розведенням великої рогатої худоби молочних порід в 2018 р. займалися

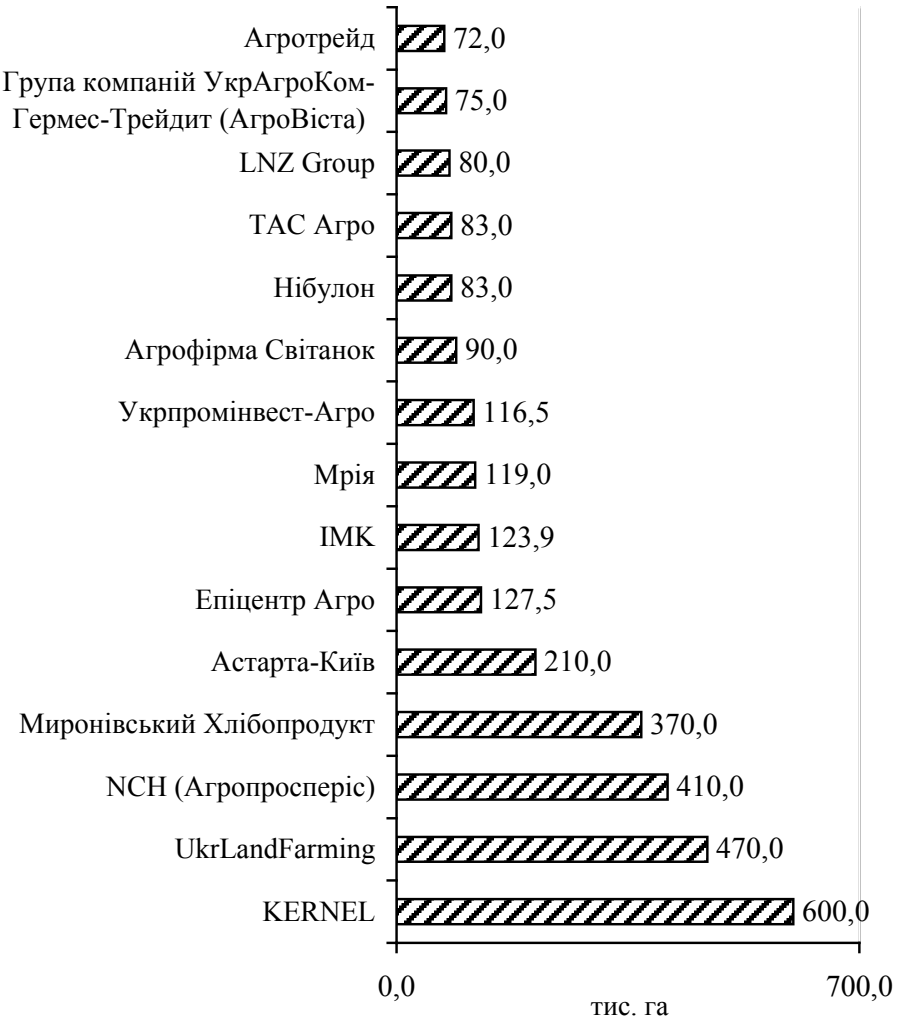


Рис. 1. Найбільші агрохолдинги України за розмірами земельного банку згідно рейтингу Agricultural Consulting, 2019 р.

Джерело: [3]

лише 1,35% сільськогосподарських підприємств, що на 0,42% менше, ніж у 2010 р. Аналітичні дані підтверджують той факт, що провідна роль у структурі рослинництва належить зерновому господарству, яке є основою всього продовольчого комплексу.

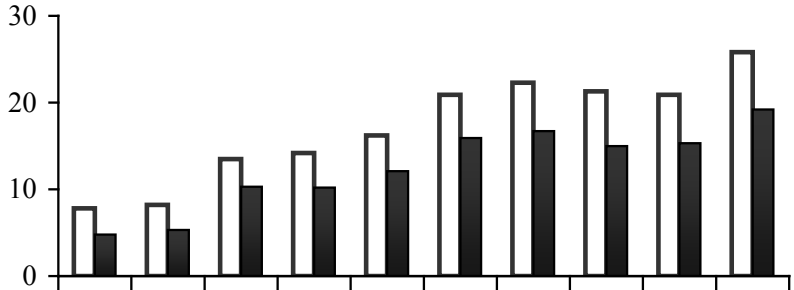
Україна є експортером зерна. Цьому сприяють кліматичні умови. Саме зерно є як основою продуктів харчування, так і сировиною для інших галузей. Воно є складником продовольчої безпеки будь-якої країни. У 2019 р. продукти рослинного походження у загальному обсязі експорту України дорівнювали 25,8%, з них зернові культури – 19,2% (рис. 2).

Слід відмітити, що питома вага зернових культур у % до загального експорту України (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях) у 2019 р. збільшилася в 4 рази порівняно з 2010 р. Останнім часом активізувалися партнерські стосунки України з країнами Європейського Союзу. Зазначимо, що в 2019 р. зовнішньоторговельні операції проводилися з партнерами із 227 країн світу, а питома вага країн ЄС дорівнювала 41,5%.

Наголосимо, що забезпечення ефективного функціонування зернового господарства можливе за рахунок підвищення якості зерна і забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на внутрішньому та зовнішніх ринках. Якість зерна значною мірою залежить від ґрунтово-кліматичних умов, особливостей сорту та технології вирощування. Останнім часом підвищується актуальність проблеми сортозміни та сортооновлення. Кращі сорти та гібриди культур за одних та тих же виробничих витрат порівняно з рядовим посівним матеріалом забезпечують прибавку врожаю в середньому на 20–30%.

Якщо вести мову про якість продукції, то необхідно згадати органічне землеробство. Воно, останнім часом, набуває широкої популярності через прагнення населення вести здоровий спосіб життя. Саме органічне землеробство є запорукою якісної та безпечної продукції. У всьому світі ним займається екологічне орієнтоване фермерство. Відповідно до статті 1 Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» від 10.07.2018 N 2496-VIII, «органічне виробництво – сертифікована діяльність, пов'язана з виробництвом сільськогосподарської продукції (у тому числі всі стадії технологічного процесу, а саме первинне виробництво (включаючи збирання), підготовка, обробка, змішування та пов'язані з цим процедури, наповнення, пакування, переробка, відновлення та інші зміни стану продукції), що провадиться із дотриманням вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [2]. Цей Закон передбачає адаптацію законодавства України у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції до відповідного законодавства Європейського Союзу.

Аналізуючи ситуацію сьогодення, на жаль, зазначимо, що на відміну від європейських виробників, які за основну мету ставлять забезпечення якості виробленої сільськогосподарської продукції за рахунок екологізації виробничих процесів, українські виробники прагнуть швидкого отримання доходів, навіть ціною погіршення стану довкілля. Щоб цього не відбувалося, необхідно використовувати інноваційні технології в обробці земель, в посіві сільськогосподарських культур



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Продукти рослинного походження	7,8	8,2	13,5	14,2	16,2	20,9	22,3	21,3	20,9	25,8
Зернові культури	4,8	5,3	10,3	10,2	12,1	15,9	16,7	15,0	15,3	19,2

Рис. 2. Продукти рослинного походження та зернові культури у % до загального обсягу експорту України

***** Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: [5]

відмовитися від застосування синтетичних комбінованих добрив та пестицидів, замінивши їх сертифікованими органічними добривами. Стосовно галузі тваринництва, то завдяки біотехнології, а точніше кормам створених за її допомогою, можливо підвищити не тільки продуктивність тварин, а також підвищити вміст гумусу в ґрунті. Слід наголосити, що органічне землеробство узгоджує та гармонізує економічні, екологічні та соціальні цілі в аграрному секторі економіки.

Для того щоб підприємство вийшло на зовнішній ринок з власною продукцією потрібно мати сертифікати якості, без якого не зможемо експортувати продукцію.

Слід відмітити, що з 10 червня 2019 року в Україні набув чинності новий стандарт на пшеницю ДСТУ 3768: 2019 «Пшениця. Технічні умови» [1]. Стандарт є обов'язковим. Згідно нового стандарту для твердого зерна залишили п'ять класів, а для м'якої пшениці – тільки чотири. З них 1–3 класи – це ті класи, які використовуються як сировина в хлібопекарській і борошномельній промисловості. Зерно, яке не відповідає жодному класу, визначається як нестандартне.

Наголосимо на тому, що у новому стандарті підвищились вимоги до якості самого зерна. Відзначимо, що критерієм якості зерна на міжнародних ринках є зміст домішок, які впливають на продовольчу безпеку. Пошкоджене зерно не може буде використано в хлібопекарській промисловості. Особливу увагу переробна галузь приділяє показникам, пов'язаним з хлібопекарськими властивостями зерна – вмістом білку, клейковини. Уперше в стандарті введено показник вмісту зерен, пошкоджених клопом-черепашкою, а в якості рекомендованого – значення сили борошна. Гармонізація стандарту на пшеницю – необхідний крок до євроінтеграції та імплементації європейських вимог. Цей стандарт виступає основою при реалізації зерна в Європейському Союзі. Основними показниками, які визначають відповідність зерна «стандартній якості», є: натура, зміст

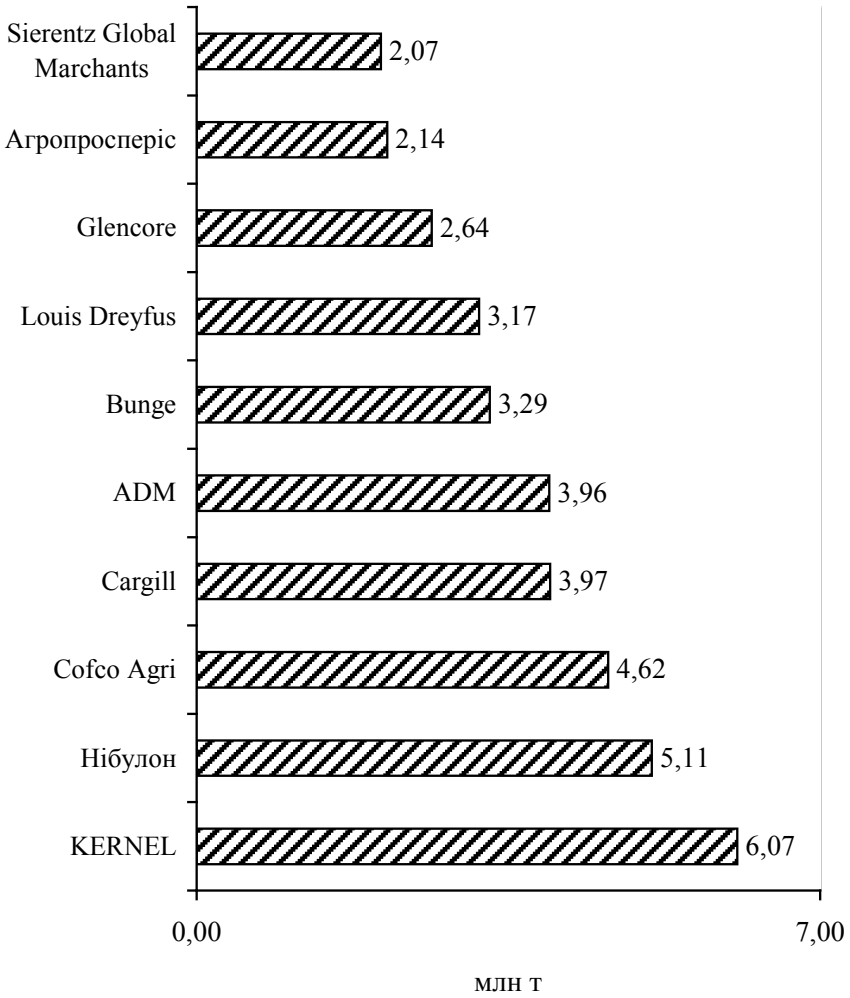


Рис. 3. Топ-10 провідних експортерів українського зерна в 2018/19 МР*

* Експортером за даними Stark Shipping вважається компанія, вказана як відправник в коносаменті

Джерело: [4]

домішок, зовнішні споживчі ознаки (колір, запах), комерційний вид. Як правило, вологість зерна обмежується 15%. Вимоги до цих та інших показників визначають саме експортні біржі Європейського Союзу, а не державні стандарти, як в Україні. При цьому «стандартна якість» не передбачає високої якості, а виражає лише середню якість зерна за зразками в регіоні. Тим самим держава гарантує виробникам можливість реалізувати за певну ціну зерно саме такого (або кращої) якості.

За ліквідацію класів активно виступали зернотрейдери, пропонуючи ділення пшениці тільки на продовольчу і непродовольчу, а також м'яку і тверду – за прикладом стандартів ISO. Одночасно, це може привести до встановлення мінімально можливих цін. Стандарт частково гармонізований з Commission Delegated Regulation (EU) 2016/1238 of 18 May 2016 supplementing Regulation (EU) No 1308/2013 of the European Parliament and of the Council with regard to public intervention and aid for private storage і з ISO 7970: 2011. Також були уточнені нормативні документи, що стосуються вимог безпеки та охорони довкілля, визначення показників якості та методів контролю. Розроблення стандартів ЄС – пріоритетне завдання для України. Ці стандарти стосуються безпеки та якості харчових продуктів у ланцюгу «від лану до столу».

Фактор успіху для агровиробника – доступ до міжнародних ринків збуту. Експортна орієнтованість українського зернового агробізнесу призводить до того, що між виробником і покупцем, а надто дрібним виробником, закономірно виникає ланцюжок посередників – трейдерів, кожний з яких виконує певну функцію. Основна місія трейдера – формування товарної партії зерна для подальшого продажу. Товарну партію зерна від зерна на току відрізняють наступні риси товарної партії: об'єм та відповідність зерна в партії стандарту.

За інформацією компанії Stark Shipping в 2018/19 МР топ-20 провідних експортерів зерна займають 91,8 % загального обсягу ринку, а топ-5 – 45,6% (рис. 3). Компанії-експортери, що увійшли до п'ятірки лідерів, збільшили майже на 6 мільйонів тонн відвантаження зернових в порівнянні з попереднім 2017/18 МР.

Одним із провідних експортерів зерна з чорноморського регіону є диверсифікована агропромислова компанія «Кернел», яка виступає сполучною ланкою між невеликими українськими виробниками сільськогосподарської продукції та міжнародними ринками. Частка «Кернела» в експорті зернових з України становить близько 10%. Друге місце в рейтингу займає компанія «Нібулон». Географія експорту холдингу охоплює 64 країни. На відміну від багатьох інших зернотрейдерів, компанія працює з покупцями безпосередньо.

Фактично аграрії не мають альтернативних каналів збуту зерна, окрім зернотрейдерів. Звісно, на зерновому ринку діють і заготівельні організації, і переробні підприємства, і товарна біржа. Однак вони спроможні закупити невеликі обсяги зерна, а біржова діяльність взагалі малоефективна. Тому зернотрейдери для аграріїв залишаються, з одного боку, партнером, який за готівку купить зерно будь-яких кондицій, а з іншого боку – монополістом, що диктує «правила гри» і впливає на ринкову ціну зерна (відсутність у фермерів та інших сільськогосподарських виробників товарного зерна сучасних, добре обладнаних місткостей для зберігання зерна до нового врожаю, зумовлює їхню повну залежність від власників елеваторів та зернотрейдерів та змушує реалізувати зерно за неприйнятними для них цінами, а також закриває доступ до світового ринку зерна).

Якщо підприємство невелике, то воно не зможе навіть сформувати товарну партію. Інша річ – агрохолдинг. Він має в обробітку десятки або сотні тисяч гектарів землі. Тому виходом із цієї ситуації для фермерських господарств та невеликих підприємств є створення заготівельно-збутових кооперативів.

Наголосимо, що розвиток фермерства – це розв'язання питання безробіття на селі, збереження сільських територій, екосистеми і продовольчої безпеки країни. Конкретні рішення щодо інституційного забезпечення функціонування фермерства мають бути виваженими, добре збалансованими, орієнтованими на досягнення суспільно та економічно важливих цілей і не базуватися на інтересах окремих зацікавлених суб'єктів політичних чи економічних відносин.

Зазначимо, що опонентами розвитку фермерських господарств використовується аргумент про їхню економічну неефективність, про переваги великих господарств над ними. Отже, ефективне функціонування фермерських господарств тісно пов'язане з інституціоналізацією та розвитком кооперативів. Кооперування фермерського господарства є засобом захисту економічних інтересів фермерів. До прямих переваг об'єднання належать: скорочення кількості посередників, протистояння переробним підприємствам у монопольному встановленні закупівельних цін, економія на транспортних витратах, поліпшення якості продукції та більш ефективний контроль над нею, організація постачання та переробки продукції великими партіями, що дає змогу отримати вигідні ціни, забезпечення кооперативу потрібними ресурсами за пільговими цінами, співпраця на вигідних для членів кооперативу умовах з організаціями технічної допомоги, ветеринарне обслуговування. Тому заготівельно-збутова кооперація є одним із видів кооперації, що допомагає здійснювати заготівлю

та зберігання сільськогосподарської продукції, здійснювати її передпродажну обробку, а також сприяє сільськогосподарським виробникам у тому, щоб вигідно продати їхню продукцію, в тому числі й на світових ринках. Відповідно, заготівельно-збутовий кооператив – це той механізм, за допомогою якого невеликі аграрні виробники можуть сформувати та в подальшому розвивати свій експортний потенціал.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, збутовий кооператив, представляючи інтереси малих сільськогосподарських підприємств, буде експортувати зерно відповідної якості та кількості іншій стороні або реалізувати його зернопереробним підприємствам, які вчасно проводять розрахунок за відповідну кількість та якість. При цьому відносини між зернопереробними підприємствами та іншими клієнтами кооперативу мають базуватися на виконанні сторонами своїх договірних зобов'язань. Доцільним у кооперативі буде наявність власного транспорту, оскільки це дає більше шансів для кращої реалізації зернових за вигідними цінами.

Як висновок, інтегрування з іншими господарствами дасть можливість невеликим підприємствам розширити сферу своєї діяльності та вийти на зовнішній ринок із сільськогосподарською продукцією. Для інших сільськогосподарських підприємств інтегрування дасть можливість посилити свій ресурсний потенціал, поліпшити технічне оснащення, підвищити ефективність функціонування, покращити товарність продукції.

У результаті проведеного дослідження зроблено висновок, що сучасний етап зовнішньоекономічних відносин України потребує від експортоорієнтованих підприємств розроблення стратегії виходу на нові закордонні ринки. Відмітимо, що при цьому підприємствам необхідно взяти до уваги існування безлічі обмежень та перешкод у міжнародній торгівлі, таких як митні тарифи (фіскальні та протекціоністські), валютний контроль із боку держави, низка нетарифних бар'єрів (системи національних стандартів безпеки, якості тощо).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. ДСТУ 3768: 2019 «Пшениця. Технічні умови» від 10 червня 2019 року. БУДСТАНДАРТ. Сервіс документів Online. URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=82765 (дата звернення: 20.02.2020).

2. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» від 10.07.2018 N 2496-VIII. Ліга Закон. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T182496.html (дата звернення: 20.02.2020).

3. Рейтинг агрохолдингов Украины 2019 по размеру земельного банка от Agricultural Consulting. Agricultural Consulting Service. URL: https://farming.org.ua/Топ%20агрохолдингов%20Украины%202019%20Рейтинг%20агрохолдингов%20Украины%202019%20по%20размеру%20земельного%20банка.html (дата звернення: 20.02.2020).

4. Светлана Сазонова. Топ-20 ведущих оптовых грузоотправителей на экспорт украинского зерна в 2018/19 МГ. ELEVATORIST.COM. URL: https://elevatorist.com/rating/top-20-veduschih-optovyih-eksporterov-ukrainskogo-zerna-v-2018-19-mg (дата звернення: 20.02.2020).

5. Товарна структура зовнішньої торгівлі у 2019 році. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 20.02.2020).

REFERENCES:

1. DSTU 3768: 2019 «Pshenytsia. Tekhnichni umovy» vid 10 chervnia 2019 roku. BUDSTANDART. Servis dokumentiv Online. URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=82765 (accessed: 20.02.2020) (in Ukraine).

2. Zakon Ukrainy «Pro osnovni pryntsypy ta vymohy do orhanichnoho vyrobnytstva, obihu ta markuvannia orhanichnoi produktsii» vid 10.07.2018 N 2496-VIII. Liha Zakon. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T182496.html (accessed: 20.02.2020) (in Ukraine).

3. Reyting agrokholdingov Ukrainy 2019 po razmeru zemel'nogo banka ot Agricultural Consulting. Agricultural Consulting Service. URL: https://farming.org.ua/Топ%20агрохолдингов%20Украины%202019%20Рейтинг%20агрохолдингов%20Украины%202019%20по%20размеру%20земельного%20банка.html (accessed: 20.02.2020) (in Russian).

4. Svetlana Sazonova. Top-20 vedushchikh optovykh gruzootpraviteley na eksport ukrainskogo zerna v 2018/19 MG. ELEVATORIST.COM. URL: https://elevatorist.com/rating/top-20-veduschih-optovyih-eksporterov-ukrainskogo-zerna-v-2018-19-mg (accessed: 20.02.2020) (in Russian).

5. Tovarna struktura zovnishnoi torhivli u 2019 rotsi. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (accessed: 20.02.2020) (in Ukraine).

ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇЇ ТРАНСФОРМАЦІЯ У МАРКЕТИНГОВУ ПРОГРАМУ ПІДПРИЄМСТВА

ASSESSMENT OF MARKETING INFORMATION AND ITS TRANSFORMATION IN THE ENTERPRISE MARKETING PROGRAM

УДК 339.138
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-47

Муштай В.А.
к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та логістики
Сумський національний аграрний університет

Mushtai Valentyna
Sumy National Agrarian University

У статті запропоновано алгоритм розроблення маркетингової програми підприємства. Узагальнено інформацію про внутрішнє та зовнішнє середовище компанії. Наведено методику SWOT-аналізу, за результатами якого визначено стратегічні та тактичні напрями за кожним з елементів маркетингової програми. У розрізі загальної консервативної стратегії запропоновано вибрати як пріоритетний напрям у маркетинговій діяльності компанії стратегію диференціації за складниками маркетингового комплексу (товарна диференціація, цінова диференціація, збутова диференціація, комунікаційна диференціація), чим передбачається створення і підтримання компанією таких переваг, які би вигідно й надалі відрізняли її серед конкурентів. Пріоритетні напрями маркетингової діяльності за елементами комплексу маркетингу змістовно наведено у проекті розробленої маркетингової програми. Надано оцінку ефективності маркетингової діяльності компанії за реалізації розробленої маркетингової програми.

Ключові слова: *маркетингові дослідження, інформація, маркетингова програма, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, можливості, загрози, стратегія диференціації, інструментарій маркетингу.*

В статье предложен алгоритм разработки маркетинговой программы предприятия. Обобщена информация о внутренней и внешней среде компании. Представлена методика SWOT-анализа, по результатам которого определены стратегические и тактические направления по каждому из элементов маркетинговой программы. В разрезе общей консервативной стратегии предложено выбрать как приоритетное направление в маркетинговой деятельности компании стратегию дифференциации по составляющим маркетингового комплекса (товарная дифференциация, ценовая дифференциация, сбытовая дифференциация, коммуникационная дифференциация), чем предполагается создание и поддержание компанией таких преимуществ, которые бы выгодно и в дальнейшем отличали ее среди конкурентов. Приоритетные направления маркетинговой деятельности по элементам маркетингового комплекса содержательно представлены в проекте разработанной маркетинговой программы. Дана оценка эффективности маркетинговой деятельности компании при реализации разработанной маркетинговой программы.

Ключевые слова: *маркетинговые исследования, информация, маркетинговая программа, внешняя середа, внутренняя среда, возможности, угрозы, стратегия дифференциации, инструментарий маркетинга.*

In the current market situation with intense fierce competition, it is essential for business entities to effectively realize the goals, objectives, principles of enterprise development, and to form an effective marketing program. To a large extent, the effectiveness of the marketing program at enterprises depends on the effective use of information and analytical resources of the enterprise. Unfortunately, the current level of information model for providing a planning system for most domestic enterprises is more accounting than management. An important problem is that the analytical model of the enterprise is not characterized as systematic. That is why solving the question of implementing a marketing program designed with the data of an effective system of information and analytical support to the process of drafting a marketing program at the enterprise will enable the company to respond quickly and effectively to changes in the external environment, in particular the economic situation in the country, which is very actual. In the article the algorithm of development of the enterprise marketing program is offered. Generalized information about the internal and external environment of the company. It is substantiated that the collection and analysis of marketing information on the internal and external environment of the company as a result of systematic marketing research, which is strategically necessary in the conditions of competition, will contribute to the development of an effective marketing program of the company as a tool to achieve the set goals. The methodology of SWOT analysis is presented, which results in strategic and tactical directions for each element of the marketing program. In the context of the overall conservative strategy, it is proposed to choose as a priority in the marketing activities of the company a differentiation strategy for the components of the marketing complex (commodity differentiation, price differentiation, marketing differentiation, communication differentiation), which provides for the creation and maintenance of such advantages and benefits its among competitors. Priority directions of marketing activity by elements of the marketing complex are substantially presented in the draft of the developed marketing program. The effectiveness of the marketing activity of the company in the implementation of the developed marketing program is given.

Key words: *marketing research, information, marketing program, external environment, internal environment, opportunities, threats, differentiation strategy, marketing tools.*

Постановка проблеми. Вирішення питання розроблення та впровадження маркетингової програми діяльності підприємства, складеної з урахуванням даних ефективної системи інформаційно-аналітичного забезпечення процесу складання маркетингової програми на підприємстві, дасть змогу суб'єкту бізнесу швидко й ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища, зокрема економічної ситуації в країні, що є досить актуальним в умовах динамічного конкурентного ринкового середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням у сфері розроблення та реалізації програми маркетингу на підприємствах присвячено праці Г.С. Колодій [1], В.Є. Бєлік [2], О.В. Шереметинської [4], В.М. Бондаренко [5] та інших. Проте не досить добре вивчено особливості системи інформаційно-аналітичного забезпечення процесу складання маркетингової програми.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення ефективної маркетингової програми для підприємства з урахуванням об'єктивної оцінки маркетингової інформації; обґрунтування необхідності проведення систематичних маркетингових досліджень, що сприятиме розробленню ефективної маркетингової програми компанії як

інструменту для досягнення поставлених цілей компанії; надання пропозицій із формування системи інформаційно-аналітичного забезпечення та використання методологічного інструментарію у процесі складання маркетингової програми підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах конкурентного середовища підприємства активно використовують маркетинг як основний засіб боротьби за ринок, частку ринку та споживачів цільового сегменту.

Досягнення поставлених цілей підприємства передбачає використання ним одного з основних інструментів – маркетингової програми, «яка націлена на досягнення місії підприємства, формування поведінки на ринку, створення іміджу, зростання рівня конкурентоспроможності, а також у ній постають завдання (визначення майбутніх обсягів збуту продукції, формування номенклатури та асортименту продукції, що планується до виробництва, розроблення цінової політики, способів реалізації продукції, обґрунтування вибору найбільш привабливих ринків, технологій, визначення потреб у фінансових, матеріальних, людських ресурсах тощо), виконання яких має сприяти підвищенню ефективності» [1, с. 164].

Маркетингова програма є висновком та оцінкою того, як управлінці сприймають свою власну позицію на ринку відносно їхніх конкурентів, яка в них є мета, чого вони прагнуть досягнути, якими стратегіями, які ресурси на це потрібні, які результати очікуються [2, с. 63].

З огляду на викладене, у підприємств виникає необхідність «працювати над систематичним доповнюванням маркетингової інформаційної системи як джерела інформаційно-аналітичної підтримки у процесі розроблення ефективної маркетингової програми, самостійно окреслювати основні проблемні аспекти цього процесу, визначати необхідну додаткову стратегічну інформацію та продумувати основні джерела її надходження» [3, с. 335].

У розрізі проблематики дослідження об’єктом дослідження вибрано ТОВ «Сандора». З огляду на викладене вище, переконані, що основою виробничо-збутової діяльності ТОВ «Сандора» має бути маркетингова програма, яка би включала в себе основні напрями та позиції, які б дали змогу успішно працювати компанії на ринку й надалі.

Під час розроблення маркетингової програми необхідно враховувати специфіку галузі, в якій працює підприємство. У фруктово-овочевій галузі необхідно враховувати такі специфічні фактори, як сезонність, цінова політика, попит на товар, а також одним з головних факторів є те, що фрукти та овочі є швидкопсувним товаром [4, с. 40].

Вважаємо, що якісні маркетингові рішення, що покладатимуться в основу маркетингової програми ТОВ «Сандора», можуть бути прийняті лише на основі актуальної, достовірної маркетингової інформації, що систематично збирається й накопичується в інформаційній базі даних компанії. Потреба в інформації зумовлює проведення маркетингових досліджень, принципи проведення яких передбачають уникнення суб’єктивних оцінок, ризиків та невиправданих витрат, зокрема фінансових, трудових та часу під час прийняття маркетингових рішень.

Отже, для створення ефективної маркетингової програми ТОВ «Сандора», як і будь-яке інше маркетингово-орієнтоване підприємство, має систематично проводити маркетингові дослідження середовища – макро- та мікросередовища, а також внутрішнього середовища з метою набуття оцінки ринкових ситуацій внаслідок використання різноманітних методів аналізу (SPACE методу, SWOT-аналізу тощо) та забезпеченості інформацією для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень.

Таблиця 1

Фактори мікросередовища ТОВ «Сандора»

Фактори	Характеристика
Постачальники	ВАТ «Каменський» (вид поставки: плоди винограду та продуктів його переробки»; ВАТ «Плодоовочпром» (вид поставки: фрукти та овочі); ізраїльська компанія «Gan Shmuel Foords Ltd» (вид поставки: загущені та заморожені соки); американська компанія «Cargill BB» (вид поставки: загущені та заморожені соки); спільне українське австрійське підприємство «Поділля – ОБСТ» (вид поставки: загущені та заморожені соки); Interfruit, S.A. (Агрентина) (вид поставки: фрукти і овочі, фруктове та овочеве пюре); Миколаївський цукровий завод (вид поставки: цукор); ПАТ «Тетра Лаваль Україна» (вид поставки: пакувальне устаткування, упаковка Tetra Pak); ПАТ «Київський картонно – паперовий комбінат» (вид поставки: картон для упаковок та коробок для транспортування); фірма «Italprojekt» (вид поставки: машини та устаткування) та інші.
Посередники	Посередниками в збуті цієї продукції є фірми, оптові бази, супермаркети, продовольчі магазини тощо «Фуршет», «Metro», «Мега Маркет» «АТБ», «Еко-маркет», «Billa» та інші.
Споживачі	Населення України: дітлахи від 1 до 6 років, школярі, підлітки, дорослі.
Конкуренти	Безпосередніми конкурентами є компанії, що виробляють та/або реалізують аналогічну продукцію, а саме: ВАТ «Вінніфрут», ТМ «Соки – України» та ТМ «Вінні»; СП «Вітмарк – Україна, ТМ «Jaffa»; ЗАТ «Ерлан», ТМ «Біола», ТМ «Мрія».

Джерело: власні дослідження

З огляду на запропонований алгоритм розроблення маркетингової програми підприємства визначено фактори мікросередовища, що мають безпосередній вплив на компанію «Сандора» та її потенціал, та фактори макросередовища, які опосередковано впливають на діяльність ТОВ «Сандора» в процесі втілення її місії та досягнення поставлених цілей.

Характеристику складників мікросередовища компанії «Сандора» наведено в таблиці 1.

З огляду на виокремленні під час дослідження фактори макро- та мікросередовища ТОВ «Сандора», найгіршими варіантами розвитку подій на ринку для компанії є такі: агресивна та продумана маркетингова політика головних конкурентів, підприємств-челенджерів: ВАТ «Вінніфрут» (ТМ «Соки – України» та ТМ «Вінні»), СП «Вітмарк – Україна» (ТМ «Jaffa»), ЗАТ «Ерлан» (ТМ «Біола», ТМ «Мрія»). СП «Вітмарк – Україна» може посунути компанію з лідируючих позицій. Внаслідок негативного демографічного процесу, що має місце в країні – «старіння нації», вірогідним є скорочення обсягів реалізації сокової продукції, що негативно вплине на діяльність компанії «Сандора» та її фінансові показники. Нестабільні інфляційні процеси в Україні в подальшому можуть відлякувати іноземних інвесторів від інвестицій у це підприємство. Не підтримка державою вітчизняних виробників основної сировини для виробництва соків та сокової продукції – фруктів та овочів, може призвести до ситуації, коли вся сировина для виготовлення продукції буде постачатися з-за кордону, що сприятиме підвищенню собівартості виробництва продукції і зробить її малодоступною для середніх верств населення.

Оцінку внутрішнього середовища компанії «Сандора» здійснено через порівняльну оцінку маркетингового потенціалу компанії відносно її конкурентів – ВАТ «Вінніфрут» (ТМ «Соки – України» та ТМ «Вінні») та СП «Вітмарк – Україна» (ТМ «Jaffa»). Тим самим визначено позиції ТОВ «Сандора» в рейтингу конкуруючих компаній на ринку сокової продукції щодо використання ними маркетингового інструментарію з оцінкою його потенціалу щодо внутрішнього та зовнішнього середовища (табл. 2).

Маркетинговий потенціал розглядався як спроможність ТОВ «Сандора», ВАТ «Вінніфрут» та СП «Вітмарк – Україна» систематизовано й планомірно спрямувати всі свої функції на задоволення потреб споживачів та використання цільових та потенційних ринків збуту.

У таблиці 2 визначено загальну суму балів за кожним критерієм у межах елементів комплексу маркетингу та розраховано зважену оцінку за кожним з огляду на коефіцієнт вагомості фактору. Виведено загальний підсумок балів за вибраними компаніями та встановлено їхній загальний рейтинг за використанням основних маркетингових елементів та функцій.

Отже, найуспішнішою компанією у сфері маркетингової діяльності за даними таблиці є ТОВ «Сандора». Підтвердженням цього є визнані лідируючі позиції компанії на ринку сокової продукції, ринкова частка якої становить близько 47%. За повнотою використання основних маркетингових елементів та функцій серед групи конкурентів ТОВ «Сандора» займає першу позицію, що відповідає загальній оцінці у 43,2 бала. Другим за рейтингом у сфері маркетингової діяльності з вибраних компаній, що досліджувалися, визнано СП «Вітмарк – Україна» (40,8 бали). ВАТ «Вінніфрут» поступається ТОВ «Сандора» та СП «Вітмарк – Україна» за всіма критеріями, окрім цінового потенціалу відносно СП «Вітмарк – Україна».

Рекомендуємо перед розробенням маркетингової програми підприємства у розрізі стратегічних та тактичних напрямів за кожним з елементів маркетингового комплексу обов'язково здійснювати аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища компанії на основі різноманітних методів аналізу (SPACE-методу, SWOT-аналізу тощо).

Оцінка звичайної й абсолютної конкурентної сили ТОВ «Сандора» в межах методики SWOT-аналізу наведена в таблиці 3.

Порівняльна оцінка можливостей конкуруючих компаній здійснювати ефективну маркетингову діяльність дала змогу дійти висновку, що у ТОВ «Сандора» сильних сторін більше ніж слабких, про що свідчить отримане значення абсолютної конкурентної сили компанії в сумі 12 балів.

Жодне підприємство у процесі своєї діяльності не може повною мірою контролювати зовнішні чинники, тому має до них пристосовуватися [5,с. 93].

Для остаточного визначення позиції ТОВ «Сандора» на матриці SWOT та розроблення загальної стратегії подальшого розвитку компанії здійснено оцінку зовнішнього середовища – можливостей та загроз ринку, де функціонує ТОВ «Сандора» (табл. 4).

Порівняльна оцінка зовнішніх можливостей та загроз середовища, вказує на несприятливі умови для здійснення діяльності компанії ТОВ «Сандора», оскільки за результатами проведеного SWOT-аналізу на ринку сокової продукції більше ризиків, ніж можливостей. Тому, згідно визначеного співвідношення слабких та сильних сторін компанії, а також можливостей та загроз ринку за матрицею SWOT, ТОВ «Сандора» має додержуватися стратегії Максі – Міні (консервативної стратегії), що полягає у зведені до мінімуму негативного впливу навколишнього середовища, максимального і активного використання виявлених сильних сторін. Заходи, що пов'язані з цим типом стратегії: підвищення конкурентоспроможності товарів, вихід на нові ринки, вивід на ринок нових товарів.

Таблиця 2

Визначення загального рейтингу ТОВ «Сандора» за використанням основних маркетингових елементів та функцій

Маркетинговий потенціал (основні функції та елементи маркетингу)	Коефіцієнт вагомості	Досліджувані підприємства					
		ТОВ «Сандора»		ВАТ «Вінніфрут» (ТМ «Соки – України» та ТМ «Вінні»)		СП «Вітмарк – Україна» (ТМ «Jaffa»)	
		Всього балів	Оцінка	Всього балів	Оцінка	Всього балів	Оцінка
Ціновий потенціал	0,2	46	9,2	43	8,6	42	8,4
Товарний потенціал	0,2	43	8,6	39	7,8	40	8,0
Збутовий потенціал	0,2	40	8,0	38	7,6	40	8,0
Комунікаційний потенціал	0,2	44	8,8	36	7,2	41	8,2
Внутрішній маркетинг	0,05	42	2,1	38	1,9	40	2,0
Потенціал маркетингового інструментарію	0,15	43	6,5	39	5,9	41	6,2
Разом балів	1,0	-	43,2	-	39,0	-	40,8

Джерело: власні розрахунки

Таблиця 3

Визначення звичайної й абсолютної конкурентної сили ТОВ «Сандора»

Фактор	Оцінка (0 ... 10 балів)			
	ВАТ «Вінніфрут»	СП «Вітмарк – Україна»	ТОВ «Сандора»	
			Сі	Сі – max Скіj
Насиченість товарної номенклатури	6	8	9	1
Відповідність продукції міжнародним стандартам/ Рівень якості продукції	9	10	10	0
Оновлення асортименту/ введення товарів - новинок	4	6	7	1
Знаходження продукції на прибуткових етапах життєвого циклу	7	5	8	1
Високотехнологічне устаткування/модернізація / інноваційність технологій	6	8	9	1
Розгалуженість каналів збуту	6	7	9	2
Ефективність політики стимулювання збуту	7	6	9	2
Рівень ефективності виробництва	6	8	9	1
Ефективність комунікаційної політики	5	7	9	2
Використання власних фінансових ресурсів для реалізації стратегій	6	6	7	1
Конкурентна сила:	62	71	86	12

Джерело: власні дослідження

Таблиця 4

Оцінка зовнішніх можливостей і загроз ТОВ «Сандора»

Зовнішні можливості				Зовнішні загрози			
Фактори	Мі	Рмі	Мі*Рмі	Фактори	Зі	Рзі	Зі* Рзі
Зростання об’ємів споживання продукції	9	0,6	5,4	Зниження об’ємів споживання продукції	9	0,4	3,6
Бажання споживачів купити продукцію вищої якості	10	0,7	7,0	Байдужість споживачів до критерію якості продукції	10	0,3	3,0
Послаблення конкуренції в галузі	9	0,2	2,7	Посилення конкуренції в галузі	9	0,8	7,2
Збільшення пропозицій від постачальників за вигідними умовами	10	0,5	5,0	Скорочення сировинної бази і подорожчання основної сировини	10	0,5	5,0
Зростання купівельної спроможності покупців	8	0,6	4,8	Зниження купівельної спроможності покупців	8	0,4	3,2
Вихід на нові/ міжнародні ринки	10	0,5	5,0	Відсутність можливості виходу на нові ринки	10	0,5	5,0
Отримання дешевих кредитних ресурсів	9	0,2	1,8	Зростання відсотків за використання позик	9	0,8	7,2
Разом:	-	-	31,7	Разом:	-	-	34,2

Джерело: власні дослідження

Таблиця 5

Місія, бачення та програма маркетингу ТОВ «Сандора»

Компанія зосереджена на усесторонньому розкритті свого потенціалу шляхом прискореного сталого зростання та створення нової місії і бачення для досягнення успіху у тому, щоб «Перемагати відповідально»	
Місія	Дарувати більше посмішок з кожним ковтком і кожним шматочком *Для споживачів:* Створювати радісні моменти з допомогою наших смачними і поживних продуктів та унікального досвіду взаємодії з брендами. Для *клієнтів*: Стати кращим партнер, впроваджуючи інновації, що змінюють правила гри та забезпечують неперевершений рівень зростання в нашій галузі. Для партнерів компанії та громад: Надавати більше можливостей для роботи, розвитку нових навичок для побудову успішної кар'єри і створення доступного та інклюзивного робочого середовища. *Для нашої планети:* Дбайливо ставитися до природних ресурсів та оберігати планету, зберігаючи її для наступних поколінь. *Для акціонерів компанії:* Забезпечувати стабільний рівень сукупного доходу акціонерів та найкраще корпоративне управління.
Бачення	Перемагаючи відповідально (*перемагати на ринку і стимулювати зростання показників, не забуваючи при цьому про дбайливе ставлення до ресурсів планети та допомогу місцевим громадам*) бути світовим лідером у виробництві готових до вживання продуктів харчування та напоїв.
	Програма маркетингу
Товарна стратегія (товарна диференціація)	МЕТА: *Розширити портфель продуктів для локальної перемоги в сегменті готових до вживання продуктів харчування та напоїв.* ЗАХОДИ: Використання стратегії стабілізації, стратегії інновацій у виробництві продукції та стратегії продуктових інновацій: – Стратегія стабілізації – для більшості продукції, що знаходиться на етапі зрілості з використанням стратегії стабільної якості; – Продуктова інновація – використання нових видів та сортів овочів та фруктів для виробництва продуктів харчування (снеків) та напоїв/соків/сокової продукції; – Інновацій у виробництві продукції, через застосування новітнього устаткування та обладнання, яке дозволить виготовляти продукцію вищого рівня якості (нові вид продукції) (придбання сучасних основних засобів для більш кращої обробки продукції, для її зберігання, перевезення та подальшої переробки).
Цінова стратегія (цінова диференціація)	МЕТА: *Забезпечення гнучкості ціноутворення, підтримка стабільного/зростаючого рівня виробництва та реалізації, покращення стану ліквідності компанії.* ЗАХОДИ: Використання стратегії коригування цін – зниження середньої ціни реалізації продукції: – знижки (до 15%) за велику партію реалізації товару (шляхом зниження рівня витрат на зберігання продукції) – знижки на ціну (до 10%) за само вивезення продукції у великих обсягах (шляхом зниження рівня транспортних витрат та амортизації транспортних засобів) – знижки за додатково куплену партію товару великого обсягу (наприклад, при купівлі 1000 пакетів сокової продукції, пропонується ще партія в 1000 пляшок газованих напоїв зі знижкою до 10%)
Стратегія збуту (збутова диференціація)	МЕТА: *Раціональна організація розподілу з метою задоволення потреб споживачів та збільшення обсягів продажів (ринкової частки)* ЗАХОДИ: Реструктуризація каналів збуту (збільшення кількості оптових торговців по регіонах) та використання стратегії збуту залежно від каналу розподілу: – Стратегії активних прямих поставок (забезпечення активного прямого збуту споживачам великими та середніми партіями за помірними цінами) – Стратегії активних непрямих поставок (забезпечення активного непрямого збуту оптовим та іншим посередникам великими партіями за помірними цінами)
Стратегія просування (комунікаційна диференціація)	МЕТА: *Формування каналів інформування споживачів продукції та встановлення зворотнього зв'язку із споживачами.* ЗАХОДИ: Використання стратегії проштовхування та приваблювання (на нову продукцію): – Проштовхування – стратегія просування товару з використанням торгового персоналу та стимулювання сфери торгівлі для проштовхування товару каналами розподілу. Зосередження зусиль на тому, щоб примусити оптові та роздрібні фірми придбати продукцію компанії; а роздрібні підприємства мають пропонувати продукцію споживачеві. Серед елементів просування переважає – реклама, особистий продаж та заходи стимулювання збуту, орієнтовані на посередників. Алгоритм: виробник агресивно нав'язує товар → оптовик агресивно нав'язує товар → роздрібний реалізатор нав'язує товар споживачеві. – Приваблювання – стратегія передбачає великі витрати на рекламу та інформування споживачів з метою формування попиту (споживач у ході просування знайомиться з товаром і потім звертається за ним до роздрібної мережі, котра, у свою чергу, замовляє товар в оптових фірмах або безпосередньо у виробника). Алгоритм: виробник агресивно нав'язує товар споживачеві — споживач виявляє попит — роздрібний реалізатор дає замовлення оптовику, а той звертається за товаром до виробника.

Джерело: власні розрахунки

Таблиця 6

Фактична та проектна ефективність маркетингової діяльності ТОВ «Сандора» за реалізації розробленої маркетингової програми

Показники	2018 р.	Проект	Проект від 2018 р.	
			+;-	%
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	9581088	11018251	1437163	115,0
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	7119287	7902409	783122	111,0
Витрати на збут, тис. грн.	1647120	1680063	32947	102,0
Вартість товарної продукції на 1 грн. витрат на збут, грн.	5,816	6,558	0,742	112,8
Індекс товарообігу	1,077	1,150	0,073	106,8
Індекс витрат на збут	0,790	1,020	0,230	129,1
Витрати на збут на 1 грн. отриманої виручки від реалізації продукції, грн.	0,172	0,152	-0,020	88,4
Рентабельність продажу, %	34,58	39,43	4,85 в. п.	-

Джерело: ф.2; власні розрахунки

Пропонуємо, в розрізі загальної консервативної стратегії, незважаючи на те, що сокова та інша продукція товарної номенклатури ТОВ «Сандора» являється стандартною, обрати як пріоритетний напрямок у маркетинговій діяльності ТОВ «Сандора» стратегії диференціації в розрізі комплексу маркетингу (товарна диференціація, цінова диференціація, збутова диференціація, комунікаційна диференціація), чим передбачається створення й підтримання компанією «Сандора» таких переваг, які б вигідно й надалі відрізняли її серед конкурентів.

З огляду на результати дослідження пропонуємо проект маркетингової програми для ТОВ «Сандора» (табл. 5).

Ефективність запропонованих стратегій диференціації щодо елементів маркетингового комплексу ТОВ «Сандора» поданих в розробленій маркетинговій програмі пропонуємо здійснювати через оцінку ефективності показників маркетингової діяльності компанії «Сандора» (табл. 6).

За нашими прогнозами, на підставі використання методу експертної оцінки та методу екстраполяції, за умови впровадження стратегічних заходів щодо інструментарію маркетингу ТОВ «Сандора» отримає приросту чистого доходу від реалізації продукції на суму 1437163 тис. грн., або 15%.

Поряд із цим прогнозуємо зростання собівартості реалізованої продукції та витрат на збут на 11,0% та 2,0% відповідно. При цьому вартість товарної продукції на 1 грн. витрат на збут має збільшитися на 0,742 грн., що становитиме 12,8%. Як наслідок ефективності запропонованих заходів у розрізі складеної маркетингової програми витрати на збут на 1 грн. отриманої виручки від реалізації продукції зменшаться до 0,152 грн. проти 0,172 грн. звітного року, що становитиме 11,6%. Рентабельність продажу має збільшитися на 4,85 в. п. становитиме за планом 39,43%.

Висновки з проведеного дослідження. Вважаємо, що збір та аналіз маркетингової інформації щодо внутрішнього та зовнішнього середовища компанії «Сандора» внаслідок систематичних маркетингових досліджень, що є стратегічно необхідним в умовах конкуренції, сприятиме розробленню ефективної маркетингової програми компанії як інструмента для досягнення поставлених цілей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Колодій Г.С. Структура маркетингової програми інноваційної продукції машинобудівного підприємства. *Економічний вісник національного гірничого університету*. 2012. №3. С. 164–166. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2012_3_26 (дата звернення: 17.02.2020).

2. Бєлік В. Є. Розробка маркетингової програми для інтернет – магазинів. *Международный научный журнал «Интернаука».* 2017. № 2 (24), 2 т. С. 61–64. URL: https://www.inter-nauka.com/uploads/public/1490953057675.pdf (дата звернення: 20.02.2020).

3. Муштай В.А., Шаматріна Ю.О. Інформаційно – аналітична підтримка процесу розробки маркетингової програми. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку*: тези доповідей І Міжнар. наук.-практ. конф., м. Херсон. 25–26 квітня 2019 р. Херсон. 2019. С.352–355. URL: http://kntu.net.ua/ukr/content/download/61233/363371/file/ (дата звернення: 17.02.2020).

4. Шереметинська О.В. Розробка програми маркетингу для розвитку експортної діяльності на підприємстві – суб'єкті ЗЕД у фруктово – овочевій галузі. *Інвестиції: практика та досвід.* 2016. № 2. С. 38–41. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2016/10.pdf (дата звернення: 17.02.2020).

5. Бондаренко В. М., Тягунова З.О. Основні принципи стратегічного маркетингового планування на підприємстві. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі.* 2015. № 1. С. 95–99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpusk_2015_1%281%29__15 (дата звернення: 20.02.2020).

REFERENCES:

1. Kolodii G.C. (2012) Struktura marketyngovoi programy innovatsijnoi produktsii mashynobudivnogo pidpryemstva [Structure of marketing program of innovative products of machine-building enterprise]. Economic Bulletin of the National Mining University. no. 3. pp. 164–166. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2012_3_26 (accessed 17 February 2020).

2. Belik V.E. (2017) Rozrobka marketyngovoi programy dlja internet – magazyniv [Developing a marketing program for online stores]. International scientific journal "Internauka". no. 2(24) t. 2.pp. 61–64. Available at: https://www.inter-nauka.com/uploads/public/1490953057675.pdf (accessed 20 February 2020).

3. Mushtai V.A., Shamatrina U. O. (2019) Informatsijno – analitychna pidtrymka protsesu rozrobky marketyngovoi programy [Information and analytical support for the process of developing a marketing program]. Economy modernization: current realities, projected scenarios and development prospects: abstracts of the report I Intern. Research Practice Confr., Kherson. 25–26 April 2019. Kherson. pp. 352–355. Available at: http://kntu.net.ua/ukr/content/download/61233/363371/file/ (accessed 17 February 2020).

4. Sheremetynska O.V. (2016) Rozrobka programy marketyngu dlja rozvytku ekspertnoi dijalnosti na pidpryemstvi – subjekti ZED u fruktovo – ovochevii galuzi [Development of marketing program for development of export activity at enterprise – subject of FEA in fruit and vegetable industry]. Investment: practice and experience. no. 3. pp. 38–41. Available at: http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2016/10.pdf (accessed 17 February 2020).

5. Bondarenko V.M., Tiagunova Z.O. (2015) Osnovni pryntsypy strategichnogo marketyngovogo planuvannia na pidpryemstvi [Basic principles of strategic marketing planning in the enterprise]. Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade. no. 1. pp. 95–99. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpusk_2015_1%281%29__15 (accessed 17 February 2020).

ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ НА АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

MAIN AREAS OF IMPROVEMENT OF THE ORGANIZATION OF MANAGEMENT WORK IN THE AGRARIAN ENTERPRISE

УДК 65.014.1
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-48

Нікітенко К.С.
к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

Nikitenko Kateryna
Kherson State Agrarian University

У статті розроблено основні напрями удосконалення організації управлінської праці на аграрному підприємстві. Доведено, що для вдосконалення організації управлінської праці доцільно здійснювати аналіз витрат робочого часу управлінських працівників, застосовуючи при цьому такі методи, як: метод порівняння фактичних витрат робочого часу певного менеджера із середніми витратами робочого часу інших менеджерів того ж рівня; метод спрощених спостережень; метод хронометражу та інші. Встановлено, що для підвищення економічної ефективності досліджуваного аграрного підприємства було б доцільно: покращувати надання послуг із транспортування товарів, продукції; впроваджувати нові форми організації праці; збільшувати вкладення в розвиток підприємства; вдосконалити системи матеріального стимулювання праці. Запропоновано шляхи вдосконалення організації управлінської праці на аграрному підприємстві, які мають стимулювати більш ефективну трудову діяльність управлінських працівників у сучасних економічних умовах, а відповідно – сприяти розвитку і покращенню фінансово-економічного стану підприємства.

Ключові слова: *управління, праця, управлінська праця, керівництво, аграрне підприємство.*

В статье разработаны основные направления усовершенствования организации управленческого труда на аграрном предприятии. Доказано, что для усовершенствования организации управленческого труда целесообразно осуществлять анализ затрат рабочего времени управленческих работников, применяя при этом такие методы, как: метод сравнения фактических затрат рабочего времени определенного менеджера со средними затратами рабочего времени других менеджеров того же уровня; метод упрощенных наблюдений; метод хронометража и др. Установлено, что для повышения экономической эффективности исследуемого аграрного предприятия было бы целесообразно: улучшать предоставление услуг по транспортировке товаров, продукции; внедрять новые формы организации труда; увеличивать вложения в развитие предприятия; усовершенствовать системы материального стимулирования труда работников. Предложены пути усовершенствования организации управленческого труда на аграрном предприятии, которые должны стимулировать более эффективную трудовую деятельность управленческих работников в современных экономических условиях, а соответственно – способствовать развитию и улучшению финансово-экономического состояния предприятия.

Ключевые слова: *управление, труд, управленческий труд, руководство, аграрное предприятие.*

The basic directions of improvement of the organization of managerial work at an agricultural enterprise are developed in the article. It is proved that in order to improve the organization of managerial work, it is advisable to analyze the working time of management employees, using such methods as: a method of comparing the actual working time of a certain manager with the average working time of other managers of the same level; method of simplified observations; timekeeping method, etc. It was found that in order to increase the economic efficiency of the agrarian enterprise under study, it would be advisable to: improve the provision of services in the transportation of goods and products; introduce new forms of work organization; increase investment in enterprise development. Ways to improve the organization of managerial work in agrarian enterprise are proposed, which should stimulate more efficient work activity of managerial workers in modern economic conditions, and accordingly – to promote the development and improvement of the financial and economic condition of the enterprise. The organization of managerial work, based on the use of the achievements of science and excellence, progressive forms of management and use of technical means, is considered scientific. Introduction of scientific organization of managerial work at the enterprise involves the solution of complex economic, social and psychophysiological problems. The basis of scientific organization of managerial work are such principles as: complexity, systematicity, specialization, regulation, stability, purposeful creativity, etc. Along with these principles, economic and social requirements such as time savings, motivation and division of labor should also be guided, to improve the systems of material incentives of agricultural enterprises. In order to increase the economic efficiency of the agrarian enterprise under study, it would be advisable to: improve the provision of services for the transportation of goods and products; introduce new forms of work organization; increase investment in enterprise development.

Key words: *management, labor, managerial work, management, agrarian enterprise.*

Постановка проблеми. Сфера впливу управлінської праці на виробництво є значно ширшою за працю робітників, які безпосередньо зайняті в процесі виробництва. Тому не випадково недоліки і упущення діяльності адміністративно-управлінського персоналу підприємства більше позначаються на результатах виробництва, ніж недоліки в роботі безпосередніх виконавців. При недоліках у роботі управлінських працівників знижується індивідуальна продуктивність праці всього трудового колективу підприємства. Відповідно, раціональна організація управлінської праці є важливою частиною проблеми планомірного підвищення продуктивності всієї суспільної праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зазначити, що розгляду певних аспектів організації управлінської праці та пошуку шляхів підвищення її ефективності присвячені дослідження ряду вітчизняних економістів, зокрема, Л.В. Балабанової, М.Д. Виноградського, М.М. Єрмошенка, Г.В. Осовської, Л.І. Скібіцької, А.В. Шегди та інших.

Аналіз наукової літератури, публікацій і досліджень фахівців економічної науки свідчить, що

зазначена вище проблематика потребує подальшого опрацювання з урахуванням особливостей функціонування вітчизняних підприємств у сучасних умовах розвитку економіки.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка основних напрямів удосконалення організації управлінської праці на аграрному підприємстві. Визначення шляхів підвищення економічної ефективності досліджуваного аграрного підприємства. Встановлення рівеня організації управлінської праці на досліджуваному аграрному підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки кожний суб'єкт господарювання самостійно розробляє стратегію свого розвитку, ухвалює відповідні рішення, застосовує необхідні для їх реалізації засоби, наймає працівників, вирішує багато структурних питань (у тому числі зі створення, злиття чи ліквідації підприємства, реорганізації його організаційної структури управління і виробництва) тощо. Це вимагає значного розширення сфери управління, яке у процесі розподілу, спеціалізації та кооперації суспільної праці виокремилося у специфічний вид людської діяльності [8].

Управлінська діяльність являє особою сукупність скоординованих дій і заходів, спрямованих на досягнення певних цілей у межах підприємства. Важливою формою управлінської діяльності, крім пізнання і спілкування, є управлінська праця, яка безпосередньо не створює певних матеріальних благ, але здійснює суттєвий регульований вплив на процес виробництва, забезпечуючи необхідні умови для його розвитку. Продуктом управлінської праці є управлінські рішення, а не товари і послуги. Участь у створенні певних споживчих вартостей відбувається опосередковано, через працю інших осіб.

Для дослідження автором було вибрано аграрне підприємство, що спеціалізується на допоміжній діяльності у рослинництві; післяурожайній діяльності (основний); виробництві продуктів борошномельно-круп'яної промисловості; виробництві готових кормів для тварин, що утримуються на фермах; виробництві інших дерев'яних будівельних конструкцій і столярних виробів; діяльністю у сфері зв'язків із громадськістю. Головною галуззю підприємства є сільське господарство.

Основні види виконуваних послуг: допоміжна діяльність у рослинництві; післяурожайна діяльність (основний), а саме відвантаження та перевезення зернових культур.

Загальна чисельність персоналу (включаючи чисельність працівників територіально відокремлених частин: філій, відділень, цехів, інститутів тощо), підтверджена штатним розписом, становить 92 особи.

Загальна чисельність менеджерів, та перелік назв посад, які вони обіймають; показники обсягів діяльності за звітний рік, що минув: 11 менеджерів, займають такі посади: директор підприємства, фінансовий директор, комерційний директор, заступник директора з технічних питань та розвитку, головний інженер, керівник юридичного відділу, головний бухгалтер, начальник транспортного відділу, начальник ІТ-відділу, завідувач ВТЛ, директор маркетингового відділу.

Дослідження організації управлінської праці на аграрному підприємстві показало, що діє певний механізм організації праці управлінських працівників усіх категорій. Управлінська праця на підприємстві має досить високий рівень економічності та продуктивності, тобто загалом є ефективною. Однак були виявлені деякі проблемні моменти в організації управлінської праці, які негативно впливають на виробничо-господарську діяльність підприємства та фінансово-економічні результати цієї діяльності.

Функціонування сільського господарства в ринкових умовах передбачає поряд із масштабним аграрним перетвореннями відповідні зміни кадрової політики. Наявність ефективної системи планування кадрів управління, оптимізація чисельності та професійно-кадрового складу керівників і спеціалістів сільськогосподарських організацій і, як наслідок, підвищення ефективності праці управлінських кадрів є ключовою умовою розвитку аграрного сектора. Важливо враховувати, що формування управлінського кадрового потенціалу організацій аграрного сектора АПК в сучасних умовах ринкової економіки відбувається під впливом безлічі факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Біологічні особливості засобів і предметів праці у сільському господарстві, територіальне розосередження об'єктів управління, сезонність виробництва, ступінь територіальної та професійної мобільності сільського населення, інші особливості праці у сільській місцевості визначають специфіку управлінської праці сільськогосподарських організацій аграрного сектору АПК.

Управлінські кадри забезпечують економічні та виробничі показники господарської діяльності, впровадження передових технологій, організацію праці, дотримання технологічної і трудової дисципліни тощо і належать до професійної групи осіб, зайнятих переважно розумовою, інтелектуальною працею. В основне коло завдань керівників і фахівців сільгосппідприємств входить науковий пошук, аналіз, узагальнення практики й обґрунтування такої системи управління підприємством, яка могла би забезпечити підвищення ефективності виробництва й насичення ринку високоякісною сільгосппродукцією, доступною для масового споживача. Тому основною концепцією ефективності праці управлінських працівників є діяльність керівників і фахівців, яка приносить певний ефект

для сільськогосподарських організацій. У зв'язку з цим результати праці управлінських кадрів підприємств галузі можна представити як частину загальної ефективності виробництва аграрного сектору АПК. Тоді рівень ефективності роботи сільськогосподарських організацій є основним критерієм результативності кадрів управління та зводиться до економічного аналізу та оцінки ролі керівників і фахівців у досягненні цілей виробничої діяльності.

Показниками кінцевих результатів сільськогосподарського виробництва можуть бути чисельні значення основних економічних показників діяльності сільгоспорганізацій за звітний період: обсяг продукції; виручка; прибуток; собівартість продукції; рентабельність. Критеріальні показники повинні відображати результативність, якість і складність трудової діяльності управлінських працівників. Такими показниками оцінки ефективності праці можна розглядати трудомісткість продукції; фондоозброєність.

Важливо відзначити, що ефективність роботи управлінських кадрів підприємств аграрного сектору АПК значною мірою визначається організацією їхньої роботи, мотивацією праці та соціально-психологічним кліматом у колективі. Основними критеріальними показниками можуть бути: забезпеченість сільгоспорганізацій кадрами управління; плинність управлінських кадрів; рівень кваліфікації; виконання плану соціального розвитку; професійно-кваліфікаційна структура; надійність роботи апарату управління.

Чим вищий рівень керівника, тим складніше оцінити ефективність його діяльності, оскільки при цьому слід враховувати не тільки фактичні результати виробництва, але і можливий соціальний і економічний ефект у перспективі, можливості розвитку організації. Показники, що характеризують ефективність управління, визначають шляхом порівняння фактичних і планових показників ефективності виробництва. Для оцінки роботи керівників у динаміці доцільно порівнювати показники їх роботи за низку років. В умовах ринку змінюються роль і місце економічних показників, набувають поширення нові показники для конкретних сільськогосподарських підприємств галузі, розробляються свої показники, що враховують особливості виробничих циклів.

У сучасних ринкових умовах для аналізу ефективності праці керівників і фахівців на перший план виходять не тільки показники, що характеризують штатну чисельність сільгосппідприємств, фонд заробітної плати, середню заробітну плату тощо. Особлива роль повинна відводитися також економічним показникам, що характеризують величину витрат на утримання керівників і фахівців сільськогосподарських організацій, віднесену до одиниці продукції і ефективність витрат. Показник величини витрат на управлінські кадри є абсолютним, тому його використання в управлінському аналізі і під час прийняття рішень досить обмежена. Більш інформативним є показник частки витрат на керівників і фахівців в обсязі реалізації, що дає уявлення про те, яка частина валової виручки організації витрачається на апарат управління.

Крім того, ефективність управлінської праці слід оцінювати диференційовано, виходячи зі змісту функцій конкретних керівників.

Ефективність праці фахівців-технологів вимірюється показниками, що відображають технологічну ефективність. Для оцінки роботи фахівців-технологів використовують різні показники технологічної ефективності, наприклад, у сільському господарстві для агронома – врожайність сільськогосподарських культур, зоотехніка – продуктивність худоби і птиці, ветеринарного лікаря – рівень захворюваності худоби і птиці, для інженера – рівень використання техніки, тобто ефективність роботи фахівців, визначає рівень результативних технологічних показників, що характеризують виконання їхніх функцій. При цьому слід враховувати показники витрат на одиницю продукції (робіт), у якості яких використовують дані про витрати матеріальних ресурсів у технологічних картах. Показник частки витрат на керівників і фахівців слід аналізувати в динаміці. Його зростання є негативною тенденцією, оскільки означає скорочення частки коштів, які організація може витратити на покриття інших видів витрат і реалізувати як прибуток.

Тому є необхідність розглянути шляхи вдосконалення організації управлінської праці на досліджуваному аграрному підприємстві, що дасть змогу досягти більш високого рівня її соціальної та економічної ефективності. Це, в свою чергу, позитивно вплине на підвищення продуктивності, інтенсивності та якості виконуваної суспільної праці, досягнення запланованих результатів діяльності підприємства, отримання належного прибутку.

Фізично необхідно провести деякі зміни в розташуванні робочих приміщень (рис. 1) та розміщенні працівників в цих приміщеннях (рис. 2).

Розрахуємо рівень організації управлінської праці на досліджуваному підприємстві (табл. 1).

Таким чином, за результатами дослідження окреслено низку заходів, які дадуть змогу удосконалити методи та прийоми управління на досліджуваному підприємстві шляхом розширення спектру застосовуваних методів, що забезпечуватиме комплексне та багатоаспектне управління, зокрема пропонується з метою моніторингу соціально-психологічного клімату в колективі створити в господарстві службу соціального розвитку, яка могла би стати окремим підрозділом з 1 працівником (бажано фахівцем у галузі соціології або психології) або увійти до складу профспілкового комітету господарства або відділу кадрів. Працівники служби могли би проводити соціологічні

та психологічні дослідження колективу, вивчати ставлення працівників до системи оплати праці, нормування та умов праці; розробляти рекомендації щодо удосконалення розподілу та кооперації праці з метою усунення її одноманітності та монотонності, щодо удосконалення взаємовідносин керівників і підлеглих, щодо створення й укріплення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі, закріплення дисципліни, поліпшення організації і стимулювання праці.

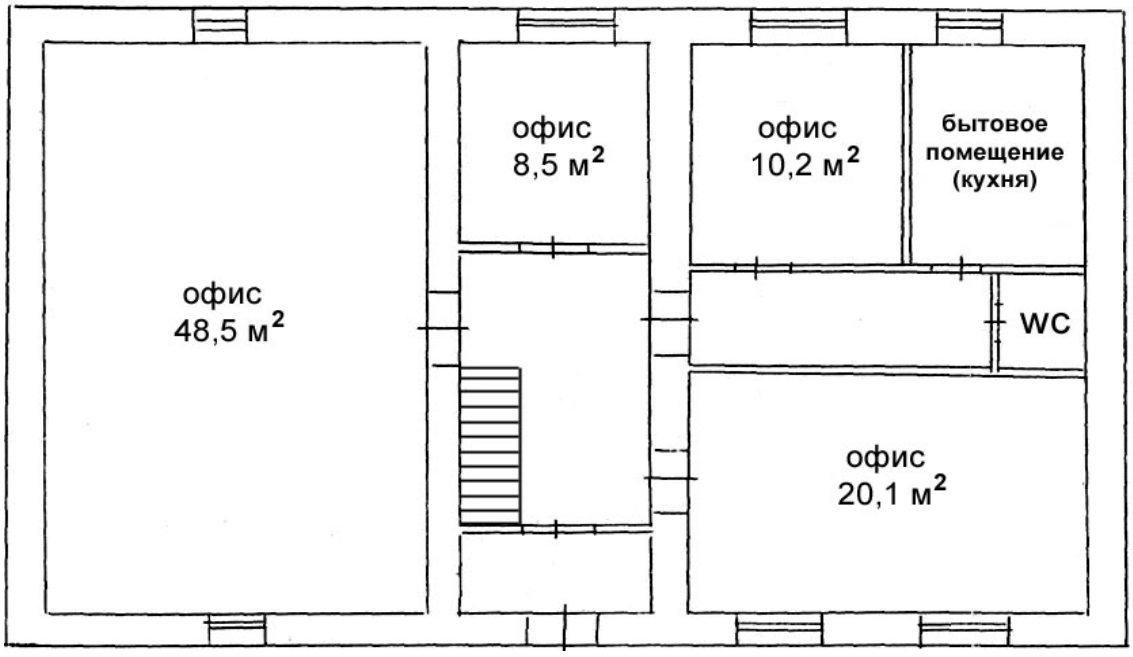


Рис. 1. Схема покращення розташування робочих приміщень

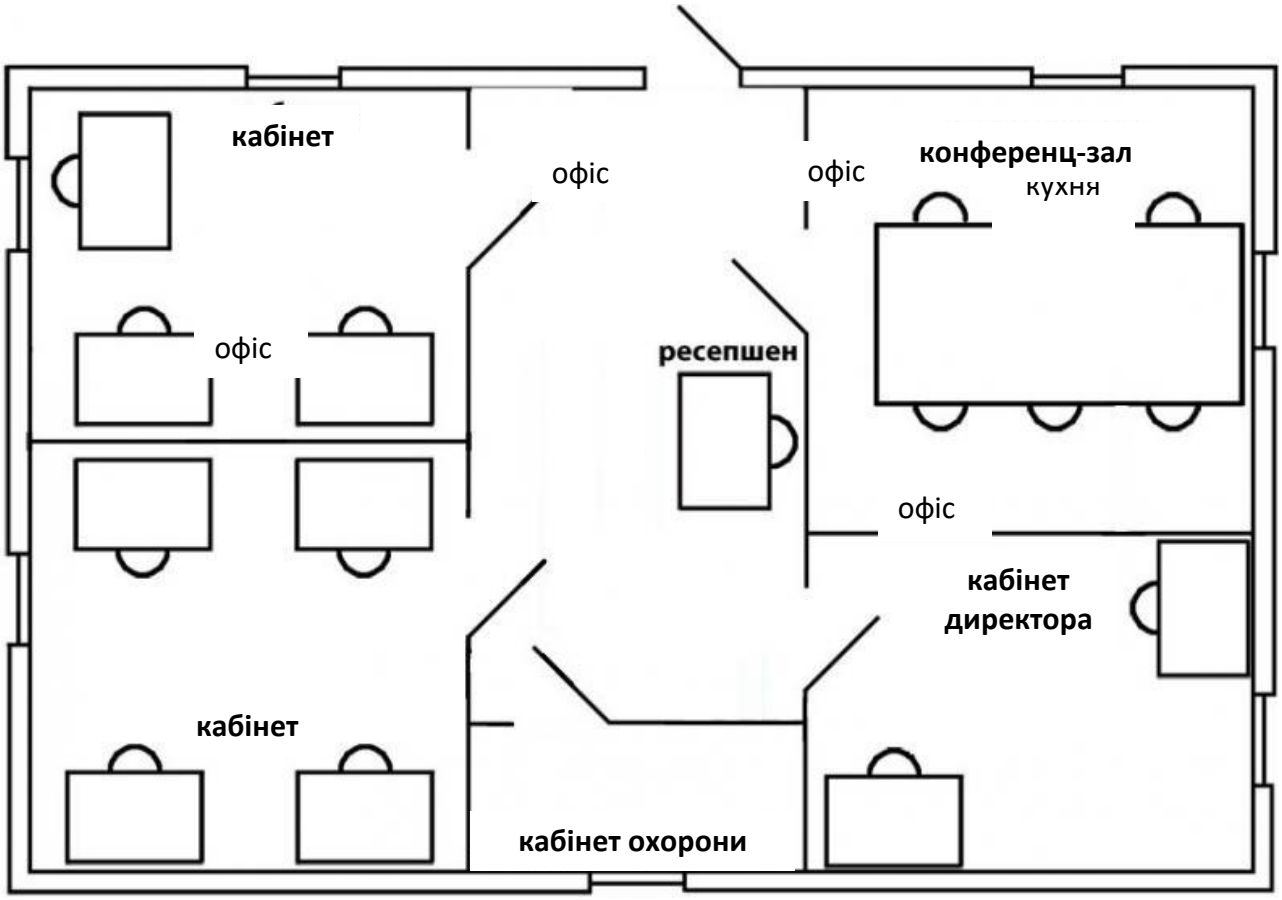


Рис. 2. Схема покращення розташування робочих місць

Служба соціального розвитку має також надавати допомогу (у вигляді консультацій) менеджерам, відділам і службам аграрного підприємства у вирішенні інших виникаючих соціальних питань. Вважаємо, що затрати на створення та функціонування такої служби повністю покриватимуться ефектом від її функціонування.

Також автором було встановлено, що необхідність отримання оперативних і достовірних даних керівниками всіх рівнів зумовлює доцільність впровадження у досліджуваному господарстві поширення та більш ефективного впровадження нових інформаційних технологій. Сучасні технології допоможуть як вирішити проблеми внутрішньої інформаційної взаємодії (між структурними підрозділами), так і здійснювати обмін даними з іншими сільськогосподарськими підприємствами.

Розширення обсягу оброблювальної у процесі менеджменту інформації, активне впровадження засобів механізації й автоматизації робіт, виникнення нових професій, поглиблення поділу, кооперації та спеціалізації праці потребують відповідної організації робочих місць, їх планування, обладнання, що забезпечує оптимальні умови для праці менеджерів.

Організація робочого місця – сукупність заходів для оснащення робочого місця пристроями та предметами праці та їх розташування в необхідному порядку (табл. 2).

Таблиця 1

Рівень організації управлінської праці на аграрному підприємстві

Коефіцієнт	В середньому по підприємствах	Аграрне підприємство	
		Вихідні показники	Після запровадження заходів
Використання робочого часу апаратом управління	0,70	0,68	0,71
Підготовка кадрів	0,68	0,50	0,66
Регламентації праці в управлінні	0,78	0,70	0,79
Загрузки працівників управління	0,96	0,80	0,85
Плановості та якості роботи	0,75	0,70	0,77
Організація робочих місць	0,70	0,50	0,88
Санітарно–гігієнічні умови	0,65	0,64	0,64
Психологічний клімат	0,72	0,60	0,81
Застосування оргтехніки	0,80	0,85	0,86
Стабільність управлінських кадрів	0,81	0,8	0,80
Стан трудової дисципліни	0,93	0,83	0,95
Виконання обов’язків	0,89	0,88	0,90
Загальний рівень організації управлінської праці	0,78	0,70	0,77

Таблиця 2

Основні вимоги до організації робочого місця і умов праці та відпочинку керівника досліджуваного аграрного підприємства

Витрати на утримання робочого місця мінімальні, але достатні для його ефективного функціонування	Для утримання робочого місця в чистоті щомісячно закуповуються миючі засоби. Робоче місце обставлене живими рослинами для свіжості повітря, також при необхідності працює кондиціонер.
Зручність меблів	Меблі зручні, відповідають вимогам, сприяють комфортній праці та запобіганню передчасному стомленню.
Оптимальний рівень і якість інформаційного забезпечення	Налагоджений доступ до мережі Інтернет, автоматизація комунікаційних процесів та швидкість їх надходження.
Наявність засобів оргтехніки	Комп’ютери, телефони (відповідачі), ксерокси, сканери, принтери, факси.
Забезпечення раціонально обґрунтованого простору	Кабінет розділено на три зони: на робочу зону, на зону нарад та зону відпочинку. У першій зоні функціональний стіл,робоча лампа ,комп’ютер та принтер, шафа для документації; у другій зоні – стіл для нарад з кількістю місць приблизно для 10 осіб, зручні стільці та живі квіти; У зоні відпочинку – комфортний диван зі столиком на якому знаходиться свіжа преса.
Раціональний режим праці й відпочинку	Керівник має нормований робочий день – з 8.00 до 17.00 год., обідня перерва – з 12.00 до 14.00 год.
Естетичний вигляд приміщення і знарядь праці, їх кольорова гама, наявність квітів в інтер’єрі	Підприємство після ремонту , встановлені вікна нового зразку; на стінах поклеєні шпалери світлих кольорів; на вікнах розставлені квіти в горщиках.
Сприятливі санітарно-гігієнічні умови праці	Кондиціонери забезпечують у спеку нормальну , прохолодну температуру; регулярно відчиняються вікна для провітрювання.

За допомогою характеристик Ф. Харріса і Р. Морана, які розглядають зміст організаційної культури, можна зробити такі висновки:

1. У аграрному підприємстві підлеглих стимулюють до працьовитості, цінують їхній професіоналізм, ініціативність та творчість.

2. Письмова форма комунікаційних систем підприємства відображається у документах, таких як накази, звіти, ордери, положення, листи тощо. Усна форма передбачена у співбесідах, нарадах, засіданнях тощо. Невербальна форма комунікаційних систем здійснюється за допомогою жестів, посмішки, поглядів тощо.

3. Зовнішній вигляд працівників залежить від посадових місць. Керівні посади надають перевагу більш офіційному стилю одягу. Деякі працівники носять уніформу. Для працівників характерна охайність.

4. На підприємстві робітники, які працюють у складських приміщеннях, зазвичай обідають у відведених для цього місцях, беручи їжу з собою. Працівники, які працюють в офісі, обідають на перерві на робочому місці.

5. Працівники дотримуються розпорядку дня, намагаються раціонально використовувати час для виконання поставлених завдань.

6. Трудові відносини у колективі сповнені взаємоповаги, взаєморозуміння, тісних дружніх стосунків. Конфліктні ситуації трапляються не часто і швидко вирішуються. Представники різних відділів взаємодіють між собою у вирішенні повсякденних питань пов'язаних з виконанням певних робіт.

7. В організаційному житті люди цінують свою власну роботу та те, як до них відносяться на підприємстві. Це дає робітникам стимул працювати та виконувати більш якісно свою роботу і приносити товариству ефективні результати.

8. Робітники вірять і досягають успіхів у своїй діяльності, керівник їх безпосередньо завжди підтримує. Відношення у колективі сприятливе, без помітних конфліктів. На підприємстві не застосовується примус та агресія, працівники зацікавлені у виконанні роботи.

9. Весь штаб працівників займає свої певні позиції та виконує певне коло обов'язків. Персонал працює з повною віддачею задля максимізації прибутку підприємства. Керівник з повагою відноситься до своїх підлеглих.

10. Персонал відповідально відноситься до роботи, підтримує чистоту робочого місця. За виконану роботу працівники одержують Можна виділити основні напрямки вдосконалення систем матеріального стимулювання праці працівників с.-г. виробництва: застосування відрядно-прогресивних систем оплати праці, запровадження індивідуального і колективного преміювання та використання для стимулювання праці соціальних виплат.

Оплата повинна будуватися на системах, що забезпечують максимальну зацікавленість працівників у результатах праці. Тому ми вважаємо за доцільне в рослинництві застосовувати оплату праці за прогресивно зростаючими розцінками залежно від рівня виконання робочими сезонних норм виробітку. Така система вигідна як працівникам, так і роботодавцям. Працівник зацікавлений у нарощуванні обсягу виконуваних робіт, оскільки пропорційно останньому зростає сума заробітної плати. При цьому, якщо він не виконає за індивідуальними причин сезонну норму, роботодавець не зобов'язаний платити йому заробітну плату, яка стане «плаваючою», бо буде знижуватися (збільшуватися) швидше, ніж його вироблення.

У зв'язку з тим, що виробництво продукції тваринництва менше схильне сезонності, в основу розробленої системи оплати праці у тваринництві може бути покладено принцип щомісячного стимулювання праці працівників в залежності від рівня виконання ними норми виробництва за кожен місяць.

Оскільки в ринкових умовах суттєва роль у стимулюванні праці відводиться преміюванню, слід використовувати індивідуальне і колективне преміювання, що стимулює працю кожного працівника і сприяє зростанню корпоративного духу на підприємстві. Для працівників сільськогосподарського виробництва ми пропонуємо визначати розмір премії на основі встановлення її відсотка до основного заробітку за зростання результативного показника, визначеного умовами преміювання. Так, працівникам рослинництва і тваринництва, механізаторам і водіям при індивідуальному преміювання доцільно виплачувати 0,5% тарифної ставки за кожен відсоток зростання продуктивності праці порівняно з попереднім обліковим періодом.

Під час індивідуального преміювання керівників і фахівців у зв'язку з неможливістю кількісної оцінки продуктивності їхньої праці як показник преміювання слід використовувати середнє зростання продуктивності праці працівників загалом по підприємству.

У сільськогосподарських організаціях в силу специфіки їхньої діяльності індивідуальне преміювання слід проводити 2 рази на рік. При цьому перше преміювання буде стимулювати працю працівників за результатами весняно літнього періоду (посівної), а друге за результатами осінньо-зимового (прибирання).

Використання поряд з індивідуальним колективного преміювання зумовлено необхідністю формування зацікавленості працівників у збільшенні не тільки індивідуальних результатів праці, а й кінцевих результатів діяльності організації. Це дає змогу згуртувати працівників у спільному прагненні до підвищення ефективності виробництва. Під час колективного преміювання працівники повинні бути націлені на зростання фінансових

результатів підприємства. Умовою виплати колективної премії є виконання працівниками в повному обсязі своїх обов'язків і дотримання трудової дисципліни. Вони повинні знати, що за невиконання цих умов не зможуть розраховувати на отримання колективної премії.

Висновки з проведеного дослідження. Організація управлінської праці, що заснована на використанні досягнень науки і передового досвіду, прогресивних форм господарювання і застосування технічних засобів, вважається науковою. Впровадження наукової організації управлінської праці на підприємстві передбачає вирішення комплексу економічних, соціальних і психофізіологічних завдань. Основу наукової організації управлінської праці становлять такі принципи, як: комплексність, системність, спеціалізація, регламентація, стабільність, цілеспрямована творчість тощо. Поряд із цими принципами слід керуватися також економічними і соціальними вимогами, такими як економія часу, мотивація і розподіл праці.

Для підвищення економічної ефективності досліджуваного аграрного підприємства було б доцільно: покращувати надання послуг із транспортування товарів, продукції; впроваджувати нові форми організації праці; збільшувати вкладення до розвитку підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Адизес И. К. Управление жизненным циклом корпорации / И. Адизес ; пер. с англ. под науч. ред. А. Г. Сеферяна. СПб. : Питер, 2007. 384 с.

2. Большаков А. С. Менеджмент СПб. : Питер, 2000. 160 с.

3. Жуковська Л. Е. Теорія організацій: навч. посіб. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 148 с.

4. Кафлевська С. Г. Основні шляхи посилення мотивації праці у сільському господарстві. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2013. No 3(23). С. 105–108.

5. Мильнер Б. Теория организации : учеб. [2-е изд., перераб. и доп.] М. : ИНФРА- М, 2000. 480 с.

6. Смирнов Э. А. Основы теории организации. М. : Аудит, ЮНИТИ, 1998. 375 с.

7. Шершнева З. Е. Стратегическое управление. К. : КНЕУ, 1999. 384 с.

8. Штерма Т.В. Нематеріальна мотивація персоналу сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Житомир, 2011. 22 с.

REFERENCES:

1. Adizes, I.K. (2007), Upravlenie zhiznennym ciklom korporacii [Corporate Lifecycle Management], SPb, Piter, Russia.

2. Bol'shakov, A. S. (2000), Menedzhment [Management], SPb, Piter, Russia.

3. Zhukovs'ka, L.E. Borysevych, Ye.H. and Strel'chuk, Ye.M. (2011), Teoriia orhanizatsij [The theory of organizations], ONAZ im. O. S. Popova, Odesa, Ukraine.

4. Kaflevs'ka, S.H. and Krasniuk, O.P. (2013), "The main ways to increase the motivation of labor in agriculture", Zbirnyk naukovykh prats' Tavrijs'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky), vol. 3(23), pp. 105–108.

5. Mil'ner, B.Z. (2000), Teorija organizacii [Organization Theory], 2nd ed, INFRA-M, Moskva, Russia.

6. Smirnov, Je.A. (1998), Osnovy teorii organizacii [Fundamentals of Organization Theory], Audit, JuNITI, Moskva, Russia.

7. Shershneva, Z.E. and Obors'ka, S.V. (1999), Strategicheskoe upravlenie [Strategic management], KNEU, Kyiv, Ukraine.

8. Shterma, T.V. (2011), "Intangible motivation of the personnel of agricultural enterprises", Ph.D. Thesis, Economy and management of enterprises (by types of economic activity), Zhytomyr National Agroecological University, Zhytomyr, Ukraine.

ПАТЕНТНА СТРАТЕГІЯ КОМПАНІЇ-НОВАТОРА В КОНТЕКСТІ ПОДОВЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ МОНОПОЛІЇ НА РИНКУ

THE PATENT STRATEGY OF THE INNOVATOR COMPANY IN THE CONTEXT OF EXTENDING THE INNOVATIVE MONOPOLY IN THE MARKET

УДК 347.77+33.012 (045)
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-49

Пермінова С.О.
к.п.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Perminova Svitlana
National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

У статті досліджено політику компанії-новатора щодо патентування інноваційних розробок, яка спрямована на успішну побудову бізнесу за рахунок досягнення максимального комерційного ефекту від інноваційної діяльності. Проаналізовано види патентів як інструменти управління потоками доходів від комерціалізації інновацій, що виступають засобами утримання монопольних позицій на ринку. Здійснено аналіз основних патентних стратегій, які окреслюють план дій, критерії прийняття рішень та визначають правову охорону результатів інноваційної діяльності. Виокремлено першочергові завдання виробників у межах реалізації патентної стратегії, які спрямовані на збільшення їхньої ринкової капіталізації, підвищення рівня ділової репутації, інвестиційної привабливості та закріплення стійких позицій на ринку. Зроблено акцент на необхідності формування патентного «портфеля» під час розроблення патентної стратегії, який здатен забезпечити ринкову конкурентоспроможність виробнику у вигляді інноваційної монополії.

Ключові слова: *патентна стратегія, компанія-новатор, політика патентовласника, інноваційна монополія.*

В статье исследована политика компании-новатора по патентованию инновационных разработок, которая направлена на успешное построение бизнеса за счет достижения максимального коммерческого эффекта от инновационной деятельности. Проанализированы виды патентов как инструменты управления потоками доходов от коммерциализации инноваций, которые являются средствами удержания монопольных позиций на рынке. Осуществлен анализ основных патентных стратегий, которые определяют план действий, критерии принятия решений и правовую защиту результатов инновационной деятельности. Выделены первоочередные задачи производителей в рамках реализации патентной стратегии, направленные на увеличение их рыночной капитализации, инвестиционной привлекательности и закрепление устойчивых позиций на рынке. Сделан акцент на необходимости формирования патентного «портфеля» при разработке патентной стратегии, который способен обеспечить рыночную конкурентоспособность производителю в виде инновационной монополии.

Ключевые слова: *патентная стратегия, компания-новатор, политика патентообладателя, инновационная монополия.*

The article explores politics innovator companies patenting innovative developments aimed at building a successful business through maximum commercial effect on innovation. We analyzed the types of patents: locking, unlocking, disorienting, tiresome, an umbrella, a local, zingerovsky masking, pioneering, provocative advertising, adaptation, tender, reporting, combined both like streams of income management tools from the commercialization of innovations, the deterrent effect of the competition and is a means of retaining the monopoly position in the market. Determine the purpose of the patent holder in the selection patent, depending on its intrinsic characteristics and goals to extend the monopoly of innovation. The analysis of the main patent strategies "the dominant patent", "umbrella of patents", "improvement of reputation", "licensing" combination of patent and trademark", which determine the plan of action, decision-making criteria and determine the legal protection of innovation results. The main purpose of the patent strategy to improve the competitiveness of innovative products and protect the economic interests of innovator companies. Highlighted priorities for producers as part of the patent strategy, aimed at increasing their market capitalization, increased goodwill, investment attractiveness and securing stable position in the market. Studied stages of patent strategy company-innovator: market research, patent research, patent, registration and use, commercialization of innovations, which form a closed loop and provide continuous innovative development. Emphasis is placed on the need to formulate a patent "portfolio" in the development of a patent strategy that contains all the intellectual property objects created in the previous stages and is able to ensure market competitiveness of the manufacturer in the form of an innovative monopoly. The stages of creation of the "portfolio" of innovations are formed, which is formed on the basis of prudent actions of the patent owner in protection of exclusive property rights and monopolization of competing scientific and technical directions and the corresponding segment of the commodity market.

Key words: *patent strategy, the company is an innovator, patent holder policy, innovative monopoly.*

Постановка проблеми. Зростання комерційної значущості технологій у сучасному світі забезпечує як на рівні організації, так і на економічному рівні країнам високу конкурентоспроможність. Значний внесок у ці процеси вносить наука та інноваційна діяльність виробників, які перетворюють усі види знань у фактори виробничих сил. Вирішальне значення для розвитку конкурентних переваг таких компаній мають інноваційні розробки та їхня комерційна реалізація, у результаті чого створюються умови відсутності конкурентів і появи ринкової монополії, яка приносить додаткові доходи від збільшення обсягу продажів та зниження собівартості продукції. Виробникам доводиться проводити ефективну інноваційну політику щодо розроблення інноваційно-технологічних проектів, ключовим моментом успіху яких є створення ефективної патентної стратегії, що має вирішальне значення для розвитку конкурентних переваг і продовження інноваційної монополії на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні праці Й. Шумпетера, М. Туган-Барановського, П. Друкера, Д. Белла, В. Зомберта, Е. Мейнсфілда, Г. Менша, М. Портера, Б. Санто, Б. Твісса, Д. Черваньова та інших дослідників заклали основи теорії інноваційного розвитку економіки та підприємництва. У сучасній зарубіжній і вітчизняній науці активно продовжується дослідження сутності, механізмів і форм розвитку

інноваційного діяльності (В. Зянько, Ю. Бажал, Л. Антонюк, А. Поручник, В. Савчук, В. Геєць, В. Семиноженко, З. Варналій В. Кампо, І. Мазур та ін.); інноваційних ринків із позицій функціонування, конкуренції і регулювання (І. Князєва, А. Войцехович, Т. Пожуєва); взаємозв'язку патентної та інноваційної діяльності компаній (О. Голіченко, Ю. Баличєва, Г. Осипов, Д. Соколов Т. Лєбєдєва); механізмів впливу інтелектуальної власності на утворення інноваційної та патентної монополії на світових ринках (В. Антонець, Н. Нечаєва, К. Хомкін, В. Шведова).

Незважаючи на теоретичний та науково-практичний доробок із цієї проблематики, сучасні тенденції монополізації ринків актуалізують дослідження впливу патентування результатів інтелектуальної діяльності на продовження інноваційної монополії компаній-новаторів та підвищення конкурентоспроможності їхньої продукції.

Постановка завдання. Метою статті визначено теоретичне обґрунтування ролі патентних стратегій виробників-новаторів у продовженні терміну ринкової монополії, що окреслило вирішення завдань щодо аналізу політики патентування інноваційних розробок компаніями-новаторами, вивчення патентних стратегій як складової частини загальної бізнес-стратегії, дослідження циклічності реалізації патентної стратегії виробником та характеристики етапів створення «портфеля» інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній теорії ринкової конкуренції панує новий концептуальний підхід, у якому важливою складовою частиною загальної стратегії виробників є досягнення монопольного ринкового становища шляхом впровадження інноваційного продукту і закріплення прав інтелектуальної власності на нього [1, с. 83].

Таблиця 1

Політика компаній щодо патентування інноваційної розробки

Мета патентовласника	Вид патенту	Сутнісна характеристика патенту
Блокування доступу конкурентів в області техніки	Блокуючий	Захист тих областей техніки, в яких новатор з будь-яких причин не розробляє чи виготовляє продукцію
Формування множинного права промислової власності у різних патентовласників на одні і ті ж ОІВ	Деблокуючий	Забезпечує вихід продукції їх власників зі сфери дії блокуючих патентів конкурентів
Перешкоджання конкурентам в отриманні «правильних» патентів	Дезорієнтуючий	Результати роботи свідомо спотворюються і наводяться невірні конструктивні рішення
Гальмування розвитку конкурентів	Докучаючий (мертвий)	Видається на розробки, які свідомо не будуть втілюватися в життя
Охоплення патентом усіх можливих варіантів, модифікацій і перспектив вдосконалення ОІВ	Зонтичний (парасольковий)	Сукупність суттєвих ознак такого патенту орієнтована на концентрацію у формулі їх максимальної кількості
Блокування дій конкурентів в удосконаленні даного технічного рішення	Локальний	З відомих родинних технічних рішень вибирається мінімальна кількість ознак, і на них отримується патент
Блокування досліджень конкурентів в даному напрямі	Зінгеровский	Містить мінімальну кількість істотних ознак, які присутні в нових рішеннях, і тому такий патент складно обійти
Завоювання нових ринків збуту	Маскуючий	Призначений для приховування справжніх намірів власника патенту
Утримання монопольної позиції на ринку	Піонерський	Патент на новий напрямок в техніці
Підривання авторитету конкурента	Провокаційний	Отримується виключно для ведення судових тяжб з конкуруючою фірмою
Маркетингові переваги	Рекламний	Пріоритетом є кількість патентів і рекламні властивості назв, описів, рефератів та ознак формул винаходів
Захист можливих варіантів модифікацій	Адаптаційний	Окремий патент для продажу обладнання або технології, що потребує доопрацювання
Попередження порушення чиїхось інтелектуальних прав в процесі тендеру серед постачальників	Тендерний	Отримується на розробку обладнання або технології чи продажу комплектуючих, що входять до складу більшої розробки
Максимальне наближення вигляду і назви заявки до назв проектів, що фінансуються	Звітний	Заявка подається незалежно від реального стану розробки, а для звітності
Об'єднання в одній формулі винаходу суперечливих вимог з різних видів патентів	Комбінований	Використання великої кількості істотних ознак (комбінація зонтичного та локального патентів)

Джерело: розроблено на основі [4]

На думку М. Портера, природа конкуренції за останні десятиліття набула певних трансформацій, змістивши акцент із матеріальних на нематеріальні активи, інвестиції в які приносять найбільшу віддачу і надприбутки [2]. Зміни в економічній системі, що відбуваються під впливом науково-технічної та інноваційної діяльності, поступово виводять на провідні позиції виробника-новатора [3, с. 22], який змушений здійснювати активну інноваційну діяльність та більш ретельно управляти процесами виведення на ринок нових товарів для забезпечення пріоритету і переваг у бізнесі, що визначаються терміном технічної чи патентної монополії.

За наявності сильної технічної складової частини, яка суттєво випереджає час і забезпечена науково-технічними ноу-хау, компанія-новатор може обійтися і без патентування. Однак швидка поява конкурентів вимагає захищати власні інноваційні розробки патентом, який у сучасній конкурентній боротьбі розглядається як інструмент управління потоками доходів від комерційної діяльності у сфері технологічного бізнесу, що дає можливість утримувати монопольні позиції досить тривалий час. Тому рішення про доцільність патентування приймаються залежно від цілей та політики виробника інноваційної продукції (табл. 1), який прагне використовувати патент як стримуючий фактор, що дає тимчасові конкурентні переваги для захоплення ринку.

Й. Шумпетер зазначав, що «роль інноватора полягає у залученні в бізнес таких рішень, які дозволять йому отримати надприбуток порівняно з конкурентами» [5]. Тобто компанія-новатор, яка на основі інноваційної технологій пропонує ринку новинку, отримує унікальний шанс завоювати лояльність покупців і утримувати певний період монопольні позиції.

Однак наявність патенту на інноваційну розробку – це ще не гарантія бізнесового успіху, а лише шанс, який виробник може реалізувати тільки в умовах конкурентної боротьби з альтернативними технічними рішеннями. Тому важливою складовою частиною бізнес-плану виробника має стати розроблення патентної стратегії, що регламентує комплекс заходів і умов для своєчасної реєстрації прав на результати інтелектуальної діяльності.

Патентна стратегія задає загальні принципи охорони інтелектуальної власності компанії з урахуванням наявних можливостей реалізації прав під час виробництва ринкового продукту, продажу чи користування ним, у межах ліцензування інноваційних технологій, для угод із передачі товарів або під час продажу самої компанії [6, с. 29]. Відсутність такої стратегії може призвести до значних фінансових витрат у разі порушення прав третіх осіб, під час копіювання технологій конкурентами, обмежуючи експорт продукції.

Вирішення важливих питань захисту інтелектуальної складової частини в інноваційній продукції потребує розроблення такої патентної стратегії, яка б окреслювала чіткий план дій та управлінські процеси забезпечення ефективної охорони результатів інноваційної діяльності, а також знижувала ризики під час порушення прав патентовласника, мінімізувала витрати, окреслювала пріоритетні напрями розвитку, тобто була зорієнтована на досягнення лідерських ринкових позицій.

Політика патентування розробляється залежно від вибраної бізнес-стратегії. Якщо загальна стратегія спрямована на завоювання ринку і витіснення конкурентів, зазвичай вибирається стратегія домінуючого патенту, що ґрунтується на його наступальній функції, зумовленій широкою сферою правової охорони, яку надає такий патент. Стратегічне використання домінуючого патенту дає змогу контролювати певний сектор ринку й, укладаючи ліцензійні угоди, отримувати прибуток за рахунок можливостей ліцензіата [7].

Профілактичним заходом, який дає змогу уникнути зіткнення патентних прав, є стратегія, що отримала назву «парасолька з патентів». Зміст її полягає в отриманні близьких патентів з метою забезпечення додаткової охорони базового винаходу на випадок появи у конкурентів обхідних патентів та розширення сфер застосування винаходу. У разі ж наявності у конкурента домінуючого патенту сформована захисна мережа патентів блокує його свободу маневрування. Зазвичай такі патенти не мають практичної реалізації, а використовуються як «зброя» у так званих «патентних війнах» [7].

Стратегія поліпшення репутації компанією-новатором використовується для стимулювання конкурентних переваг, оскільки наявність патентів є критерієм позитивного ставлення громадськості до проведених підприємством розробок і символом його технічного потенціалу.

Дрібні інноваційні підприємства, які не в змозі самостійно впроваджувати винахід у виробництво, використовують стратегію ліцензування, продаючи ліцензії на об’єкти інтелектуальної власності (ОІВ), захищені патентом, і отримуючи від цього фінансову вигоду. Активна ліцензійна політика підприємств, що займаються науково-технічними розробками, не лише сприяє значним фінансовим надходженням, а й зміцнює ринкові конкуренті позиції.

На отримання додаткових доходів від комерціалізації виключних прав на ОІВ та на підвищення репутації виробника націлена стратегія поєднання патенту і товарного знаку, яка зобов'язує ліцензіата маркувати свою продукцію товарним знаком ліцензіара, рекламуючи таким чином компанію.

Патентна стратегія передбачає визначення об’єкта захисту, вибір варіанту охорони (патент чи ноу-хау), території патентування (національний чи міжнародний патент), цілей

патентування, підходів до процесу отримання прав. Тому її формування потребує виваженого підходу і відповідних дій та рішень, які б забезпечували реалізацію вибраної стратегії.

Розроблення патентної стратегії виробником відбувається поетапно, утворюючи певну циклічність (рис. 1).

На етапі маркетингових досліджень виявляються актуальні проблеми для пошуку можливих шляхів їх вирішення, а також попередньо вибираються об'єкти патентування чи здійснюється патентний пошук існуючих технологічних розробок для придбання ліцензій у разі недоцільності власних розробок. Етап патентних досліджень передбачає експертизу відібраних об'єктів на патентну чистоту і патентоспроможність. Для повноцінного захисту результатів інтелектуальної діяльності готується пакет документів (Заявка) до Установи на отримання офіційного державного документу – патенту. Після отримання патенту здійснюється бухгалтерський облік ОІВ як нематеріальних активів та відбувається юридична підготовка до використання їх у комерційній діяльності. Останній етап комерціалізації спрямований на генерацію стійких фінансових потоків за рахунок використання ОІВ у власному виробництві чи передачі в межах концерну, холдингу або продажу ліцензії в межах корпорації чи іншим компаніям. Впроваджуючи створений і захищений патентом інноваційний продукт, паралельно здійнюють

Рис. 1. Етапи реалізації патентної стратегії компанією-новатором

Джерело: розроблено на основі [8]

дослідження ринку, в результаті чого виявляються неохоплені ніші для нових розробок. Тобто в межах патентної стратегії утворюється замкнений цикл, який спонукає компанії до постійного інноваційного розвитку.

Оскільки патентна стратегія як нормативний документ регламентує порядок дій, критерії та принципи правової охорони інноваційної продукції, пріоритетним завданням під час її розроблення є необхідність формування патентного «портфеля», що містить усі створені на попередніх стадіях об'єкти інтелектуальної власності, який здатен забезпечити ринкову конкурентоспроможність виробнику у вигляді інноваційної монополії.

Під час його формування необхідно не тільки ідентифікувати наявну інтелектуальну власність, але й виявляти, кому належать права на неї, чи є інноваційний портфель достатнім, щоб забезпечити патентну чистоту продукту, що використовує підприємство-новатор [9, с. 362].

Створення «портфеля» інновацій відбувається в кілька етапів [10]:

І етап. Формується науково-технічна база.

ІІ етап. Здійснюється аналіз сфери перетину науково-технічних напрямів, які дублюються під час створення різних зразків техніки.

ІІІ етап. У межах загального інноваційного портфеля формуються групи патентів з окремих науково-технічних напрямів.

IV етап. Розробляється загальна стратегія формування портфеля, ціль якої полягає в монополізації низки конкурентних науково-технічних напрямів на ринку інноваційних товарів та монополізації відповідного сегменту товарного ринку.

V етап. Відбувається формування портфеля інновацій у межах розробленої науково-технічної стратегії.

Інноваційний портфель формується на основі виважених дій патентовласника щодо захисту виключних майнових прав шляхом реалізації агресивної патентної політики, яка ґрунтується на ефективному науково-технічному прогнозуванні та серйозних маркетингових дослідженнях. У разі претензій з боку конкурента щодо порушення патентних прав наявність солідного портфеля патентів дає змогу усунути конфлікт, використовуючи "перехресне" ліцензування, що надає можливість не купувати патенти чи ліцензії, а обмінюватись інноваційними розробками.

Тобто ефективне використання патентних стратегій, які спрямовані на досягнення монопольного положення на ринку, допомагає виробникам не тільки оптимізувати витрати на дослідження та інноваційні розробки, а й максимально захистити інтелектуальний складник технологій та продукції компанії, підвищуючи тим самим її конкурентоспроможність, привабливість для інвесторів і потенційних партнерів на тривалий період.

Висновки з проведеного дослідження. Визначальним фактором конкурентоспроможності сучасних організацій та важливим інструментом залучення інвестицій у розроблення інноваційної продукції є інтелектуальна складова частина. Тому правова охорона результатів інтелектуальної діяльності для компаній-новаторів є пріоритетним завданням, забезпечуючи високий рівень ділової репутації, імідж та подовжуючи термін інноваційної монополії на ринку.

Політика інноваційного розвитку й організації виробництва на високому технологічному рівні вимагає від сучасних компаній розроблення відповідної патентної стратегії, яка б визначала механізми використання результатів наукових досліджень, цілі і пріоритети щодо їх створення, захисту та ефективного розпорядження виключними правами. Тобто окреслювала основні стратегічні напрями щодо економічного захисту інтересів та економічної безпеки виробників-новаторів, забезпечуючи лідируючі позиції на внутрішньому та міжнародному ринках за рахунок якісної і конкурентоспроможної продукції чи послуг.

У межах реалізації патентної стратегії, яка спрямована на подовження ринкової монополії, увага керівництва компаній потребує концентрації на проведенні корпоративної політики у сфері управління та захисту результатів інтелектуальної діяльності та на удосконаленні системи організаційних, управлінських і правових заходів щодо використання в господарській діяльності результатів науково-дослідних розробок.

Подальші дослідження цієї проблематики можливі в напрямі вивчення процесів розмивання інноваційних монополій за рахунок ринкових конкурентних механізмів регулювання цін і втрати можливості концентрації доходів від реалізації інноваційної продукції компанією.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Князева И.В., Войцехович А.А. Инновационные рынки: особенности функционирования, конкуренция и регулирование. ЭКО. 2012. №12. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-rynki-osobennosti-funktsionirovaniya-konkurentsiya-i-regulirovanie (дата звернення: 12.02.2020).

2. Porter M. On Competition. Boston: MA Harvard Business School. 1998. P. 432. URL: http://ressources.aunege.fr/nuxeo/site/esupversions/ba0a40a7-4350-475d-a503-2475adcb9925/res/porter.pdf (дата звернення: 24.02.2020).

3. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: [монографія]. Вінниця: УНІВЕРСУМ. 397 с. URL: https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6856/mon_08.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 10.02.2020).

4. Патентные стратегии URL: http://www.borovic.ru/index_p_5_p_1.html) (дата звернення: 12.02.2020).

5. Schumpeter J. Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analyses of Capitalist Process, 1987, p. 47. URL: https://discoversocialsciences.com/wpcontent/uploads/2018/03/schumpeter_businesscycles_fels.pdf (дата звернення: 08.02.2020).

6. Токарев Р.Б. Подходы к разработке маркетинговых стратегий управления патентным портфолио. Вестник университета, №7-8, 2017. С.28–33

7. Носова И. Патентная стратегия предприятия URL: https://www.itweek.ru/themes/detail.php?ID=42294 (дата звернення: 12.02.2020).

8. Этапы реализации патентной стратегии на предприятии URL: https://artpatent.ru/blog/izobreteniya-promyshlennye-obraztsy-poleznye-modeli/etapy-realizatsii-patentnoy-strategii-na-predpriyatii/ (дата звернення: 24.02.2020).

9. Дергачова В.В., Пермінова С.О. Інтелектуальна власність: [навчальний посібник] / за ред. О.А. Гавриша. К.: НТУУ «КПІ». 2015. 415 с.

10. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема: [навчальний посібник] / Ю. М. Бажал [та ін.]; ред. Ю. М. Бажал. К.: Пульсари. 2015. 278 с. URL: https://pidruchniki.com/84896/ekonomika/formuvannya_pidpriyemstvi_portfelya_obyektiv_prava_intelektualnoyi_vlasnosti_innovatsiyu (дата звернення: 06.02.2020).

REFERENCES:

1. Knyazeva I.V. and Voytsekhovich A.A. (2012) Innovatsionnyye rynki: osobennosti funktsionirovaniya, konkurentsiya i regulirovaniye. [The innovative markets: features of functioning, competition and adjusting]. EKO, no. 12. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-rynki-osobennosti-funktsionirovaniya-konkurentsiya-i-regulirovanie (accessed 12 February 2020).

2. Porter M. (1998) On Competition. Boston: MA Harvard Business School. Available at: http://ressources.aunege.fr/nuxeo/site/esupversions/ba0a40a7-4350-475d-a503-2475adcb9925/res/porter.pdf (accessed 24 February 2020).

3. Zyan'ko V. V. (2008) Innovatsionnoye predprinimatel'stvo: sushchnost', mekhanizmy i formy razvitiya [Innovative enterprise: essence, mechanisms and forms of development]. Vinnitsa: Universum. Available at: https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6856/mon_08.pdf?sequence=1&isAllowed=y (accessed 10 February 2020).

4. Patentnyye strategii [Patent strategies]. Available at: http://www.borovic.ru/index_p_5_p_1.html (accessed 12 February 2020).

5. Schumpeter J. (1987) Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analyses of Capitalist Process. Available at: https://discoversocialsciences.com/wpcontent/uploads/2018/03/schumpeter_businesscycles_fels.pdf (accessed 8 February 2020).

6. Tokarev R.B. (2017) Podkhody k razrabotke marketingovykh strategiy upravleniya patentnymy portfolio [Going near development of marketing strategies of management patent portfolio]. University Herald, no. 7-8, pp. 28–33 (in Russia).

7. Nosova I. Patentnaya strategiya kompanii [Patent strategy of enterprise]. Available at: https://www.itweek.ru/themes/detail.php?ID=42294 (accessed 12 February 2020).

8. Etapy realizatsii patentnoy strategii na predpriyatii [Implementation of patent strategy phases on an enterprise]. Available at: https://artpatent.ru/blog/izobreteniya-promyshlennye-obraztsy-poleznye-modeli/etapy-realizatsii-patentnoy-strategii-na-predpriyatii/ (accessed 24 February 2020).

9. Dergacheva V.V. and Perminova S.A. (2015) Intellektual'naya sobstvennost' [Intellectual property]. K.: NTUU "KPI" (in Ukraine).

10. Bazhal YU. M. (2015) Innovatsionnoye predprinimatel'stvo: kreativnost', kommertsializatsiya, ekosistema [Innovative enterprise: creativity, commercialization, ecosystem]. K.: Pul'sary. Available at: //pidruchniki.com/84896/ekonomika/formuvannya_pidpriyemstvi_portfelya_obyektiv_prava_intelektualnoyi_vlasnosti_innovatsiyu (accessed 6 February 2020).

ОЦІНЮВАННЯ ТРЕНДУ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДНИКА ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ESTIMATING THE TREND OF THE ENTERPRISE ECONOMIC ACTIVITY AS A COMPONENT OF ITS SUSTAINABLE DEVELOPMENT

УДК 338.1:330.0
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-50

Селюченко Н.Є.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»

Seliuchenko Nadiia
Lviv Polytechnic National University

Для прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності та високого рівня динамічності бізнес-середовища важливою є можливість за короткий час отримати оцінку тренду економічної діяльності підприємства як визначальної складової частини його сталого розвитку. Об'єктом для дослідження вибрано ПрАТ «Вінницький олійно-жировий комбінат». За даними фінансової звітності за 2013–2018 рр. сформовано сукупність фінансово-економічних показників та обчислено інтегральний показник – таксономічний показник рівня розвитку підприємства. На основі його значень проведено часове ранжування рівня економічної діяльності підприємства. Отримані рейтингові оцінки відображають відсутність тренду сталого розвитку економічної діяльності підприємства в досліджуваному періоді. Встановлено, що така ситуація зумовлена як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Запропонований підхід до оцінювання тренду економічної діяльності підприємства потребує незначних затрат часу на формування інформаційної бази, і його можна застосовувати для різних періодів: коротко-, середньо- та довготермінового. Ще однією перевагою цього підходу є те, що його можуть використовувати зовнішні стейкхолдери.

Ключові слова: *сталий розвиток підприємства, економічна діяльність, тренд, таксономічний показник рівня розвитку, рейтингові оцінки.*

Для принятия управленческих решений в условиях неопределенности и высокого уровня динамичности бизнес-среды важна возможность за короткое время получить оценку тренда экономической деятельности как определяющей составляющей его устойчивого развития. Объектом для исследования выбрано ЧАО «Винницкий масложировой комбинат». По данным финансовой отчетности за 2013–2018 гг. сформирована совокупность финансово-экономических показателей и рассчитан интегральный показатель – таксономический показатель уровня развития предприятия. На основании его значений проведено временное ранжирование уровня экономической деятельности предприятия. Полученные рейтинговые оценки отражают отсутствие тренда устойчивого развития экономической деятельности предприятия в исследуемом периоде. Установлено, что такая ситуация обусловлена как внутренними, так и внешними факторами. Предложенный подход к оценке тренда экономической деятельности предприятия требует незначительных затрат времени на формирование информационной базы, и его можно применять для различных периодов: кратко-, средне- и долгосрочного. Еще одним преимуществом этого подхода является то, что его могут использовать внешние стейкхолдеры.

Ключевые слова: *устойчивое развитие предприятия, экономическая деятельность, тренд, таксономический показатель уровня развития, рейтинговые оценки.*

Among the constituents of sustainable development of the enterprise is decisive economic. The enterprise is able to ensure sustainable development of other spheres only in case of stable economic activity. In order to make managerial decisions in the conditions of uncertainty and high level of dynamism of the business environment, it is important to be able to obtain an estimate of the trend of economic activity of the enterprise in a short time. The use of financial statement data will minimize the time required to form an information base. However, the dynamics of values of individual indicators may be different, which does not give grounds to conclude that there is a trend of sustainable economic development of the enterprise. In this regard, it is proposed to calculate the integral indicator – a taxonomic indicator of the level of development of the enterprise. On the basis of its values, it is possible to make a temporary ranking of the level of economic activity of the enterprise for the studied period. The object for research was selected by PJSC "Vinnytsia Oil and Fat Combine". According to the financial statements of the enterprise for 2013–2018 groups of financial and economic indicators have been formed and a taxonomic indicator of the level of enterprise development has been calculated. The obtained ratings reflect the instability of the enterprise's economic activity during the period under review. It is established that the lack of a trend of sustainable development of economic activity of the enterprise is due to internal and external factors. To ensure the sustainable development of economic activity, it is necessary to take into account the strengths and weaknesses of the enterprise, which are formed in its internal environment, and the opportunities and threats that are the source of the external environment. The proposed approach to estimating the trend of economic activity of an enterprise can be applied for different periods: short, medium and long term. The information base is formed on the basis of financial statements (quarterly or annual), which requires little time. Another advantage of this approach is that it can be used by external stakeholders.

Key words: *sustainable development of the enterprise, economic activity, trend, taxonomic indicator of the level of development, rating estimates.*

Постановка проблеми. Україна входить до переліку країн-лідерів щодо обсягів виробництва та експорту соняшникової олії. Ця галузь має стратегічне значення для економіки країни, тому актуальними є питання забезпечення сталого розвитку як всієї галузі, так і окремих підприємств. Сталий розвиток суб'єктів економіки оцінюють за трьома основними складовими частинами: економічною; соціальною; екологічною. Визначальною є економічна складова частина, оскільки підприємство, що характеризується нестабільною економічною діяльністю, не спроможне забезпечити сталий розвиток інших сфер. Тому в умовах невизначеності та високого рівня динамічності бізнес-середовища важливим є питання оцінювання тенденції економічної діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми сталого розвитку соціально-економічних систем різного рівня досліджено в багатьох зарубіжних та вітчизняних публікаціях. Стосовно трактування та оцінювання сталого розвитку підприємства науковці та практики ведуть дискусії

і нині. Фактори сталого розвитку підприємства дослідила Л.А. Квятковська [1]. Для інтегральної оцінки стійкості розвитку промислових підприємств Л.М. Філіпішина [2] пропонує індекс стійкості, який визначає на основі показників економічної, екологічної, соціальної, ризикової та ринкової стійкості. С.М. Телешевською [3] розроблено науково-методичний підхід до оцінювання сталого розвитку промислових підприємств хлібопекарської галузі, що передбачає виділення чотирьох складових частин: економічної; екологічної; соціальної; правової.

У результаті аналізування наукових праць зроблено висновки, що більшість підходів до оцінювання сталого розвитку підприємства вимагає значних затрат часу насамперед на формування інформаційної бази. Тому вони потребують подальшого розвитку та вдосконалення.

Постановка завдання. Метою дослідження є запропонувати підхід до оцінювання тренду економічної діяльності підприємства, який можна реалізувати в коротких часових рамках. Для досягнення визначеної мети сформульовано такі завдання: проаналізувати рейтинги виробників-лідерів галузі економічної діяльності за певний період; виокремити показники для оцінювання тренду економічної діяльності підприємства та обґрунтувати метод обчислення інтегрального показника; провести часове ранжування рівня економічної діяльності підприємства, оцінити тренд та охарактеризувати чинники впливу на нього.

Виклад основного матеріалу. Для вітчизняної олійно-жирової галузі, за оцінками фахівців, був досить вдалим маркетинговий сезон 2018/2019 рр., який завершився у серпні. Українські підприємства виробили 6,9 млн тонн рослинних олій. Цей показник є на 14% більшим порівняно з попереднім сезоном [4].

Що ж до соняшникової олії, то за підсумками сезону 2018/2019 рр. олійно-жирова галузь України виробила 6,4 млн тонн. Експорт соняшникової олії становив 6 млн тонн. Україна займає 60 % загального світового обсягу ринку соняшникової олії, який становить 10 млн тонн [5].

За останні роки визначилася низка виробників, які займають лідируючі позиції в обсягах виробництва та експорту олії.

ТОП-10 найбільших виробників соняшникової олії в Україні за 2013–2019 рр. наведено в табл. 1.

Об'єктом для дослідження тенденції економічної діяльності вибрано ПрАТ «Вінницький олійно-жировий комбінат».

Підприємство виробляє широкий асортимент високоякісної продукції, яку реалізує на внутрішньому ринку та експортує за кордон (більше, ніж

Таблиця 1

ТОП-10 найбільших виробників соняшникової олії в Україні

№ з/п	Роки					
	2013*	**2014***	**2015/2016 МР****	**2016/2017 МР**	**2017/2018 МР**	**2018/2019 МР**
1	Кернел	Кернел	Кернел	Вінницький ОЖК	Оптимус-агротрейд	Кернел
2	Cargill	Креатив	Агрокосм	Придніпровський ОЕЗ (Кернел)	Європейська транспортна стивідорна компанія (Бунге Україна)	Бунге Україна
3	Креатив	Cargill	Миронівський хлібопродукт	Запорізький ОЖК (Оптимус Агро)	Вінницький ОЖК	Оптимус Агро
4	Запорізький ОЖЗ	Запорізький ОЖК	Вінницький ОЖК	Миколаївський ОЕЗ (Бунге Україна)	Українська чорноморська індустрія» (Кернел)	Миронівський хлібопродукт
5	Вінницький ОЖК	Миронівський хлібопродукт	Cargill	Олсідз Блек Сі	Бандурський ОЕЗ (Кернел)	Вінницький ОЖК
6	Бунге Україна	Вінницький ОЖК	Бунге Україна	Українська Чорноморська Індустрія	Придніпровський ОЕЗ (Кернел)	Allseeds
7	Миронівський хлібопродукт	Бунге Україна	Пологівський ОЕЗ	Пологівський ОЕЗ	Allseeds	ADM
8	Серна ПІІ	Пологівський ОЕЗ	Дельта Вілмар СНД	А.Т.К.	АДМ	Cargill
9	Пологівський ОЕЗ	Glencore International AG	Glencore International AG	Бандурський елеватор	Дніпропетровський ОЕЗ (Бунге Україна)	Дельта Вілмар СНД
10	ТК Урожай	Noble Group Limited	Noble Group Limited	Вінницька птахофабрика	Полтавський ОЕЗ (Кернел)	COFCO Agri Ukraine

*– рейтинг за календарний рік; **– рейтинг за маркетинговий рік (МР – з вересня до серпня наступного року).

Джерело: сформовано автором на основі [6– 11]

у 25 країн світу). Асортимент продукції охоплює понад 75 найменувань. Фасовану продукцію реалізує під торговою маркою «Віолія» (ViOil) [12].

Місце підприємства в рейтингах виробників соняшникової олії за період 2013–2019 рр. відображає рис. 1.

Спостерігається стрибкоподібний характер позиції підприємства у рейтингах за останні 6 років. Однак на основі цих рейтингів не можна зробити однозначні висновки щодо тренду його економічної діяльності.

У результаті читання фінансової звітності ПрАТ «Вінницький ОЖК» за період 2013–2018 рр. [12] виявлено нестабільність його фінансових результатів та фінансово-економічного стану.

Базисні темпи приросту (відносно 2013 року) фінансових результатів підприємства відображено на рис. 2.

Динаміку окремих показників ділової активності, ліквідності, фінансової незалежності та фінансової стабільності підприємства наведено на рис. 3.

Досліджувані роки характеризуються різним рівнем прибутковості (або ж збитковістю), ділової активності та різним фінансовим станом.

Динаміка попередньо обчислених показників є різною, що не дає підстав зробити висновки про

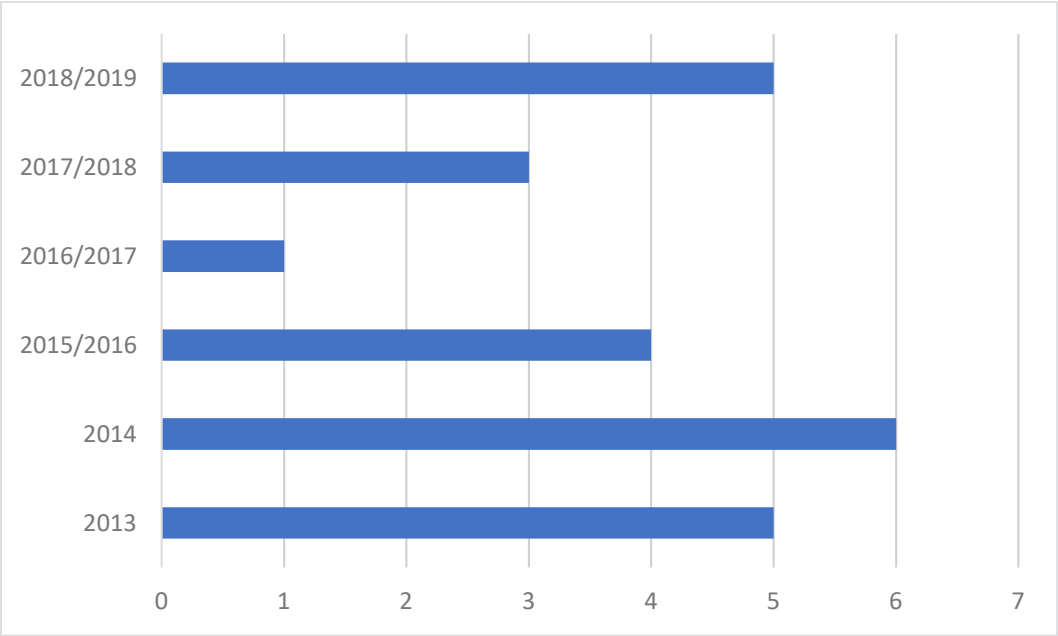


Рис. 1. Місце ПрАТ «Вінницький ОЖК» у рейтингах ТОП-10 найбільших виробників соняшникової олії

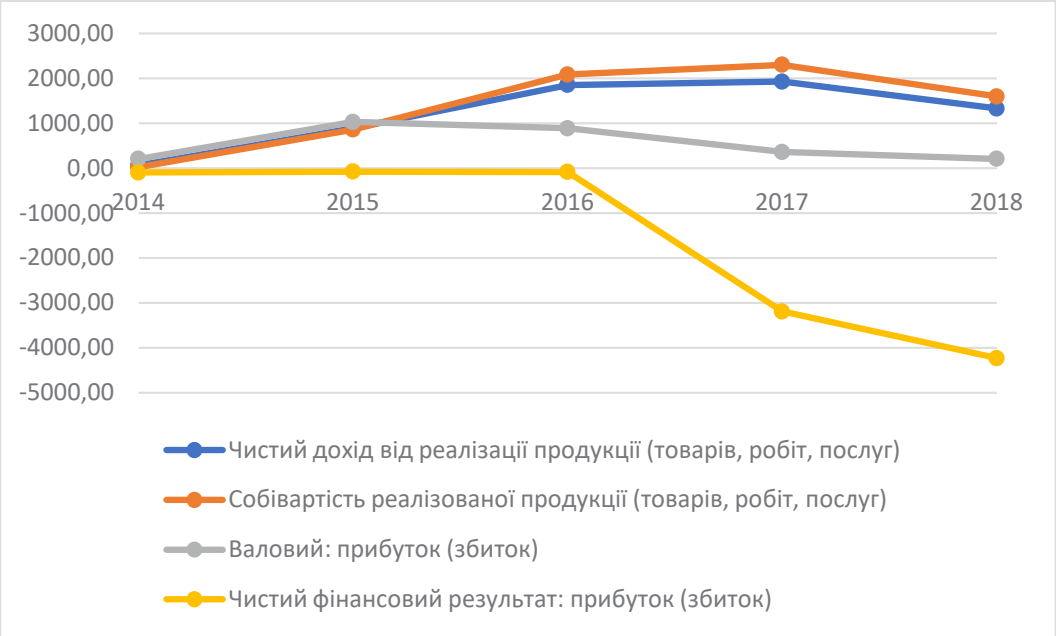


Рис. 2. Базисні темпи приросту фінансових результатів підприємства

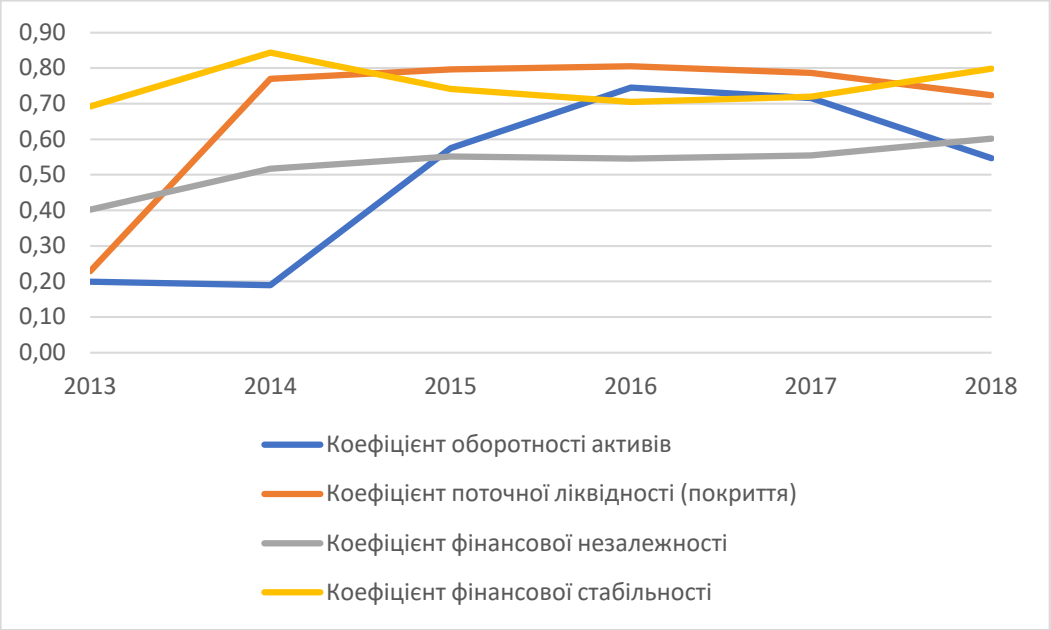


Рис. 3. Динаміка показників ділової активності та фінансового стану підприємства

наявність тенденції стабільної економічної діяльності підприємства. У зв'язку з цим пропонуємо сформувати сукупність фінансово-економічних показників та обчислити на основі їхніх значень інтегральний показник, з допомогою якого можна оцінити тренд економічної діяльності підприємства протягом досліджуваного періоду. Як інформаційну базу будемо використовувати дані фінансової звітності, що дасть змогу зменшити час на формування вибірки. Крім того, вона є доступною і для зовнішніх стейкхолдерів.

Інтегральний показник будемо обчислювати як таксономічний показник рівня розвитку підприємства. Його значення дають можливість провести часове ранжування рівня економічної діяльності підприємства [13, с. 55].

З огляду на виявлені негативні тенденції в динаміці фінансових результатів діяльності та показників фінансово-економічного стану ПрАТ «Вінницький ОЖК» нами сформовано групи показників для обчислення таксономічного показника рівня розвитку, які наведено в табл. 2.

У табл. 3 наведено значення показників за 2013–2018 рр. для розрахунку таксономічного показника рівня економічного розвитку ПрАТ «Вінницький ОЖК».

У процесі розрахунку таксономічного показника рівня розвитку всі вхідні показники поділяють на: стимулятори, високі значення яких підвищують інтегральну оцінку; дестимулятори, високі значення яких погіршують інтегральну оцінку [13, с. 48].

Таблиця 2

Показники для обчислення таксономічного показника рівня розвитку

Групи показників	Перелік показників
Фінансові результати діяльності	чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); чистий фінансовий результат (прибуток/збиток)
Показники власних джерел фінансування	нерозподілений прибуток (непокритий збиток); власний капітал
Показники ліквідності та платоспроможності	коефіцієнт поточної ліквідності (покриття); коефіцієнт швидкої (проміжної) ліквідності; коефіцієнт абсолютної ліквідності
Показники фінансової незалежності та стабільності	коефіцієнт фінансової незалежності; коефіцієнт фінансової стабільності
Показники ефективності господарської діяльності	рентабельність активів (економічна рентабельність); рентабельність власного капіталу (фінансова рентабельність); рентабельність витрат на виробництво продукції; рентабельність продажів
Показники ділової активності (ефективності управлінської діяльності)	коефіцієнт оборотності активів; коефіцієнт оборотності оборотних активів; рентабельність персоналу
Показник стану основних засобів	коефіцієнт зношення основних засобів

Примітка: розроблено автором.

Таблиця 3

Вихідні дані для обчислення таксономічного показника рівня економічного розвитку підприємства

Назви показників	Роки					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	178219	285368	1764925	3477999	3610471	2541681
Чистий фінансовий результат (прибуток/збиток), тис. грн.	2352	69	570	387	–72667	–97084
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток), тис. грн.	–25154	–18281	–11766	–8125,5	–55251	–136002,5
Власний капітал, тис. грн.	422089	718085,5	1657858,5	2558742	2764823	2678479
Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття), часток одиниці	0,229	0,770	0,797	0,805	0,786	0,723
Коефіцієнт швидкої (проміжної) ліквідності, часток одиниці	0,156	0,623	0,269	0,596	0,411	0,543
Коефіцієнт абсолютної ліквідності, часток одиниці	0,0003	0,0001	0,0102	0,0379	0,0169	0,0569
Коефіцієнт фінансової незалежності, часток одиниці	0,402	0,517	0,551	0,545	0,554	0,602
Коефіцієнт фінансової стабільності, часток одиниці	0,692	0,844	0,742	0,705	0,719	0,799
Рентабельність активів (економічна рентабельність), %	0,263	0,005	0,019	0,008	–1,442	–2,089
Рентабельність власного капіталу (фінансова рентабельність), %	0,557	0,010	0,034	0,015	–2,628	–3,625
Рентабельність витрат на виробництво продукції, %	23,907	58,223	28,209	10,810	4,589	4,327
Рентабельність продажів, %	1,320	0,024	0,032	0,011	–2,013	–3,820
Рентабельність персоналу, %	276,706	8,283	68,427	43,434	–7985,385	–11019,750
Коефіцієнт оборотності активів, часток одиниці	0,20	0,19	0,58	0,74	0,72	0,55
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, часток одиниці	2,29	1,84	3,22	3,34	3,13	2,95
Коефіцієнт зношення основних засобів, часток одиниці	0,056	0,040	0,022	0,020	0,040	0,077

Джерело: обчислено на основі даних [12]; рентабельність витрат на виробництво продукції розраховано за валовим прибутком, усі решта показники рентабельності – за чистим прибутком

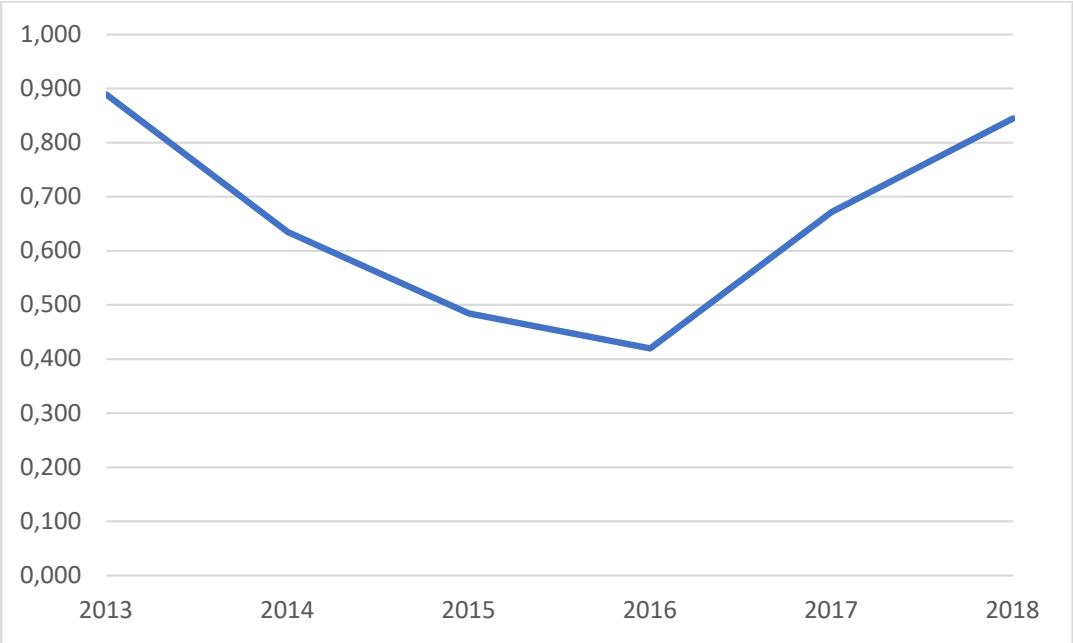


Рис. 4. Значення таксономічного показника рівня розвитку підприємства за 2013–2018 рр.

За характером впливу на інтегральну оцінку фінансово–економічного стану підприємства виокремлені показники (див. табл. 3) поділено таким чином: дестимулятор – коефіцієнт зношення основних засобів, високе значення якого погіршує загальну оцінку фінансово–економічного стану підприємства; стимулятори – всі решта показники.

Наведені фінансово–економічні показники мають різні одиниці вимірювання, тому в процесі обчислень виконано процедуру стандартизації значень показників на основі їхніх середніх значень та середніх квадратичних відхилень [13, с. 53].

У результаті проведених обчислень згідно алгоритму, описаного в [13, с. 53], отримано рейтингові оцінки економічної сфери діяльності підприємства, значення яких наведено в табл. 4.

Таблиця 4

Рейтингові оцінки економічної сфери діяльності підприємства за таксономічними показниками рівня розвитку

Роки	Значення таксономічного показника рівня розвитку	Рейтингові оцінки
2013	0,889	6
2014	0,634	3
2015	0,484	2
2016	0,420	1
2017	0,672	4
2018	0,845	5

Таксономічний показник рівня розвитку відображає відносну позицію і–го року в досліджуваному періоді. Чим менше його значення, тим кращим є рівень економічної діяльності підприємства в конкретному році.

Зміну таксономічного показника рівня розвитку підприємства за роками представлено лінійчатою діаграмою на рис. 4.

Рівень економічної діяльності підприємства був найкращим у 2016 році, а 2017–2018 роки характеризуються його погіршенням. 2018 рік за значенням таксономічного показника рівня розвитку наблизився до 2013 року. Загалом, рис. 4 відображає відсутність позитивної динаміки економічної діяльності ПрАТ «Вінницький олійножировий комбінат» у досліджуваному періоді.

У 2018 році чистий дохід підприємства становив 2 541 681 тис. грн., обсяг експорту – 1 916 881 тис. грн., а його частка в загальному обсязі продажів досягла 75%. Валовий прибуток зменшився у зв'язку зі зменшенням частки перероблення власної сировини і збільшення витрат на оплату праці та відрахуваннь на соціальні заходи в структурі операційних витрат. Окрім того, незважаючи на те, що фасована олія користується попитом у населення, в підприємства виникали труднощі з її реалізацією у зв'язку з перенасиченням внутрішнього ринку [12].

Також слід ураховувати негативний вплив тенденцій, що склалися на світовому ринку олії. Наприкінці 2018 року ціни на соняшникову олію суттєво знизилися та досягли мінімальних рівнів за останні дванадцять років. Така цінова динаміка була спричинена рекордними врожаями в країнах Чорноморського регіону і насамперед в Україні [4]. Активному зниженню цін на соняшникову олію у сезоні 2018/19 сприяла пальмова олія, ринок котрої зіткнувся з перевиробництвом в основних країнах-експортерах – Індонезії та Малайзії [14].

Відсутність тренду сталого розвитку економічної діяльності підприємства зумовлена як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Тому для забезпечення сталого розвитку економічної діяльності необхідно враховувати сильні та слабкі сторони підприємства, що формуються у його внутрішньому середовищі, та можливості і загрози, джерелом яких є зовнішнє середовище.

Експерти наголошують, що потрібно враховувати такі світові тренди [15]:

1) тренд здорового харчування, що відображає зміну структури харчування у бік збільшення органічної їжі, вживання рослинних олій;

2) нові можливості, що відкриваються у результаті торгових війн, спонукають шукати нові ринки збуту;

3) «тримати руку на пульсі» та враховувати зміни податкового законодавства;

4) здійснювати інвестиції у перероблення насіння, але одночасно звернути увагу, що в найближчі роки може відчуватися нестача сировини для переробки (експерти не виключають ситуацію, коли Україна буде імпортувати соняшник);

5) змінити модифікації та налагодити виробництво олій преміум-класу, що може значно стимулювати ріст цін та розвиток галузі.

Слід зазначити, що ПрАТ «Вінницький ОЖК» уже налагодило виробництво високоолеїнової рафінованої дезодорованої олії.

На думку окремих експертів [15], українська високоолеїнова соняшникова олія може стати національним брендом з премією у 400–500 доларів. Однак це ще досі є дискусійним питанням. Деякі з експертів переконані, що у зв'язку з досить високим рівнем бідності багатьох країн високоолеїнова соняшникова олія не зможе стати загальновживаною у світі.

Висновки з проведеного дослідження. Серед складників сталого розвитку підприємства визначальною є економічна складова частина, оскільки лише в тому разі, коли підприємство провадить стабільну економічну діяльність, воно спроможне забезпечити сталий розвиток інших сфер. Для прийняття управлінських рішень в умовах високого рівня динамічності та невизначеності бізнес-середовища важливим є швидке оцінювання тренду економічної діяльності підприємства

за певний період, що є можливим у разі використання даних фінансової звітності. Однак динаміка значень окремих показників може бути різною, що не дає підстав зробити висновки про наявність тенденції сталого економічного розвитку підприємства. У зв'язку з цим запропоновано провести часове ранжування на основі таксономічного показника рівня розвитку підприємства. З огляду на виявлені негативні тенденції в динаміці фінансових результатів діяльності та показників фінансово-економічного стану ПрАТ «Вінницький ОЖК» сформовано групи показників для обчислення таксономічного показника рівня розвитку. Отримані рейтингові оцінки за 2013–2018 рр. відображають нестабільність економічної діяльності підприємства в досліджуваному періоді. Встановлено, що відсутність тренду сталого розвитку економічної діяльності підприємства зумовлена як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Для забезпечення сталого розвитку економічної діяльності необхідно враховувати сильні та слабкі сторони підприємства, що формуються у його внутрішньому середовищі, та можливості і загрози, джерелом яких є зовнішнє середовище.

Запропонований підхід до оцінювання тренду економічної діяльності підприємства можна застосовувати для різних періодів: коротко-, середньо- та довготермінового. Інформаційну базу формують на основі даних фінансової звітності (квартальної або річної), що потребує незначних затрат часу. Ще однією перевагою цього підходу є те, що його можуть використовувати зовнішні стейкхолдери.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Квятковська Л.А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 1 (48). С. 85–89. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_1_14 (дата звернення: 15.01.2020).

2. Філіпішина Л.М. Інтегральна оцінка стійкості розвитку промислових підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 19. С. 280–285.

3. Телешевська С.М. Оцінка факторів сталого розвитку підприємств хлібопекарської галузі: дис. ... канд. ек. наук: 08.00.04. Одеса, 2016. 221 с.

4. Світовий ринок соняшникової олії та місце України. Експертна платформа: веб-сайт. URL: https://expla.bank.gov.ua/expla/news_0066.html (дата звернення: 9.01.2020).

5. Олійно-жирова галузь України має сьогодні динаміку сталого розвитку. Агропрофі. URL: http://agroprofi.com.ua/statti/1777-oliyno-zhyrova-haluz-ukrayiny-maye-sohodni-dynamiku-staloho-rozvytku (дата звернення: 9.01.2020).

6. Ринок рослинної олії в Україні: виробництво, експорт, імпорт, торгові марки. Koloro: веб-сайт. URL: https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/rynok-rastitelnogo-masla-v-ukraine-proizvodstvo-jeksport-import-torgovye-marki.html (дата звернення: 9.01.2020).

7. Інфорграфічний довідник. Businessviews: веб-сайт. URL: https://golocal-ukraine.com/wp-content/uploads/2016/02/Ukrainian-Agribusiness-2015.pdf (дата звернення: 9.01.2020).

8. Дослідження ринку соняшникової олії в Україні. Koloro: веб-сайт. URL: https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/issledovanie-rynka-podsolnechnogo-masla-v-ukraine.html (дата звернення: 10.01.2020).

9. ТОП-10 найбільш потужних олійно-екстракційних заводів в Україні. Промисловий портал: веб-сайт. URL: https://uprom.info/news/agro/top-10-oliyno-ekstraktsiynih-zavodiv-v-ukrayini (дата звернення: 10.01.2020).

10. ТОП виробників соняшникової олії. Agravery: веб-сайт. URL: https://agravery.com/uk/posts/show/top-10-ukrainskih-virobnikiv-sonasnikovoi-olii (дата звернення: 10.01.2020).

11. ТОП-10 українських виробників соняшникової олії. Agroreview: веб-сайт. URL: https://agroreview.com/news/top-10-ukrayinskyh-vyrobnykiv-sonyashnykovoyi-oliyi (дата звернення: 10.01.2020).

12. Вінницький олійножировий комбінат: веб-сайт. URL: http://vmzhk.vioil.com/reports.html (дата звернення: 11.01.2020).

13. Кічор В.П. Фещур Р.В., Якимів А.І., Копитко С.Б. Економіко-статистичне моделювання: навч. посібник. Львів: Растр-7, 2017. 350 с.

14. Олійна кон'юнктура: ситуація на вітчизняному ринку соняшникової олії. AgroDay. URL: https://agroday.com.ua/2019/09/27/olijna-kon-yunktura-sytuatsiya-na-vitchyznyanomu-rynku-sonyashnykovoyi-oliyi (дата звернення: 12.01.2020).

15. Олійно-жирова галузь 2020: тенденції, прогнози, перспективи. УкрАгроКонсалт: веб-сайт. URL: https://www.ukragroconsult.com/news/oliino-zhirova-galuz--2020--tendentsiyi--prognozi--perspektivi (дата звернення: 12.01.2020).

REFERENCES:

1. Kvyatkovska L.A. (2013) Realizacija pryncypiv koncepciji stalogho rozvytku v dijaljnosti pidpryjemstva [Implementation of the principles of the concept in the enterprise sustainable development]. Visnyk socialjno-ekonomichnykh doslidzhenj, no 1 (48), pp. 85–89. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_1_14 (accessed 15 January 2020).

2. Filipishyna L.M. (2017) Integhraljna ocinka stijkosti rozvytku promyslovykh pidpryjemstv [Integral assessment of developmental stability industrial enterprises]. Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky, no 19, pp. 280–285.

3. Teleshevska S.M. (2016) Ocinka faktoriv stalogho rozvytku pidpryjemstv khlibopekarsjkoji ghaluzi [Estimation of factors of sustainable development of enterprises of the baking industry] (PhD Thesis), Odesa: Odessa National Economic University.

4. Svitovyj rynok sonjashnykovoji oliji ta misce Ukrajiny [The world market for sunflower oil and the place of Ukraine]. Ekspertna platforma: veb-sajt. Available at: https://expla.bank.gov.ua/expla/news_0066.html (accessed 9 January 2020).

5. Olijno-zhyrova ghaluzj Ukrajiny maje sjoghodni dynamiku stalogho rozvytku [The oil and fat industry of Ukraine today has a dynamic of sustainable development]. Aghroprofi [Agroprofi]. Available at: http://agroprofi.com.ua/statti/1777-oliyno-zhyrova-haluz-ukrayiny-maye-sohodni-dynamiku-staloho-rozvytku (accessed 9 January 2020).

6. Rynok roslynnoji oliji v Ukrajini: vyrobnyctvo, eksport, import, torghovi marky [Vegetable oil market in Ukraine: production, export, import, trademarks]. Koloro: veb-sajt. Available at: https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/rynok-rastitelnogo-masla-v-ukraine-proizvodstvo-jeksport-import-torgovye-marki.html (accessed 9 January 2020).

7. Inforghrafichnyj dovidnyk [Information guide]. Businessviews: veb-sajt. Available at: https://golocal-ukraine.com/wp-content/uploads/2016/02/Ukrainian-Agribusiness-2015.pdf (accessed 9 January 2020).

8. Doslidzhennja rynku sonjashnykovoji oliji v Ukrajini [Market research of sunflower oil in Ukraine]. Koloro: veb-sajt. Available at: https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/issledovanie-rynka-podsolnechnogo-masla-v-ukraine.html (accessed 10 January 2020).

9. TOP-10 najbiljsh potuzhnykh olijno-ekstrakcijnykh zavodiv v Ukrajini [Top 10 most powerful oil extraction plants in Ukraine]. Promyslovyj portal: veb-sajt. Available at: https://uprom.info/news/agro/top-10-oliyno-ekstraktsiynih-zavodiv-v-ukrayini (accessed 10 January 2020).

10. TOP vyrobnykiv sonjashnykovoji oliji [Top producers of sunflower oil]. Agravery: veb-sajt. Available at: https://agravery.com/uk/posts/show/top-10-ukrainskih-virobnikiv-sonasnikovoi-olii (accessed 10 January 2020).

11. TOP-10 ukrajinsjkykh vyrobnykiv sonjashnykovoji oliji [Top 10 Ukrainian producers of sunflower oil]. Agroreview: veb-sajt. Available at: https://agroreview.com/news/top-10-ukrayinskyh-vyrobnykiv-sonyashnykovoyi-oliyi (accessed 10 January 2020).

12. Vinnycjkyj oliinozhyrovyi kombinat: veb-sajt. Available at: http://vmzhk.vioil.com/reports.html (accessed 11 January 2020).

13. Kichor V.P., Feschur R.V., Iakymiv A.I., Kopytko S.B. (2017) Ekonomiko-statystychne modeljuvannja: navch. posibnyk [Economic and statistical modeling]. Lviv: Rastr-7. (in Ukrainian)

14. Olijna kon'junktura: sytuacija na vitchyznjanomu rynku sonjashnykovoji oliji [Oil Situation: Situation in the Domestic Sunflower Oil Market]. AgroDay. Available at: https://agroday.com.ua/2019/09/27/olijna-kon-yunktura-sytuatsiya-na-vitchyznyanomu-rynku-sonyashnykovoyi-oliyi (accessed 12 January 2020).

15. Olijno-zhyrova ghaluzj 2020: tendenciji, proghnozy, perspektyvy [Oil and fat industry 2020: trends, forecasts, prospects]. UkrAghroKonsalt: veb-sajt. Available at: https://www.ukragroconsult.com/news/oliino-zhirova-galuz--2020--tendentsiyi--prognozi--perspektivi (accessed 12 January 2020).

ЗОВНІШНЯ ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ: СУТЬ ТА НАПРЯМИ

THE EXTERNAL FORM OF IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF COMPANIES: THE ESSENCE AND THE DIRECTIONS

УДК 65.014.1:621:338.26
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-51

Тарасюк Г.М.
д.е.н., професор, декан факультету бізнесу та сфери обслуговування
Державний університет «Житомирська політехніка»
Лагута Я.М.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»
Рудковська Н.Г.
магістрант
Державний університет «Житомирська політехніка»

Tarasiuk Halyna
Zhytomyr Polytechnic State University
Laguta Yaroslav
Zhytomyr Polytechnic State University
Rudkovska Nataliia
Zhytomyr Polytechnic State University

У статті розглянута сутність корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів господарювання через виділення основних форм її реалізації: внутрішньої соціальної відповідальності та зовнішньої соціальної відповідальності. Розглянуто основні напрями зовнішньої корпоративної відповідальності та їхній зміст. Зокрема: охорона навколишнього середовища, розвиток добросовісної ділової практики, розвиток місцевих громад тощо. Обґрунтовано, що важливими інструментами соціальної діяльності бізнесу за межами компанії за досвідом зарубіжних країн є: благодійність, спонсорство, корпоративне волонтерство та соціальний маркетинг. Показано вигоди для компаній від здійснення такої діяльності. Визначено, що продумана політика корпоративної соціальної відповідальності компанії, як доводить практика, має свої переваги не тільки для суспільства, але і для суб'єкта господарювання, зокрема це: покращення фінансових показників, скорочення операційних витрат, покращення іміджу та репутації брендів, підвищення продажів та лояльності споживачів, зниження плинності кадрів, підвищення лояльності персоналу і мотивації працівників, скорочення тиску з боку перевіряючих органів тощо.

Ключові слова: *корпоративна соціальна відповідальність, зовнішня корпоративна соціальна відповідальність, політика, суспільство, компанія, соціально відповідальні практики, заінтересовані групи.*

В статье рассмотрена сущность корпоративной социальной ответственности субъектов хозяйствования через выделение основных форм ее реализации: внутренней социальной ответственности и внешней социальной ответственности. Рассмотрены основные направления внешней корпоративной ответственности и их содержание. В частности: охрана окружающей среды, развитие добросовестной деловой практики, развитие местных сообществ и тому подобное. Обосновано, что важными инструментами социальной деятельности бизнеса за пределами компании по опыту зарубежных стран являются: спонсорство, корпоративное волонтерство и социальный маркетинг. Показаны выгоды для компаний от осуществления такой деятельности. Определено, что продуманная политика корпоративной социальной ответственности компании, как показывает практика, имеет свои преимущества не только для общества, но и для предприятия, в частности это: улучшение финансовых показателей, сокращение операционных расходов, улучшение имиджа и репутации брендов, повышение продаж и лояльности потребителей, снижение текучести кадров, повышение лояльности персонала и мотивации работников, сокращение давления со стороны проверяющих органов и т.д.

Ключевые слова: *корпоративная социальная ответственность, внешняя корпоративная социальная ответственность, политика, общество, компания, социально ответственные практики, заинтересованные группы.*

The article considers the essence of corporate social responsibility of economic entities by distinguishing the main forms of its implementation: internal social responsibility and external social responsibility. This division is necessary to understand the systematic and comprehensive nature of corporate social responsibility, as well as to adequately adjust the model of interaction with stakeholders, considering the constant change in their composition and range of interests, with an objective to obtain a more complete economic, social and ecological effect. The main directions of external corporate social responsibility and their content are considered. According to the authors, especially important in the "environmental protection" direction is the organization of environmentally safe production process, in the "implementation of programs of environmentally responsible practice" direction – the introduction of innovations in projects of efficient and careful use of natural resources; in the "development of conscientious business practice" direction – the information openness to consumers, clients, fair cooperation with business partners, promotion and compliance with antimonopoly laws, dissemination of principles of fair competition, combating corruption and promoting anti-corruption measures; development of local communities in the sphere of formation and implementation of social projects for vulnerable population groups, social projects and efficiency projects in various spheres of public life, cooperation and support of activities of public organizations and entities in social and ecological sphere, support of local traditions and customs, development of community initiatives in these areas, etc. It is substantiated that the important tools of business social activity outside the company according to the experience of foreign countries are: charity, sponsorship, corporate volunteering and social marketing. Benefits for companies from such activities are shown. It is determined that a well-considered corporate social responsibility policy, as the practice proves, has its benefits not only for the society but also for the business entity, in particular: improving financial performance, reducing operating costs, improving the image and reputation of brands, increasing sales and consumer loyalty, reducing staff turnover, increasing staff loyalty and employee motivation, reducing pressure from inspection authorities and more.

Key words: *corporate social responsibility, external corporate social responsibility, policy, society, company, socially responsible practices, stakeholders.*

Постановка проблеми. У галузях, які характеризуються активною конкуренцією, для підприємств важливим є фактор соціальної відповідальності бізнесу. За останні роки це питання є надзвичайно актуальним в умовах забезпечення сталого розвитку, тому потребує вивчення як на рівні методологічному, так і в контексті практичного застосування теоретико-методичних розробок у практиці господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичні та практичні засади корпоративної соціальної відповідальності підприємства досліджувалися і висвітлені у працях багатьох зарубіжних учених: Г. Боуена, К. Девіса, А. Керолла, Р. Фримана, Ф. Котлера, М. Фридмана та інших. Вітчизняні дослідники також займалися і надалі досліджують питання соціальної відповідальності бізнесу підприємств, це

такі вчені, як О. Березіна, А. Бутенко, О. Буян, О. Ворона, О. Грішнова, О. Гончар, С. Ілляшенко, А. Колот, Н. Краснокутська, Н. Кусик, Н. Орлова, О. Охріменко, Н. Скопенко, А. Череп, Н. Міщук, О. Шпак та інші. Але, зважаючи на особливості функціонування підприємств в умовах євроінтеграційних процесів, в умовах реалізації Стратегії сталого розвитку 2030, зростання ролі корпоративної соціальної відповідальності у діяльності суб'єктів господарювання та оцінюючи вплив КСВ на їхню діяльність, можна виділити низку проблемних питань теоретичного і прикладного характеру, які потрібно вирішити.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення проблем розвитку зовнішньої форми корпоративної відповідальності суб'єктів господарювання, визначення її суті та напрямів в умовах забезпечення сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спрямованість соціальної відповідальності може бути представлена, з погляду впливу діяльності компанії, у вигляді декількох рівнів: внутрішньокорпоративного (відповідальність перед персоналом і акціонерами), ринкового (відповідальність перед партнерами і споживачами), громадського (відповідальність перед державою і місцевими громадами) і глобального (відповідальність перед світовою спільнотою).

За результатами проведених досліджень можемо стверджувати, що найчастіше використовують більш укрупнений підхід, виділяючи два основних вектори розвитку соціально відповідальної діяльності: внутрішній та зовнішній.

Внутрішня форма реалізації КСВ виражається в соціально відповідальній політиці компанії щодо персоналу і її власників (акціонерів), що реалізується в межах програми охорони здоров'я, створення безпечних умов праці, розвитку персоналу, вирішення питань соціально відповідальної реструктуризації, а також підвищення ефективності ведення бізнесу тощо.

Виходячи із сутності внутрішніх процесів КСВ, соціальна відповідальність переважно стосується інвестування у розвиток людського потенціалу, охорону здоров'я, екологічно відповідальні практики, що стосуються управління природними ресурсами, які використовуються на виробництві [1].

Варто погодитися з науковцем О. Охріменко, яка визначає, що бізнес виграє від реалізації принципів соціальної відповідальності. Від розвитку КСВ покращується репутація організації; підвищується рівень довіри до діяльності компанії, якості її товарів і послуг; підвищується професіоналізм кадрового потенціалу; зростає лояльність співробітників до компанії; формується безпечне середовище діяльності; розвивається корпоративна політика [2, с. 63]. Але водночас вона відмічає, що трудові відносини у контексті КСВ є пріоритетними для більшості українських підприємств. Водночас розвиток цього напряму в Україні пов'язаний із низкою проблем, які свідчать про відсутність КСВ або про його імітацію. Трудова парадигма КСВ охоплює низку напрямів, таких як: заробітна плата, навчання персоналу; недержавне пенсійне та медичне страхування тощо [2, с. 66].

О. Алексєєва, фахівець у досліджуваному питанні, директор CAF Global Trustees, так характеризує сучасний рівень розвитку КСВ в Україні: «Соціальна відповідальність у нас часто означає просте відновлення стандартного соціального пакета радянських часів: безкоштовна медицина, продовольчі пайки тощо. Тоді як соціальна відповідальність – це зміни в корпоративній культурі, практиці договірних відносин між бізнесом, співробітниками, місцевим співтовариством і державою. Сьогодні бізнес розуміє свою соціальну функцію занадто вузько, скоріше як безоплатну допомогу, ніж інвестиції у власне сталий розвиток. Щоб це подолати, необхідно піднятися над проблемою дитячих садків і перейти на якісно новий рівень соціальних стандартів компаній» [2, с. 65].

Л. Петрашко, провівши власне дослідження 120 підприємств, відзначає, що «усі компанії-респонденти практикують певні соціально відповідальні заходи. Більшість національних респондентів, на відміну від міжнародних, ведуть КСВ не системно та не в межах спланованої стратегії. Це означає, що КСВ не сприймається українськими бізнес-структурами як частина стратегічного менеджменту. Інструментами запровадження КСВ для багатьох з них є PR-заходи, Кодекси етичного ведення бізнесу, Кодекси корпоративної поведінки та стандарти звітності» [3].

Зовнішня форма КСВ являє собою соціальну політику компанії відносно місцевої громади та інших зовнішніх заінтересованих сторін. Вона включає в себе програми, спрямовані на природоохоронну діяльність, розвиток місцевої громади, а також ведення добросовісної ділової практики тощо.

Цей поділ необхідний для розуміння системності та комплексності КСВ, а також адекватної корекції реалізованої компанією моделі взаємодії із заінтересованими групами, зважаючи на постійні зміни їх складу і кола інтересів, з метою отримання найбільш повного економічного і соціального ефекту.

Слід враховувати, що виділення зазначених форм соціальної відповідальності є досить умовним. Хоча на кожному рівні існують свої завдання, визначені цільові програми можуть мати подвійний вектор впливу. Наприклад, проведення соціально відповідальної реструктуризації насамперед позитивно впливає на місцеву громаду, ефективно знижуючи ризики репутації компанії, але водночас значно впливає на співробітників компанії, підвищуючи їхню лояльність. Впровадження

інноваційних технологій може не тільки сприяти економічному прогресу суспільства і зміцненню позицій компанії на ринку, але і надавати позитивний вплив на екологію, виходячи тим самим на глобальний рівень впливу. Заходи, пов'язані з підвищенням якості продукції, що випускається, разом зі зміцненням відносин з споживачами дають змогу отримати додатковий дохід, що веде до зростання податкових відрахувань до відповідних бюджетів і позитивного впливу на розвиток місцевої громади.

Зовнішня форма реалізації соціальної відповідальності, на відміну від внутрішньої, що є досить сталим поняттям, викликає найбільшу кількість суперечок щодо того, що відносити до цієї сфери. Деякі дослідники дотримуються тієї думки, що ця діяльність компаній, як правило, не регулюється чинним законодавством і заснована на існуючих у країні традиціях. Серед основних напрямів зовнішньої КСВ зазвичай виділяють такі, як: охорона навколишнього середовища, сумлінна ділова практика, підтримка і розвиток місцевої громади [4, с. 171] (таблиця 1).

Говорячи про зовнішній вплив діяльності компанії, насамперед відзначають її вплив на навколишнє середовище. Сучасний рівень технічного розвитку не тільки сприяє полегшенню життя самої людини, але і здатний привести світ до екологічної катастрофи**.** У зв'язку з цим питання природоохоронної діяльності та ресурсозбереження стають однією з першочергових задач і обов'язків компаній, особливо великих корпорацій. Екологічне спрямування КСВ компаній передбачає реалізацію різних програм, які спрямовані на охорону навколишнього середовища, економне споживання природних ресурсів, повторне використання та утилізацію відходів, організацію екологічно безпечного виробничого процесу та виробництво екологічно чистої продукції тощо.

На сучасному етапі розвитку поширення отримала екологічна складова частина концепції управління компанією під назвою «зелений офіс». В основі цієї концепції раціональне використання та економія ресурсів окремих суб'єктів господарювання, держави, планети. Окрім того, використання в діяльності принципів екологічної відповідальності вважається правилом хорошого тону, який поліпшує імідж компанії в очах клієнтів і партнерів.

Низка соціально відповідальних підприємств в Україні вже підхопила «зелену хвилю». Лідерами є: ТзОВ «Астеліт», компанія «Воля», ПАТ Концерн «Галнафтогаз», група компаній «Фокстрот», ПАТ «Оболонь», НАСК «Оранта»,ТОВ «Тетра Пак» тощо. Філософія «зеленого офісу» стає популярною серед українських компаній. Деякі з них просто віддають данину моді та роблять елементарні «зелені кроки», а інші займають активну позицію в турботі про довкілля [5].

Сумлінна ділова практика як один із важливих напрямів зовнішньої КСВ має на меті прийняття і поширення високого рівня справедливих ділових відносин та корпоративної культури між постачальниками, бізнес-партнерами і клієнтами компанії. Адже в сучасних умовах господарювання добросовісні партнерські відносини можуть мати важливе значення для підприємства. Важливим є формування гарних та ефективних відносин підприємства із споживачами. Це і надання якісних товарів і послуг, які не є загрозою для здоров'я і життя споживачів; це правдиве інформування про продукцію; наявність процедур відшкодування збитку в разі надання товарів і послуг незадовільної якості та інше.

Наступним важливим напрямом реалізації зовнішньої КСВ, який потрібно розвивати, є участь компаній у розвитку місцевої громади. Компанії беруть участь у житті місцевої громади шляхом здійснення різних соціальних програм і акцій, таких як: підтримка соціально незахищених верств населення, надання підтримки дітям і юнацтву, підтримка збереження і розвитку житлово-комунального господарства та об'єктів культурно-історичного значення, спонсорування місцевих культурних, освітніх і спортивних організацій та заходів тощо. Але найбільш значущий внесок, який компанії можуть внести в життя спільнот, – це забезпечення населення робочими місцями, а також справедливою заробітною платою і пільгами [4, с. 177].

Вітчизняна практика соціальної відповідальності, а також передовий зарубіжний досвід дозволяють виділити такі основні інструменти соціальної діяльності бізнесу за межами компаній, як: благодійність, спонсорство, корпоративне волонтерство і соціальний маркетинг.

Багато великих підприємств задля підвищення власного іміджу, поширення інформації про компанію реалізують різного роду благодійні програми. Поширеним явищем характерним для великих компаній є створення окремого корпоративного благодійного фонду. Спектр визначень корпоративного волонтерства досить широкий. Це і допомога нужденним, і, наприклад, допомога військовослужбовцям, армії в умовах АТО.

Відповідно до Закону України «Про благодійну діяльність та благодійні організації», благодійна діяльність – добровільна особиста та/або майнова допомога для досягнення визначених цим Законом цілей, що не передбачає одержання благодійником прибутку, а також сплати будь-якої винагороди або компенсації благодійнику від імені або за дорученням бенефіціара. Бенефіціар – набувач благодійної допомоги (фізична особа, неприбуткова організація або територіальна громада), що одержує допомогу від одного чи кількох благодійників для досягнення цілей, визначених цим Законом. Бенефіціарами благодійних організацій

можуть бути також будь-які юридичні особи, що одержують допомогу для досягнення цілей [6].

Сьогодні складно знайти представника великого бізнесу, який би не реалізовував благодійні програми. Найбільш масштабним втіленням благодійної діяльності є активність компаній, яка приводить до створення окремого корпоративного благодійного фонду.

Спонсорство – надання компанією різних ресурсів для створення об'єктів або споруд, підтримки організацій або заходів, як правило, публічних, у цілях реклами своєї продукції, послуг. Спонсорство дозволяє компанії підвищити свою популярність, сформувати привабливий імідж, розширити коло контактів, продемонструє свою спроможність і соціальну значущість. Найчастіше соціальне спонсорство поширюється на підтримку благодійних, культурних, спортивних, освітніх та екологічних ініціатив. У низці випадків відбувається заміщення традиційних програм корпоративної благодійності заходами із залученням волонтерів із числа співробітників.

Корпоративне волонтерство – підтримка і стимулювання компанією добровільного залучення співробітників у соціальні програми зовнішньої спрямованості на безоплатній основі. Спектр визначень корпоративного волонтерства (КВ) досить широкий. Деякі експерти наполягають на тому, що волонтерство – це насамперед праця, спрямована на допомогу нужденним. Інші

Таблиця 1

Основні напрями зовнішньої КСВ і їхній зміст

Напрямок	Зміст
1. Охорона навколишнього середовища	– організація екологічно безпечного виробничого процесу; – реалізація заходів щодо запобігання та зменшення всіх видів забруднень; – збереження і відновлення біорізноманіття та природних екосистем; – реалізація програм екологічно відповідальної практики; – впровадження інновацій в проекти ефективного та бережливого використання природних ресурсів; – скорочення споживання невідновлюваних ресурсів; протидія зміні клімату та адаптації до нього (скорочення викидів парникових газів і облік прогнозів зміни глобального і місцевого клімату при плануванні діяльності); – інші заходи по охороні навколишнього середовища тощо.
2. Розвиток добросовісної ділової практики	– пропагування та дотримання антимонопольного законодавства, поширення принципів добросовісної конкуренції; – протидія корупції та проведення пропаганди антикорупційної заходів; – співпраця з органами державної влади, об'єднаннями споживачів, з професійними об'єднаннями та громадськими організаціями; – інформаційна відкритість перед споживачами, клієнтами, добросовісна співпраця з бізнес-партнерами тощо; – створення стимулів для інтеграції принципів КСВ в діяльність із партнерами по бізнесу, іншими заінтересованими сторонами.
3. Розвиток місцевих громад	– розробка і реалізація соціальних проектів для уразливих груп населення, – соціальні проекти та проекти ефективності у різних сферах суспільного життя; – спонсорська та благодійна допомога для закладів культури, спортивних шкіл, освітніх закладів різного рівня; – співпраця та підтримка діяльності громадських організацій та формувань у соціальній та екологічній сфері; – проведення різного роду благодійних акцій; – підтримка волонтерської діяльності; – підтримка місцевих традицій і звичаїв, розвиток громадських ініціатив у цих сферах тощо.

Джерело: удосконалено авторами за [4, с. 171–174]

Таблиця 2

Вигоди корпоративного волонтерства для основних заінтересованих сторін

Вигоди для співробітників	Вигоди для підприємства	Вигоди для суспільства
– новий життєвий досвід; – розвиток професійних і особистісних якостей; – розвиток навичок командної роботи; – моральне задоволення від здійснення добрих справ; – участь і вирішення проблем в співтоваристві	– зміцнення репутації; – розвиток корпоративної культури; – підвищення лояльності співробітників; – зниження / мінімізація витрат компанії на соціальні програми; – поліпшення зв'язків з місцевою громадою, органами влади та ЗМІ	– додатковий ресурс у вирішенні нагальних та попередження нових проблем; – побудова діалогу і подальша конструктивна взаємодія з бізнесом; – підвищення довіри до бізнесу, органів державної влади, неприбуткових організацій; – подолання суперечок в місцевому співтоваристві; – зростання громадянської свідомості та активності

Джерело: узагальнено авторами

вважають, що працівники, які не можуть приєднатися в даний момент до колег-добровольців, але жертвують на захід свої кошти, також є волонтерами. Вибір форми волонтерства в компаніях відбувається по-різному. У низці компаній підтримується ініціатива співробітників, в інших – створення спеціальної системи стимулювання, які розширюють спектр форм допомоги. Корпоративне волонтерство сприймається на всіх рівнях менеджменту як важлива складова частина в розвитку корпоративної культури, внутрішніх комунікацій, створення сприятливого клімату всередині компанії. Волонтерство ґрунтується на задоволенні інтересів трьох сторін: компанії, персоналу і, зрозуміло, одержувачів волонтерської допомоги (таблиця 2).

Нині корпоративне волонтерство, будучи одним із найефективніших інструментів соціальної політики підприємств, є досить поширеною формою корпоративної соціальної відповідальності.

Багато відомих зарубіжних форм реалізації КСВ, незважаючи на своє широке поширення, так і не отримали визнання. До них відноситься і такий поширений сьогодні інструмент, як соціальний маркетинг. Застосування концепції соціального маркетингу передбачає, що: поряд із потребами покупців існують інтереси суспільства, які усвідомлюються і приймаються покупцями; успішність підприємства залежить від громадської думки, яка формується як результат відношення підприємства до інтересів суспільства; споживачі за інших рівних умов віддають перевагу товарам, які виробляє компанія, що враховує інтереси суспільства. Вперше цей термін з'явився в 1971 році, коли один із авторитетних теоретиків маркетингу Ф. Котлер обґрунтував необхідність застосування соціального маркетингу (СМ) для стійкого розвитку компанії.

Соціальний маркетинг – розроблення і реалізація програм, спрямованих на підвищення рівня сприйняття соціальних проблем і ідей з метою поліпшення здоров'я громадян, підвищення рівня безпеки, захисту навколишнього середовища тощо. Застосування концепції соціального маркетингу передбачає, що:

– поряд із потребами покупців існують інтереси суспільства, які усвідомлюються і приймаються покупцями;

– успішність підприємства залежить від громадської думки, яка формується як результат відношення підприємства до інтересів суспільства;

– споживачі за інших рівних умов віддають перевагу товарам, які виробляє компанія, що враховує інтереси суспільства.

Поширення ідей соціального маркетингу породило цілу низку нових визначень: соціально-етичний, соціально орієнтований, соціально відповідальний, громадський, благодійний і некомерційний маркетинг. При цьому нерідко ці поняття вживаються як синоніми. Спочатку соціальний маркетинг був орієнтований на переконання людей займатися спортом, правильно харчуватися, кинути палити, вступати до лав донорів тощо. Нині під терміном «соціальний маркетинг» також розуміють діяльність компанії, яка спрямована на одночасне просування бренду і соціальних цінностей. Основним інструментом соціального маркетингу для комерційного сектору є стимулювання збуту. Компанії зобов'язуються виплачувати певний відсоток від продажів конкретного товару на користь вибраної доброї справи. Як правило, такі ініціативи розраховані на певний час. Слід мати на увазі, що застосування інструментів соціального маркетингу залежить від особливостей ринкової моделі і споживчої поведінки громадян тієї чи іншої країни, економічних і законодавчих аспектів тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, розглянуті нами напрями зовнішньої форми корпоративної соціальної відповідальності є актуальними для суб'єктів господарювання, які прагнуть бути конкурентоспроможними на ринку. Адже вони діють у спільнотах людей – невеликих, місцевих, регіональних, національних і глобальних. Найважливіший внесок, який вони можуть зробити на місцевому рівні, це забезпечення населення робочими місцями, справедливою заробітною платою, пільгами, соціальними програмами тощо. Успіх підприємства залежить і від здорового, процвітаючого суспільства і спільнот людей, в яких воно функціонує. Традиційна практика благодійності та філантропії компанії поступово відходить у минуле. Провідні компанії світу поступово виходять за межі «класичної філантропії» – грошової та товарної допомоги від компанії благодійним, культурним, соціальним організаціям. Новий підхід визначається як політика участі в житті суспільства, його проблемах. Продумана політика корпоративної соціальної відповідальності компанії, як доводить практика, має свої переваги, зокрема це: покращення фінансових показників, скорочення операційних витрат, покращення іміджу та репутації брендів, підвищення продажів та лояльність споживачів, зниження плинності кадрів, підвищення лояльності персоналу і мотивації працівників, скорочення тиску з боку перевіряючих органів та багато інших переваг суб'єкта господарювання та вигод суспільства загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лагута Я.М. Стандарти та ініціативи корпоративної соціальної відповідальності : монографія / за ред. проф. Г. М. Тарасюк. Житомир : ЖДТУ, 2016. 448 с.

2. Охріменко О.О. Соціальна відповідальність. 2015. URL: http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf (дата звернення 22.02.2020).

3. Петрашко Л. Корпоративна соціальна відповідальність в бізнес-практиці. 2011. URL: http://iepjournal.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf (дата звернення 22.02.2020).

4. Никитина Л.М. Корпоративная социальная ответственность: учебник. Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. 445 с.

5. Лагута Я. М. Розвиток зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності компаній: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 19–20 травня 2017 м. Запоріжжя: ГО, «СІЕУ», 2017. 128 с.

6. Закон України «Про благодійну діяльність та благодійні організації». *Законодавство України*. 2013. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5073-17 (дата звернення 23.02.2020).

REFERENCES:

1. Laguta Ja.M. (2016) *Standarty ta iniciatyvy korporatyvnoi' social'noi' vidpovidal'nosti* [Corporate Social Responsibility Standards and Initiatives]. Zhytomyr: ZhDTU, pp. 406-415.

2. Ohrimenko O. (2015) Social'na vidpovidal'nist': navch. Posibnyk [Social responsibility] Available at: http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Social-na-vidpovidalnist.pdf (accessed 22 February 2020).

3. Petrashko L. (2011) Korporativna social'na vidpovidal'nist' v biznes-praktici [Corporate Social Responsibility in Business Practice] http://iepjournal.com/journals/14-15/2011_6_Petrashko.pdf (accessed 22 February 2020).

4. Nikitina L.M. (2015) *Korporativnaja social'naja otvetstvennost'* [Corporate Social Responsibility]. Rostov-na-Donu: Feniks, 445 p. (in Russian)

5. Laguta Ja.M. (2017) Rozvitok zovnishn'oї korporativnoї social'noї vidpovidal'nosti kompanij [Development of external corporate social responsibility of companies]. *International Scientific and Practical Conference (Zaporozhye, May 19–20, 2017) Zaporozhye: NGO, SIIEU,* pp. 91–94.

6. Zakon Ukrayini «Pro blagodijnu dijal'nist' ta blagodijni organizaciyi» (2013) [Law of Ukraine "On Charity and Charitable Organizations"] Available at: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5073-17 (accessed 23 February 2020).

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

INFORMATION PROVISION OF THE NATURAL RESOURCES USE BY AGRICULTURAL ENTERPRISES AS A COMPONENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY

УДК 330.3:631.95
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-52

Ткаченко В.В.
к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту
Сумський національний аграрний університет
Харченко Т.М.
к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту
Сумський національний аграрний університет

Tkachenko Viktoriia
Sumy National Agrarian University
Kharchenko Tetiana
Sumy National Agrarian University

У статті проаналізовано основи інформаційного забезпечення екологічної відповідальності підприємств в Україні; встановлено елементи інформаційного забезпечення як складника соціальної відповідальності для сільськогосподарських підприємств; обґрунтовано важливість та необхідність їх застосування на практиці; визначено фактори впливу на екологічну безпеку підприємств та оцінено сучасний стан інформаційного забезпечення на законодавчому рівні в Україні. Обґрунтовано необхідність підвищення екологічної соціальної відповідальності з метою запобігання негативному впливу на сільське господарство та економіку загалом. Доведено, що вона має орієнтуватися на врахування таких компонентів, як екологічний аналіз та аудит, екологічний моніторинг, внутрішньогосподарський контроль налагодження соціального діалогу; ділове самовдосконалення, що проявляється у відповідальності за результати праці; підвищення відповідальності під час виконання сільськогосподарських робіт; відкрите надання інформації про діяльність підприємства, що впливає на суспільство, економіку, довкілля.

Ключові слова: *екологічна відповідальність, соціальна відповідальність, екологічний аудит, екологічний моніторинг, екологічний аналіз.*

В статье проанализированы основы информационного обеспечения экологической ответственности предприятий в Украине; установлены элементы информационного обеспечения как составляющей социальной ответственности для сельскохозяйственных предприятий; обоснована важность и необходимость их применения на практике; определены факторы влияния на экологическую безопасность предприятий и оценено нынешнее состояние информационного обеспечения на законодательном уровне в Украине. Обоснована необходимость повышения экологической социальной ответственности с целью предотвращения негативного воздействия на сельское хозяйство и экономику в целом. Доказано, что она должна ориентироваться на такие компоненты, как экологический анализ и аудит, экологический мониторинг, внутрихозяйственный контроль налаживание социального диалога; деловое самосовершенствование, которое проявляется в ответственности за результаты труда; повышение ответственности при выполнении сельскохозяйственных работ; открытое предоставление информации о деятельности предприятия, что влияет на общество, экономику, окружающую среду.

Ключевые слова: *экологическая ответственность, социальная ответственность, экологический аудит, экологический мониторинг, экологический анализ.*

The article analyzes the basics of information support for environmental responsibility of enterprises in Ukraine; elements of information support were established as part of social responsibility for agricultural enterprises; the importance and necessity of their application in practice is substantiated; factors of influence on the environmental safety of enterprises are identified and the current state of information support at the legislative level in Ukraine is assessed. Corporate Social Responsibility (CSR) is the responsibility of an enterprise for its direct and indirect impact on the economic, environmental and social systems in which it is embedded. In short, social responsibility is about taking into account the impact of current decisions on future opportunities. CSR in Ukraine is in its infancy. Social responsibility of Ukrainian companies, especially of agricultural enterprises, is primarily focused on labor relations and measures to protect the health and safety of consumers. Measures to protect natural resources are less common. The theoretical and practical aspects of social responsibility are investigated and the specifics and peculiarities of the development of social responsibility in the agricultural sector are determined. Environmental audit is considered as a system of measures aimed at assessing the environmental impact of the enterprise or its environmental actions. The necessity of increasing environmental social responsibility is justified in order to prevent negative effects on agriculture and the economy as a whole. It is proved that it should focus on such components as environmental analysis and audit, environmental monitoring, on-farm control, establishing a social dialogue; business self-improvement which manifests itself in responsibility for the results of labor; increased responsibility for agricultural work; open provision of information on the activities of the enterprise which affects society, the economy, and the environment. Recommended information tools for social responsibility for the use of natural resources are provided.

Key words: *environmental responsibility, social responsibility, environmental audit, environmental monitoring, environmental analysis.*

Постановка проблеми. Соціально-економічний розвиток XXI століття орієнтований на швидкі темпи економічного зростання та наносить величезну шкоду навколишньому середовищу. Виникає дисбаланс між потребами, які неухильно зростають, та можливостями їх забезпечення. Сьогодні зростає необхідність в інформації про стан природних ресурсів для планування діяльності підприємств та контролю за їх використанням з метою підвищення соціальної відповідальності бізнесу, а тому управління процесом використання природних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами потребує ефективного інформаційного забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впровадження концепції екологічної соціальної відповідальності у діяльність сільськогосподарських підприємств є предметом активних наукових дискусій. Цю проблематику висвітлювали в своїх працях такі науковці, як О. Грішнова,

О. Брінцева, В. Думанська, С. Мельник, Н. Норіцина, Н. Супрун, І. Царик та багато інших вітчизняних та закордонних учених.

Постановка завдання. Нині лише впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності сприяє використанню окремих аспектів екологічної відповідальності в діяльності сільськогосподарських підприємств, які інтенсивно використовують наявні природні ресурси. На підставі здійсненого аналізу необхідно встановити елементи інформаційного забезпечення як складника соціальної відповідальності для сільськогосподарських підприємств, обґрунтувати важливість та необхідність їх застосування на практиці, визначити фактори впливу на екологічну безпеку підприємства та оцінити сучасний стан інформаційного забезпечення на законодавчому рівні в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перехід до сталого розвитку вимагає значних змін в економічній та соціальній сфері в розрізі зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Із розглядом виробничої діяльності постає питання екологічної відповідальності бізнесу за свою діяльність.

Згідно з принципом платності використання природних ресурсів у практиці проведення еколого-економічного аналізу застосовується показник економічного збитку від забруднення та економічної оцінки природних ресурсів.

Вихідними даними для аналізу економічного збитку є:

– інформація про масштаби негативного впливу на навколишнє середовище регіону;

– інформація про стан навколишнього середовища;

– прогноз зміни негативного впливу;

– розрахунок необхідних показників для реалізації програми на основі даних про стан та прогноз соціально-економічних ситуацій в регіоні та інші.

Найважливішим напрямом аналізу для сільськогосподарського підприємства є формування та розподіл прибутку.

Аналіз завжди спирається на систему оціночних показників. Початковими даними при цьому на сільськогосподарському підприємстві є:

– перелік факторів його негативного впливу на навколишнє середовище;

– регіональні цільові орієнтири функціонування щодо рівня впливу на навколишнє середовище із урахуванням перспектив розвитку сільськогосподарського підприємства;

– шляхи досягнення поставлених завдань;

– фінансові ресурси та фактори, які на них впливають.

У проведенні еколого-економічного аналізу зацікавлені як підприємства-природокористувачі, так і органи місцевого самоврядування, які вимагають чіткої організації інформаційного забезпечення. Для повноцінного аналізу необхідно володіти динамікою показників за певний проміжок часу. Інформаційну базу даних необхідно формувати з урахуванням змін, які виявляють прямі та опосередковані зв'язки між явищами для визначення тенденції розвитку. Важливою особливістю інформації є її регіональний характер, оскільки вона призначена для вирішення найважливіших регіональних екологічних проблем.

Раціональне та ефективне управління використанням природних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами потребує накопичення, детального аналізу і систематизації реальних даних щодо їхнього стану. Подальші функції збору, прийняття та передачі накопиченої інформації щодо стану використання природних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами об'єднуються екологічним моніторингом. Спостереження (моніторинг) забезпечує збір, передачу і прийом первинної інформації про стан навколишнього середовища і вплив на нього виробничих об'єктів, населення, природних процесів. Спостереження залежно від призначення, цілей, можливостей системи може бути безперервним, періодичним, епізодичним. Моніторинг передбачає наявність методів і засобів спостереження, джерел інформації, об'єктів і суб'єктів спостереження, каналів передачі, обробки інформації.

Державне регулювання еколого-економічних процесів повинне базуватися на даних екологічного моніторингу [1, с. 112], завданням якого є:

– спостереження за станом біосфери, оцінка та його прогноз;

– визначення ступеня антропогенного впливу на навколишнє середовище;

– виявлення факторів та джерел впливу.

Включення моніторингу до економічного механізму використання природних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами дає змогу встановити кінцеві цілі та результати проведення спостережень, які дозволяють з'ясувати послідовність вирішення поставлених завдань. В Україні державна система екологічного моніторингу контролює: джерела антропогенного впливу на навколишнє середовище, забруднення абіотичної компоненти, біотичної компоненти, створення та функціонування екологічних інформаційних систем.

Ефективність проведення екологічного моніторингу щодо використання природних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами зумовлюється узгодженістю дій відповідних відомчих органів влади, громадських організацій, об'єднань, якщо ця діяльність передбачена статутами відповідно до законодавства.

Отже, на шляху до сталого розвитку екологічна відповідальність бізнесу має стати не просто добровільним заходом, а таким, що підтримується та заохочується державою.

Порівняльна структура та завдання державних органів щодо моніторингу земельних та водних ресурсів наведено у таблиці 1.

Також до інформаційного забезпечення оцінки використання природних ресурсів доцільно віднести екологічний аудит, який передбачає здійснення незалежної кваліфікованої перевірки сільськогосподарської діяльності з метою виявлення негативного впливу на навколишнє середовище, а також пошук шляхів його зниження на навколишнє середовище та здоров'я і життя людини.

Завданням екологічного аудиту використання природних ресурсів є контроль за діяльністю сільськогосподарських підприємств для вирішення екологічних проблем, пов'язаних із відтворенням цих ресурсів.

Основними проблемами, які допомагає вирішувати екологічний аудит у результаті його проведення на підприємстві, є: впровадження екологічно чистих та маловідходних технологій у сільськогосподарське виробництво, поступова відмова від застосування хімічних засобів захисту рослин, протиерозійний захист земельних ресурсів, проведення заходів щодо комплексної меліорації ґрунтів; здійснення переробки сільськогосподарських відходів як засіб зменшення їхнього негативного впливу на сільськогосподарські угіддя; реформування аграрного сектору економіки для збалансування темпів його розвитку з процесами відтворення природних ресурсів та ін.

На думку Т.І. Пізняк [2, с. 146], «необхідно враховувати та інформувати підприємства про систему економічного стимулювання для результативного позиціонування екологічного аудиту як інструменту екологічного менеджменту та частини загальної стратегії економічного розвитку підприємства, яка на різних підприємствах і за різних зовнішніх умов може бути різною: в одних стабілізація фінансового положення, у других – збереження конкурентних позицій на ринку, у третіх – максимізація прибутку, у четвертих – зменшення комерційного ризику тощо».

Потреба у проведенні екологічного аудиту сільськогосподарського землекористування пояснюється таким:

Таблиця 1

Державні інституції, які здійснюють моніторинг земельних і водних ресурсів

Земельні ресурси	Водні ресурси
Кабінет міністрів України	
реалізація державної екологічної політики у сфері використання, охорони та відтворення ресурсів;	
розпорядження земельними та водними об'єктами;	
державний контроль за використанням природних ресурсів;	
визначення пріоритетів використання;	
розроблення державних програм з охорони земельних та водних ресурсів;	
організація та координація роботи з ліквідації стихійних лих та ін.	
Міністерство охорони навколишнього природного середовища України	
комплексне управління та координація державної діяльності в галузі охорони навколишнього середовища;	
раціональне використання, відтворення та охорона природних ресурсів (крім надр);	
забезпечення регулювання екологічної, радіаційної безпеки;	
формування національної екологічної мережі;	
затвердження або погодження лімітів використання природних ресурсів загальнодержавного значення;	
видача дозволів на здійснення деяких видів спеціального природокористування та викидів і скидів забруднюючих речовин;	
проведення екологічної експертизи	
Міністерство екології та природних ресурсів України:	
комплексне управління, державний контроль за використанням і охороною природних ресурсів;	
організація та проведення державного моніторингу ресурсів;	
розробка та затвердження нормативів і правил;	
міжнародне співробітництво;	
організаційно-економічні заходи щодо охорони і раціонального відтворення ресурсів	
Державна служба України з питань геодезії, картографії та кадастру	***Державне агентство водних ресурсів України***
управління земельним фондом (ведення державного земельного кадастру і обліку земель);	розробка та встановлення режимів роботи водосховищ;
планування використання і охорони земель;	забезпечення потреб населення;
здійснення землеустрою;	ведення державного обліку водокористування та водного кадастру;
координація проведення земельної реформи;	охорона вод від забруднення та засмічення
державна реєстрація прав на землю та видачу відповідних документів	попередження шкідливих дій водних лих та ліквідація їх наслідків

– погіршення стану зовнішнього середовища висуває додаткові вимоги до здійснення менеджменту сільськогосподарських підприємств;

– зниження агроекологічного потенціалу земель сільськогосподарського призначення;

– необхідність стеження сільськогосподарськими підприємствами за змінами зовнішнього середовища;

– розроблення системи заходів із забезпечення адаптації сільськогосподарських підприємств та уникнення екологічних і фінансових кризових ситуацій;

– необхідність постійного аналізу зовнішніх та внутрішніх чинників, які впливають на діяльність підприємства;

– посилення системи менеджменту підприємства, що потребують додаткових механізмів управління всередині системи менеджменту;

– інформатизація економіки за недостатності еколого-аналітичної інформації на сільськогосподарських підприємствах, що потребує спеціальної системи інформаційного екологічно орієнтованого забезпечення управління;

– спроба синтезувати, інтегрувати різні аспекти галузей знань та діяльності людини для формування конкурентних переваг на ринку та додаткового прибутку.

Отже, екологічний аудит спрямований на здійснення ефективного управління сільськогосподарським підприємством через наявність необхідного організаційного та методичного забезпечення.

Серед багатьох видів контролю важливе місце займає внутрішньогосподарський контроль, який скорочує витрати на проведення зовнішнього аудиту і сприяє розвитку сільськогосподарського підприємства через створення управлінської та інформаційної системи, яка знижує імовірність отримання недостовірної інформації. Від якості отриманої інформації залежить ефективність проведення управлінських рішень. Контроль необхідний як за безпосередніми змінами стану природних ресурсів, так і за їх змінами, які викликані антропогенними факторами, включаючи аграрне навантаження на навколишнє середовище.

Регулювання використання природних ресурсів на регіональному рівні має забезпечуватися еколого-економічним паспортом території, в якому відображаються найважливіші питання та проблеми регіону. До особливостей розроблення еколого-економічного паспорту території відноситься введення до його складу таблиць, які відображають негативні наслідки впливу як на сам природний ресурс, так і на стан навколишнього середовища загалом. Їх включення необхідне під час переходу до економічного регулювання використання природних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами, яке базується на принципі відшкодування збитку від антропогенного впливу.

Еколого-економічний паспорт являє собою документ, який визначає основи економічного регулювання використання природних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами, а також відображає взаємодію підприємства з територіальним органом влади. Еколого-економічний паспорт є корисним документом насамперед на самому об’єкті паспортизації (сільськогосподарське підприємство), бо дає змогу вирішувати внутрішні екологічні проблеми. Він враховує інтереси сільськогосподарських підприємств, їхніх виробничих підрозділів, окремих осіб, відображає суспільну думку, дає змогу більш обґрунтовано підійти до вирішення певних завдань та оперативно реагувати на непередбачувані обставини шляхом внесення змін та доповнень, а головне – спрямований на покращення навколишнього середовища, поєднання екологічних та економічних цілей розвитку підприємства.

Сучасна паспортизація природних ресурсів у сільському господарстві включає лише їхні агрохімічні характеристики і потребує удосконалення, зокрема накопичення достовірної інформації щодо правових аспектів, кількісної та якісної характеристики, економічної та грошової оцінки природних ресурсів тощо.

Пропонуємо структуру паспорта території, яка складається з таких блоків, як: інформаційний, організаційно-економічний, проблемно-цільовий.

Інформаційний блок поєднує в собі систему еколого-економічних параметрів та значення необхідних показників, які щорічно фіксуються. Блок безпосередньо включає загальну характеристику регіону; розрахункові дані синтетичних, інтегральних, відносних показників, які відображають виробничо-екологічне спрямування діяльності сільськогосподарського підприємства; характеристику споживання та використання окремих видів природних ресурсів, виробничих відходів тощо.

Початковими даними для формування інформаційного блоку можуть слугувати результати екологічного моніторингу, метеорологічних спостережень, обстеження джерел забруднення та їх паспортизація.

Організаційно-економічний блок екологічного паспорту території повинен містити інформацію про економіко-правові умови функціонування сільськогосподарських підприємств (податкові правила, пільги, платежі та механізм їх здійснення, рух доходів та видатків екологічного фонду тощо); показники економічної оцінки ситуації, яка склалася в цьому регіоні (економічна оцінка наявних природних ресурсів, а також визначення збитку від негативного впливу на стан навколишнього середовища); дані про організаційну структуру, яка була створена для вирішення поставлених завдань. Основними у складі організаційно-економічного блоку паспорту є:

– вартісна оцінка виробничо-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств та їх впливу на стан навколишнього середовища;

– основні показники фінансово-економічної діяльності сільськогосподарських та інших підприємств, установ, організацій регіону.

Проблемно-цільовий блок паспорту необхідний для проведення оцінки та групування екологічних проблем у регіоні за ступенем їхньої значущості. У ньому доцільно відображати оперативні та стратегічні цілі, заходи для реалізації поставлених завдань, узгодження фінансової та ресурсної бази. Визначеність з цілями здійснюється на підставі результатів аналізу та експертизи з розширеним обговоренням. Другу частину розділу становить безпосередньо сама програма та її фінансово-ресурсне забезпечення.

На думку науковців [3, с. 167], в основі розроблення екологічного паспорту мають лежати особливості діяльності сільськогосподарських підприємств, їхня галузева структура. Запропоновано основні положення, які необхідно відображати в екологічному паспорті сільськогосподарського підприємства:

– під час визначення збитку від забруднення навколишнього середовища необхідно вказувати фактичний негативний вплив від діяльності сільськогосподарського підприємства на земельні, водні, повітряні ресурси;

– під час оцінки зазначених збитків враховуються гранично допустимі норми концентрації шкідливих речовин;

– доповнити наявні агрохімічні характеристики паспорту показниками бонітетної оцінки ґрунтів, нормативної грошової оцінки.

Доцільно не лише встановлювати факт наявності деградованих та малопродуктивних земель, а й розробляти заходи щодо їх відтворення; чітко визначати місця та обсяги утилізації сільськогосподарських відходів із встановленням рівня їхньої небезпечності.

Створення ефективної системи землекористування є метою земельної реформи, одним з невід'ємних елементів якої повинен стати дієвий механізм державного регулювання земельних відносин.

Закони є основним джерелом земельного права України. Конституцією України [5] передбачено, що найважливіші екологічні, у т.ч. земельні відносини, зокрема засади використання природних ресурсів, виключної (морської) економічної зони, континентального шельфу, а також відносини екологічної безпеки повинні регулюватися виключно законами. Конституція України визначає основи діяльності й компетенцію органів державної влади та органів місцевого самоврядування у галузі регулювання земельних відносин .

Земельний кодекс України є законодавчим актом, який конкретизує основні положення Конституції України. У загальних положеннях Кодексу [6] визначаються завдання і принципи земельного законодавства, коло відносин, які ним регулюються. Він визначає компетенцію органів державної влади та органів місцевого самоврядування в галузі земельних відносин, правове регулювання набуття і реалізації прав на землю, державне управління в галузі використання та охорони земель й інших земельних прав.

До підзаконних нормативно-правових актів як джерел земельного права України належать Укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України, нормативно-правові акти міністерств і відомств, рішення місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування.

Отже, створення ефективної системи інформаційного забезпечення використання природних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами потребує вирішення завдань оптимізації економіко-організаційних структур обробки інформації.

Висновки з проведеного дослідження. Відповідальне ставлення до природи сьогодні є запорукою існування людства у майбутньому. Концепція екологічно відповідального бізнесу в Україні лише зароджується, хоча в західних країнах вона вже перебуває у стадії розквіту.

Основними перешкодами становлення екологічної відповідальності в Україні є недосконале екологічне законодавство, відсутність належної системи екологічної стандартизації та сертифікації, повільний розвиток інститутів екологічного безпечного виробництва, низький рівень культури екологічного споживання. Поширення екологічних знань та інформування про можливі шляхи зменшення шкоди природі на всіх рівнях управління допоможуть сформувати дбайливе ставлення до природи, навчити громадян та бізнес відповідати за свої дії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бобылев С.Н. Экономика природопользования : учебник. Москва: ИНФА-М, 2004. 501с.

2. Пізняк Т.І. Організаційно-економічний механізм формування системи екологічного аудиту сільськогосподарського землекористування. *Вісник СНАУ. Сер.Фінанси і кредит*. 2007. № 2(23). С. 144–149.

3. Данилишин Б.М. Оцінка техніко-економічного стану об'єктів інфраструктури та виробничих фондів України : монографія / Б.М.Данилишин, М.А. Хвесик, М.Х.Корецький, О.І. Дацій. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. 375 с.

4. Євдокимова М.О. Економіко-екологічна оцінка земельних ресурсів сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНАУ. Сер.Економіка АПК та природокористування*. 2004. Вип. 4. С. 48–52.

5. Конституція України : Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР / Верховна Рада

України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 29.02.2020).

6. Земельний кодекс України : Закон України від 25.10.2001р. № 2768-III / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14 (дата звернення: 01.03.2020).

REFERENCES:

1. Bobilev S.N. (2004) Ekonomyka pryrodopolzovanyia [Environmental economics]. Moscow: YNFA-M. (in Russian)

2. Pizniak T.I. (2007) Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm formuvannia systemy ekolohichnoho audytu silskohospodarskoho zemlekorystuvannia [Organizational and economic mechanism of formation of the system of ecological audit of agricultural land use]. SNAU Bulletin. Ser. Finance and Credit. Pp. 144–149.

3. Danilishin B.M. (2008) Otsinka tekhniko-ekonomichnoho stanu obiektiv infrastruktury ta vyrobnychykh fondiv Ukrainy [Assessment of the technical and economic state of infrastructure and production facilities in Ukraine] (in Ukrainian)

4. Yevdokymova M.O. (2004) Ekonomiko-ekolohichna otsinka zemelnykh resursiv silskohospodarskykh pidpryiemstv [Economic and ecological assessment of land resources of agricultural enterprises]. KhNAU Bulletin. Ser. Economics of agroindustrial complex and nature management. pp. 48–52.

5. Constitution of Ukraine : Law of Ukraine of June 28, 1996 No. 254k / 96-BP / The Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80 (accessed 29 February 2020).

6. Land Code of Ukraine : Law of Ukraine of 25.10.2001. No. 2768-III / The Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14 (accessed 01 March 2020).

КОНТРОЛЬ УРОВНЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ
ENTERPRISE IMAGE LEVEL CONTROL

УДК 339.138
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-53

Фёдорова В.А.
к.э.н., доцент,
доцент кафедры экономики
и предпринимательства
Харьковский национальный
автомобильно-дорожный университет

Fedorova Viktoriya
Kharkov National Automobile and
Highway University

В статье усовершенствован процесс контроля уровня имиджа предприятия на основе использования метода системного анализа и процессного подхода. Предложенный процесс состоит из семи этапов: измерение фактического уровня имиджа предприятия; определение планового уровня имиджа предприятия; сравнение фактического уровня с плановым; анализ составляющих имиджа предприятия: определение тех из них, которые подлежат корректировке, а также обоснование мероприятий для достижения планового уровня внешнего (внутреннего) имиджа предприятия; теоретический расчет уровня имиджа предприятия и его составляющих при условии внедрения обоснованных мероприятий; сравнение теоретического уровня внешнего (внутреннего) имиджа предприятия с плановым; реализация обоснованных мероприятий. Данный процесс позволяет учитывать влияние отдельных элементов комплекса маркетинга и внедряемых мероприятий на обобщенный уровень имиджа предприятия с использованием метода цепных подстановок; прогнозировать уровень имиджа в плановом периоде.

Ключевые слова: *имидж предприятия; процесс; контроль уровня имиджа; элементы комплекса маркетинга; метод цепных подстановок.*

У статті удосконалено процес контролю рівня іміджу підприємства на основі використання методу системного аналізу та процесного підходу. Запропонований процес складається з семи етапів: вимірювання фактичного рівня іміджу підприємства; визначення планового рівня іміджу підприємства; порівняння фактичного рівня із плановим; аналіз складників іміджу підприємства: визначення тих із них, які підлягають коригуванню, а також обґрунтування заходів для досягнення планового рівня зовнішнього (внутрішнього) іміджу підприємства; теоретичний розрахунок рівня іміджу підприємства і його складників за умови впровадження обґрунтованих заходів; порівняння теоретичного рівня зовнішнього (внутрішнього) іміджу підприємства із плановим; реалізація обґрунтованих заходів. Цей процес дає змогу враховувати вплив окремих елементів комплексу маркетингу і впроваджуваних заходів на узагальнений рівень іміджу підприємства з використанням методу ланцюгових підстановок; прогнозувати рівень іміджу в плановому періоді.

Ключові слова: *імідж підприємства; процес; контроль рівня іміджу; елементи комплексу маркетингу; метод ланцюгових підстановок.*

The article is dedicated to issues of the control of organization image level. The main purpose is to the improvement of the process as to the control of organization image level applying the method of system analysis and process approach. It is proposed to consider the control of organization image level as a management process by which the organization ensures the achievement of goals for the formation, improvement and maintenance of organization image at the achieved level by taking into account and assessing the compliance of the planned values of the indicators with the actual elements of the marketing mix and taking appropriate actions to eliminate identified inconsistencies. The suggested process includes seven stages, they are: measurement of the actual level of the external (or internal) organization image; identification of the planned level of the external (or internal) organization image; comparison of the actual level with the planned one; analysis of the components of the external (or internal) organization image: determination of those that are subject to adjustment; identification of measures contributing to the achievement of planned level of the external (internal) organization image; theoretical calculation of the organization image level and its components after the implementation of identified measures; comparison of the theoretical level of the external (internal) organization image with the planned one; implementation of the selected measures. This process allows foreseen the influence of each marketing mix elements separately as well as the influence of implemented measures on the generalized organization image level (external and internal). It is based on the use of the chain substitution method and allows predicting the image level in the planning period based on the results of previous periods. Knowledge of the sequence and content of the image level control stages will allow a company to timely identify inconsistencies between its planned and actual indicators, adjust the process of the image formation, improve and maintain the image at the achieved level, as well as implement effective measures to achieve the planned results.

Key words: *enterprise image; process; image level control; marketing mix elements; chain substitution method.*

Постановка проблемы. В современных нестабильных условиях необходимым условием успешного формирования, улучшения и поддержания имиджа предприятия на достигнутом уровне является систематическое осуществление контроля его уровня. Это позволяет предприятию своевременно выявлять отклонения фактического уровня имиджа (как внешнего, так и внутреннего) от планового, а также отслеживать ход выполнения внедряемых мероприятий. Эффективность контроля предполагает знание процесса его выполнения. В связи с этим возникает задача обоснования содержания и последовательности работ при контроле уровня имиджа предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Несмотря на возрастающую значимость проведения контроля уровня имиджа предприятия в современных условиях, рекомендации по его реализации не нашли достаточного отражения в литературных источниках. Большинство авторов просто указывает на необходимость контроля, а также на каком этапе его следует проводить. Так, например, И.В. Алешина [1] отмечает, что «успешный процесс формирования имиджа требует управления (планирования, организации, контроля)». В.Д. Шкардун и Т.М. Ахтямов [2] считают, что контроль достигаемых результатов необходимо проводить после разработки и реализации плана мероприятий по формированию позитивного имиджа предприятия в сознании целевых групп. Данной точки зрения придерживаются и И.В. Федотова, В.Е. Алюкаева [3, с. 68].

По мнению А.О. Блинова и В.Я. Захарова [4], контроль уровня имиджа заключается в повторном его измерении после реализации программы построения имиджа. Их мнение поддерживают также Т.Б. Семенчук, Н.А. Басараб [5, с. 475], утверждая, что после реализации разработанного плана необходимо осуществлять оценку сформированного имиджа.

В то же время Б. Джи [6] отделяет оценку имиджа от контроля реализации программы. По его мнению, сначала проводится оценка имиджа предприятия, а далее осуществляется контроль.

Р.Р. Горчакова [7] считает, что каждый из этапов формирования имиджа предприятия должен сопровождаться специально созданной системой контроля. При этом «система контроля должна работать по принципу непрерывности на каждом этапе» [7, с. 190].

Однако в указанных выше источниках [1–7] не конкретизируются этапы контроля уровня имиджа, а также не раскрывается их содержание.

Лишь в работе Л.В. Чубуковой [8] дается общий перечень работ, входящих в контроль. К таким работам исследователь относит «оценку результатов реализации имидж-стратегии, анализ причин отклонений полученных результатов от запланированных, проведение корректирующих действий» [8, с. 20]. В то же время не приводятся рекомендации относительно того, каким образом реализовать данные виды работ.

Таким образом, в литературных источниках исследователи указывают на необходимость осуществления контроля уровня имиджа предприятия, а также на каком этапе его проводить. Однако при этом не раскрывается содержание и последовательность работ при контроле уровня имиджа предприятия.

Постановка задачи. На основе использования метода системного анализа и процессного подхода обосновать основные этапы контроля уровня имиджа предприятия, а также уточнить их содержание.

Изложение основного материала исследования. На основе представленных в литературе определений контроля [9–12] можно сделать вывод, что он заключается в установлении желаемого состояния объекта (стандартов), оценке фактических результатов деятельности, определении отклонений путем сопоставления фактического и желаемого состояния объекта контроля, а также внедрении корректирующих мероприятий в случае существенности отклонений.

Исходя из этого, предлагается под контролем уровня имиджа предприятия понимать процесс менеджмента, с помощью которого предприятие обеспечивает достижение целей по формированию, совершенствованию и поддержанию имиджа предприятия на достигнутом уровне путем учета и оценки соответствия запланированных значений показателей фактическим по элементам комплекса маркетинга и принятия соответствующих действий по устранению выявленных несоответствий. Представленное определение контроля уровня имиджа предприятия позволяет установить цели контроля (формирование, улучшение и поддержание имиджа предприятия путем учета и оценки соответствия запланированных показателей) и определить его объект (элементы комплекса маркетинга).

Учитывая предложенное содержание контроля уровня имиджа предприятия, основными его задачами являются: определение планового уровня показателей имиджа по элементам комплекса маркетинга, измерение фактического их уровня, сравнение фактических значений показателей с плановыми, а также корректировка мероприятий по созданию, улучшению или поддержанию имиджа на достигнутом уровне. В соответствии с этим при формировании процесса контроля необходимо учитывать следующее:

– во-первых, контроль должен осуществляться не только по основным показателям (обобщенному уровню внешнего и внутреннего имиджа предприятия – ВИП и $В_н$ИП), но и позволять осуществлять мониторинг изменения уровня имиджа по его отдельным составляющим (элементам комплекса маркетинга, а также их показателям);

– во-вторых, контроль должен позволять планировать все элементы и их показатели на основе опыта, полученного от внедрения запланированных мероприятий;

– в-третьих, контроль должен предусматривать корректировку внедряемых мероприятий.

Для выполнения вышеуказанных задач предлагается использовать разработанный процесс контроля уровня имиджа предприятия (рис. 1).

Предлагаемый процесс позволяет поддерживать показатель ВИП ($В_н$ИП) на запланированном уровне за счет сравнения теоретических и фактических данных, а также расчета влияния отдельных составляющих (элементов комплекса маркетинга и их показателей) на обобщенный уровень ВИП ($В_н$ИП). Для определения плановых значений показателей, к достижению которых стремится предприятие, на первом этапе осуществляется измерение фактического уровня ВИП и $В_н$ИП.

На втором этапе определяется плановый уровень ВИП ($В_н$ИП). В зависимости от поставленных целей руководство предприятия задает величину повышения фактического уровня имиджа предприятия либо же ставит задачу поддержания его на достигнутом уровне.

В период выхода предприятия на рынок планирование может осуществляться только на основе теоретических и практических знаний и умений руководителей предприятия или ответственных

за формирование имиджа лиц. То есть запланированные показатели будут иметь теоретический характер и предусматривать применение экспертно-оценочного или эвристического методов планирования.

Планирование показателей в последующих периодах может быть осуществлено на основе уже полученного опыта и с учетом предыдущих замеров показателей и их изменения, а также их степени влияния на общие показатели уровня привлекательности предприятия как работодателя на внешнем и внутреннем рынках труда. То есть планирование показателей будет носить эмпирический характер и предусматривать непосредственное применение метода цепных подстановок.

В связи с этим на данном этапе процесса контроля уровня имиджа предприятия рассчитывается плановый его уровень с учетом внедренных мероприятий:

$$\text{ВИП}_{\text{пл}}(\text{В}_{\text{н}}\text{ИП}_{\text{пл}}) = \text{ВИП}_{\text{б}}(\text{В}_{\text{н}}\text{ИП}_{\text{б}}) \cdot J^{P}_{\text{пл}}, \quad (1)$$

где $\text{ВИП}_{\text{пл}}(\text{В}_{\text{н}}\text{ИП}_{\text{пл}})$ – плановый уровень внешнего (внутреннего) имиджа предприятия;

$\text{ВИП}_{\text{б}}(\text{В}_{\text{н}}\text{ИП}_{\text{б}})$ – уровень внешнего (внутреннего) имиджа предприятия в базовом периоде;

$J^{P}_{\text{пл}}$ – индекс влияния уровня имиджа по элементам комплекса маркетинга (P_i) на обобщенный уровень имиджа предприятия.

Учитывая значения показателей предыдущих периодов, индексы влияния уровня имиджа по элементам комплекса маркетинга рассчитываются таким образом:

$$J^{P}_{\text{пл}} = \frac{P'_i}{P_i}, \quad (2)$$

где P'_i – уровень имиджа по элементам комплекса маркетинга в отчетном периоде;

P_i – уровень имиджа по элементам комплекса маркетинга в предыдущем периоде;

i – элемент комплекса маркетинга (от 1 до 7).

При этом согласно методу цепных подстановок индекс влияния уровня имиджа по элементам комплекса маркетинга на обобщенный уровень имиджа предприятия (ВИП и $\text{В}_{\text{н}}$ИП) будет зависеть от количества и порядка внедрения мероприятий по каждому элементу комплекса маркетинга.

На третьем этапе процесса контроля предусмотрено сравнение фактического уровня имиджа предприятия (внешнего и внутреннего) с запланированным:

$$\Delta\text{ВИП}(\Delta\text{В}_{\text{н}}\text{ИП}) = \text{ВИП}_{\text{факт}}(\text{В}_{\text{н}}\text{ИП}_{\text{факт}}) - \\ - \text{ВИП}_{\text{пл}}(\text{В}_{\text{н}}\text{ИП}_{\text{пл}}). \quad (3)$$

Причем сбор данных в текущем периоде предусмотрен таким же образом, как и в предыдущем – путем повторной оценки имиджа предприятия среди тех же целевых аудиторий.

При обнаружении отклонений на четвертом этапе каждый из показателей имиджа разбивается по элементам, уровень оценки которых также сравнивается с запланированным:

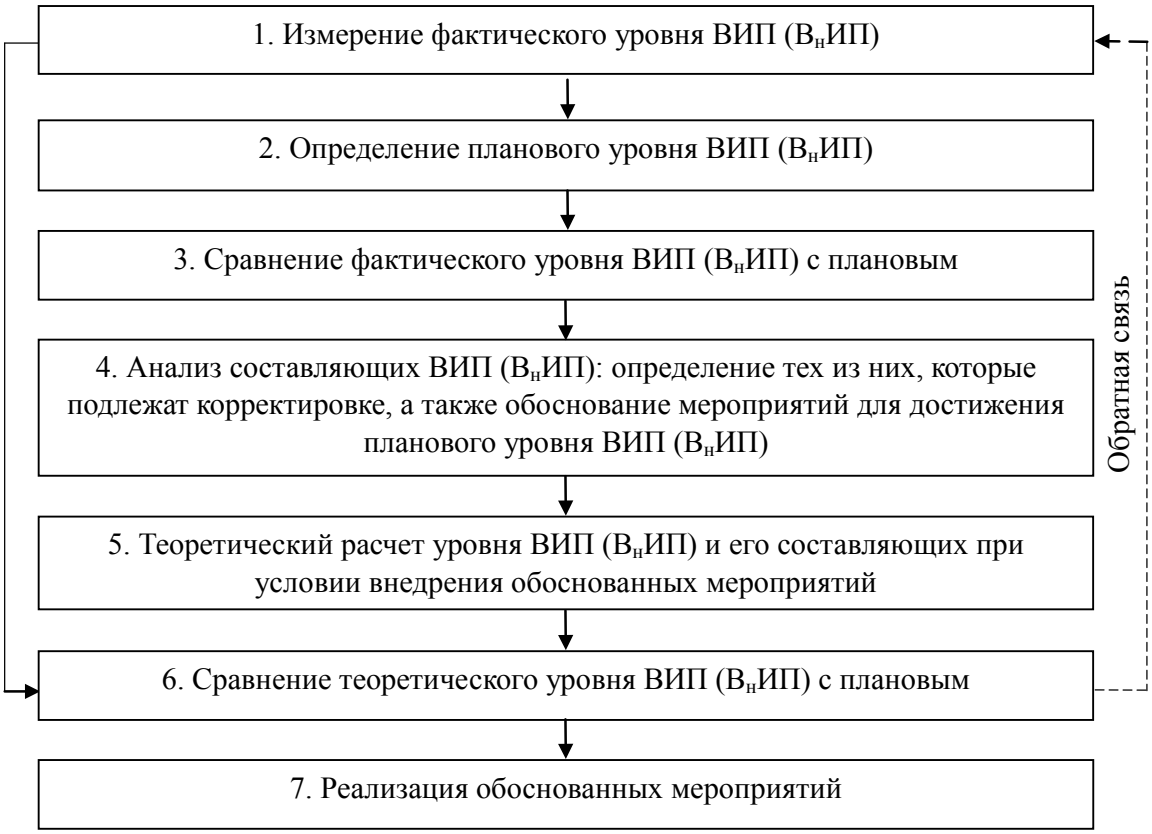


Рис. 1. Процесс контроля уровня имиджа предприятия

$$\Delta P_i = P_{i\,(факт)} - P_{i\,(пл)}. \quad (4)$$

Осуществляется анализ полученных результатов, текущее состояние запланированных в предыдущем периоде мероприятий, определяются те из них, кооторые подлежат корректировке. При этом выбор (корректировка) мероприятий осуществляется с учетом предыдущих теоретических расчетов (при условии их наличия) [13, с. 200].

На пятом этапе осуществляется новый теоретический расчет ВИП ($В_н$ИП) и его составляющих при условии внедрения обоснованного перечня мероприятий. После чего на шестом этапе новый уровень теоретического показателя сравнивается с запланированным.

На седьмом этапе в случае удовлетворения нового теоретического уровня показателя запланированному (выбранному руководством) на предприятии внедряются обоснованные мероприятия.

Выводы из проведенного исследования. Таким образом, усовершенствован процесс контроля уровня имиджа предприятия. Данный процесс позволяет учитывать влияние отдельных элементов комплекса маркетинга и мероприятий на обобщенный уровень имиджа предприятия (внешний и внутренний) с использованием метода цепных подстановок; позволяет прогнозировать уровень имиджа в плановом периоде на основе результатов предыдущих периодов. Это, в свою очередь, позволит осуществлять корректировку процесса формирования имиджа и внедрять эффективные меры для достижения запланированных результатов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Алешина И.В. Корпоративный имидж: стратегический аспект. *Маркетинг в России и за рубежом*. 1998. № 1. С. 44–50.

2. Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2001. № 3. С. 68–77.

3. Федотова И.В., Алюкаева В.Е. Процесс формирования имиджа автотранспортного предприятия. *Економіка транспортного комплексу*: зб. наук. праць. Вип. 17. Х. : ХНАДУ, 2011. С. 62–74.

4. Блинов А.О., Захаров В.Я. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2003. №4. С. 35–44.

5. Семенчук Т.Б., Басараб Н.А. Формування іміджу підприємства. *Економіка і суспільство*. Випуск № 7. 2016. С. 473–477.

6. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение. М. : «Центр», 1999. 273 с.

7. Горчакова Р.Р. Особенности формирования корпоративного имиджа. *Известия высших учебных заведений*. *Поволжский регион*. 2012. № 2 (22). С. 185–192.

8. Чубукова Л.В. Стратегическое управление имиджем промышленного предприятия в условиях конкуренции: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. эк. наук: 08.00.05. Ижевск, 2007. 21 с.

9. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента; пер. с англ. М.: Дело, 1999. 800 с.

10. Мартыненко Н.М. Основы менеджмента: учебник. К.: Каравелла, 2003. 496 с.

11. Гірняк О.М., Нечаєв В.П., Лазановський П.П. Менеджмент: підручник для студентів вищих закладів освіти. Львів: Магнолія плюс, 2005. 352 с.

12. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. К.: Лібра, 2004. 712 с.

13. Федорова В.А. Обоснование мероприятий по улучшению имиджа предприятия. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2018. № 21. С. 199–210.

REFERENCES:

1. Aleshina, I.V. (1998), Corporate image: strategic aspect [Korporativnyy imidzh: strategicheskiy aspect]. *Marketing in Russia and abroad*. No 1. P. 44–50.

2. Shkardun, V.D., Akhtyamov, T.M. (2001), Assessment and formation of the enterprise corporate image [Ocenka i formirovanie korporativnogo imidzha predprijatija]. *Marketing in Russia and abroad*. No 3. P. 68–77.

3. Fedotova, I.V., Alyukaeva, V.E. (2011), The process of motor transport enterprise image building [Process formirovanija imidzha avtotransportnogo predprijatija]. *Economy of a transport complex.* Issue No. 17. Kh.: KHNADU, P. 62–74.

4. Blinov, A.O., Zakharov, V.Ya. (2003), The organization image as a factor in its competitiveness [Imidzh organizacii kak factor ee konkurentosposobnosti]. *Management in Russia and abroad*. No. 4. P. 35–44.

5. Semenchuk, T.B., Basarab, N.A. (2016), Formation of enterprise image [Formuvannia imidzhu pidpryiemstva]. *Economy and society*. Issue No. 7. P. 473–477.

6. Gee, B. (1999), *The company image: planning, formation, promotion* [*Imidzh firmy: planirovanie, formirovanie, prodvizhenie*]. M.: “Center”, 273 p.

7. Gorchakova, R.R. (2012), Features of the corporate image formation [Osobennosti formirovanija korporativnogo imidzha]. *News of higher educational institutions. Volga region*. No. 2 (22). P. 185–192.

8. Chubukova, L.V. (2007), *Strategic image management of an industrial enterprise in a competitive environment* [*Strategicheskoe upravlenie imidzhem promyshlennogo predpriyatiya v usloviyakh konkurentsii*]: abstract of the dissertation for the degree of candidate of economic sciences: 08.00.05. Izhevsk. 21 p.

9. Meskon, M.Kh., Al'bert, M., Khedouri, F. (1999), *Management basics* [*Osnovy menedzhmenta*]. M.: Delo. 800 p.

10. Martynenko, N.M. (2003), *Management basics* [*Osnovy menedzhmenta*]: textbook. K.: Karavella. 496 p.

11. Hirniak, O.M., Nechaiev, V.P., Lazanovskyi, P.P. (2005), *Management* [*Menedzhment*]: a textbook for students of higher education institutions. Lviv: Magnolia plus. 352 p.

12. Harkavenko, S.S. (2004), *Marketing* [*Marketynh*]: textbook. K.: Libra. 712 p.

13. Fedorova, V.A. (2018), Rationale for measures to improve the company image [Obosnovanie meropriyatiy po uluchsheniyu imidzha predpriyatiya]. *Problems and prospects of entrepreneurship development.* No. 21. P. 199–210.

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

INNOVATIVENESS AND FORMATION OF INNOVATIVE STRATEGY OF ENTERPRISES

УДК 338.24:658
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-54

Хромушина Л.А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Сумський національний аграрний університет

Khromushyna Lyudmyla
Sumy National Agrarian University

Статтю присвячено актуальним питанням інноваційної активності та діяльності, інноваційного розвитку, а також формування інноваційної стратегії вітчизняних підприємств у контексті стратегічного управління. Проведено узагальнення змісту, ролі та значимості формування інноваційної стратегії на основі сучасних підходів до процесу стратегічного управління підприємством. Проаналізовано поточний стан і проведено оцінку рівня інноваційної активності та інноваційної діяльності промислових підприємств України. З'ясовано загальні аспекти фінансування інноваційної діяльності підприємств; визначено структуру витрат на інновації за напрямами інноваційної діяльності. Окреслено основні проблеми інноваційності та інноваційного розвитку вітчизняних підприємств. Обґрунтовано рекомендації щодо формування інноваційної стратегії підприємств у вигляді «стратегічного портфеля» у контексті стратегічного управління.

Ключові слова: *інноваційність, інноваційна активність, інноваційна діяльність, інноваційна стратегія, інноваційний розвиток підприємства.*

Статья посвящена актуальным вопросам инновационной активности и деятельности, инновационного развития, а также формирования инновационной стратегии отечественных предприятий в контексте стратегического управления. Проведено обобщение содержания, роли и значимости формирования инновационной стратегии на основе современных подходов к процессу стратегического управления предприятием. Проанализировано текущее состояние и проведена оценка уровня инновационной активности и инновационной деятельности промышленных предприятий Украины. Выяснены общие аспекты финансирования инновационной деятельности предприятий; определена структура расходов на инновации по направлениям инновационной деятельности. Определены основные проблемы инновационности и инновационного развития отечественных предприятий. Обоснованы рекомендации по формированию инновационной стратегии предприятий в виде «стратегического портфеля» в контексте стратегического управления.

Ключевые слова: *инновационность, инновационная активность, инновационная деятельность, инновационная стратегия, инновационное развитие предприятия.*

The article is devoted to current issues of the current state of innovative activity, innovative activity, innovative development, as well as the process of forming the innovative strategy of domestic enterprises in the context of the strategic management process. The article summarizes the nature, content, role, as well as the importance of the innovative orientation of enterprise development. The general aspects of the innovative development of enterprises and the formation of an innovative strategy based on modern theoretical and methodological approaches to the process of strategic management of enterprises are considered. The article presents and analyzes in dynamics the main indicators of innovative activity of industrial enterprises of Ukraine for the period 2014-2018. In the course of the study, an assessment was made of the level of innovative activity and innovative activity of industrial enterprises of Ukraine with respect to the generally accepted limit indicator of the share of innovatively active enterprises in the total number of operating enterprises. The statistical indicators of the costs of financing innovative activities in certain areas of expenditures of domestic enterprises for the period 2016–2018 are analyzed. The current trends and features of the costs of financing innovative activities of enterprises of Ukraine are revealed. The structure of expenses for innovations in the areas of innovation activity of domestic enterprises is determined. The main problems and further prospects of investing in innovative development of enterprises and innovative economic development of the country as a whole from the point of view of attracting funds of various investors are outlined. As a result of the research, the author presented, substantiated recommendations, and formulated conclusions on the formation of the general innovative strategy of the enterprise in the context of strategic management, which determine the need for the formation of this type of strategy to ensure innovative development, competitiveness, and maintain a positive image of enterprises.

Key words: *innovativeness, innovative activity, innovative activity, innovative strategy, innovative development of the enterprise.*

Постановка проблеми. Сучасний стан вітчизняної економіки характеризується низькими темпами розвитку, однією з причин чого є недосконалість або відсутність дієвої системи стратегічного менеджменту та обґрунтованих стратегічних планів, невід'ємним складником яких має бути визначена інноваційна стратегія підприємства, тому що інноваційність підприємств стала безумовним імперативом для забезпечення їх розвитку. Це зумовлює необхідність дослідження теоретико-методичних основ та сучасних тенденцій інноваційного розвитку і формування інноваційної стратегії у процесі стратегічного управління підприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні наукові дослідження теоретичних та прикладних питань інноваційної діяльності, управління інноваціями та формування інноваційної стратегії розвитку підприємств широко представлені у працях зарубіжних та вітчизняних дослідників. Актуальні проблеми та різнобічні аспекти вибору та формування інноваційної стратегії розвитку вітчизняних підприємств, інноваційної діяльності та інноваційної активності широко представлені у наукових дослідженнях багатьох учених.

Ю.М. Мельник [1], О.І. Кузьмак [2], О.І. Ковтун [3] досліджували сутнісні характеристики інноваційної стратегії підприємства, визначали її роль та значення у загальній стратегії бізнесу, а також висвітлювали особливості формування інноваційної стратегії. У наукових публікаціях К.М. Хаустової [4], Р.А. Фатхутдінова [5],

В.В. Македона [6], І.В. Федулової [7] представлено різні підходи до класифікаційних критеріїв інноваційної стратегії підприємств. М.Є. Рогоза, К.Ю. Вергал запропонували модель стратегічного інноваційного розвитку підприємств [8]. Зовнішні та внутрішні чинники впливу на формування та реалізацію інноваційної стратегії підприємства визначали А.М. Безус та П.І. Безус [9]. Практичні аспекти інноваційної діяльності та активності вітчизняних підприємств, проблеми та напрями їх вирішення досліджували В.В. Дементьєв, В.П. Вишневський [10], А.О. Касич [11].

Поряд із наявністю багатьох досліджень у даному напрямі, враховуючи сучасний стан інноваційної діяльності та розвитку вітчизняних підприємств, нестабільність та низькі темпи розвитку економіки у цілому, існує потреба у проведенні подальших досліджень поточного стану інноваційної діяльності та розвитку підприємств у контексті формування та реалізації інноваційної стратегії.

Постановка завдання. Метою дослідження є з'ясування поточного стану інноваційності вітчизняних підприємств та обґрунтування рекомендацій щодо вдосконалення формування інноваційної стратегії підприємств за сучасних умов економічного розвитку. Завданнями дослідження визначено: узагальнення теоретико-методологічних основ формування інноваційної стратегії; здійснення аналізу поточного стану інноваційної активності та інноваційної діяльності підприємств в Україні; надання рекомендацій щодо вдосконалення формування інноваційної стратегії їх розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні загальновизнаним є твердження, що впровадження інновацій є запорукою збереження підприємством (особливо промисловим) ринкових позицій, забезпечення прибутковості та перспектив подальшого розвитку. Без сумніву, активізація інноваційної діяльності необхідна як підприємствам, так і споживачам, тому що це сприятиме виробництву та доступу до нової і конкурентоспроможної продукції (товарів), що забезпечить гарантоване отримання прибутку, можливість розширеного виробництва, а також сприятиме формуванню інвестиційної привабливості та залученню прямих інвестицій, у т. ч. іноземних.

Багатогранність та неоднозначність розуміння змісту поняття «інноваційна стратегія» існує й дотепер. Дана категорія має різні тлумачення залежно від контексту та різних конкретних цілей дослідження.

Проте інноваційна стратегія традиційно розглядається як елемент корпоративної стратегії, бізнес-стратегії та функціональних стратегій. З іншого боку, вона є самостійним різновидом функціональної стратегії підприємства. У широкому розумінні інноваційна стратегія є одним зі способів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших своєю новизною, насамперед, для даної організації, для галузі ринку, споживачів і країни у цілому.

Очевидно, що єдиної та успішної для всіх підприємств інноваційної стратегії не існує і не може бути. Вибір стратегії та механізм її формування залежать від позиції підприємства на ринку, наявного ресурсного потенціалу, динаміки розвитку, стану економіки, поведінки конкурентів, соціального середовища і багатьох інших чинників.

Процес формування інноваційної стратегії підприємства є складним науковим і творчим процесом, що вимагає високої кваліфікації менеджерів усіх рівнів управління, потребує проведення широкого спектра досліджень та оцінювання альтернативних варіантів рішень, які найбільше відповідають місії, цілям та завданням.

Сучасні наукові підходи дають змогу розглядати інноваційну стратегію як комплекс дій щодо переходу підприємства до нового стану з новими характеристиками через упровадження інновацій різного спрямування (технологічних, продуктових, управлінських, організаційних тощо). Реалізація інноваційної стратегії є основою формування конкурентних переваг та позиціонування підприємства на ринку. З таких міркувань інноваційна стратегія є функціональною стратегією, яка зумовлює спосіб поведінки підприємства на ринку.

Сучасні інноваційно активні підприємства – це підприємства, які витрачають на інновації значні фінансові ресурси, одночасно реалізують низку інноваційних проєктів, постійно нарощують кадровий потенціал інноваційної діяльності.

За даними Державної служби статистики України [12], протягом 2014–2018 рр. відбулося зменшення кількості інноваційно активних промислових підприємств (на 52%), що вказує на обмеження можливостей промислових підприємств інвестувати кошти в інновації. Разом із цим відбулося зростання витрат підприємств на інновації, що зумовлено об'єктивними чинниками: зростанням вартості енергоносіїв, девальвацією, збільшенням рівня мінімальної заробітної плати та ін. Звертає увагу значення частки витрат на інновації у загальному обсязі реалізованої промислової продукції (товарів, послуг), розмір якої не тільки не досягає 1%, а й скоротився вдвічі на кінець періоду дослідження. На тлі зменшення кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації, відбулося збільшення кількості впроваджених у виробництво нових технологічних процесів, що вказує на підвищення результативності інноваційної діяльності та активності.

Поряд зі збільшенням частки інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств та частки промислових підприємств, що впроваджували інновації, у загальній кількості промислових підприємств, має місце тенденція

Рис. 1. Динаміка інноваційної активності промислових підприємств України, 2014–2018 рр.

Джерело: побудовано за даними [12]

зменшення питомої ваги обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) (рис. 1).

Проте граничний рівень частки інноваційно активних підприємств, що вважається критичним для економічного розвитку на інноваційній основі, становить 20%. Вітчизняні підприємства за цим показником знаходяться за межами стану інноваційності, а це в кінцевому підсумку загрожує технологічній та економічній безпеці країни, що й спостерігається сьогодні [13, с. 124].

За таких обставин можемо зробити висновок, що інноваційний розвиток не став однією з головних ознак зростання українських підприємств. Певні позитивні тенденції тимчасово спостерігалися, але швидко змінювалися протилежними. Погоджуючись із думкою А.О. Касич, підкреслимо, що інноваційні процеси на українських підприємствах є нестійкими та позбавлені чітких довгострокових стимулів [11, с. 21].

Динаміка та структура витрат на інновації за напрямами інноваційної діяльності протягом 2016–2018 рр. (табл. 1) вказують на зменшення загальних витрат підприємств на інновації здебільшого за рахунок зменшення витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення. Разом із цим значних змін у структурі витрат не відбулося.

Статистичні дані вказують, що основним джерелом фінансування інноваційної діяльності протягом 2016–2018 рр. є власні кошти підприємств,

Таблиця 1

Витрати на інновації за напрямами інноваційної діяльності, 2016–2018 рр.

Показники	млн грн				у % до загального обсягу		
	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхил. 2018 р. від 2016 р., (+; -)	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Усього	23229,5	9117,5	12180,1	-11049,4	100,0	100,0	100,0
у тому числі на:							
- внутрішні НДР	2063,8	1941,3	2706,2	642,4	8,9	21,3	22,2
- зовнішні НДР	394,9	228,5	502,6	107,7	1,7	2,5	4,1
- придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	19829,0	5898,8	8291,3	-11537,7	85,3	64,7	68,1
- придбання інших зовнішніх знань	64,2	21,8	46,1	-18,1	0,3	0,2	0,4
- інше	878,4	1027,1	633,9	-244,5	3,8	11,3	5,2

Джерело: складено та розраховано за даними [12]

хоча в динаміці спостерігається зменшення розміру витрат, а також їх частки з 94,9% до 88,2% [12].

Витрати коштів місцевих бюджетів є незначними, що вказує на недостатню увагу органів місцевого самоврядування або ж недостатнє усвідомлення необхідності та значимості інновацій у соціально-економічному розвитку територій. Реформа формування місцевих бюджетів надала більшої фінансової незалежності громадам та збільшила надходження до місцевих бюджетів, що зумовило навіть зберігання коштів на депозитних рахунках Тому, на нашу думку, кошти місцевих бюджетів можуть витрачатися на інновації більш активно з урахуванням цільових соціально-економічних потреб територіальних громад.

Кошти приватних інвесторів-резидентів та інвесторів-нерезидентів також мають невеликі частки у джерелах фінансування інновацій. Збільшення інвестицій в інновації інвесторів-нерезидентів формує позитивні очікування щодо інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств.

Таким чином, в основі найбільш результативної інноваційної активності та діяльності вітчизняних підприємств перебувають технологічні інновації (68% від усіх витрат на інновації станом на кінець 2018 р.), які здатні генерувати імпульс для розвитку інших видів інновацій на підприємствах: товарних, маркетингових, управлінських та ін. Формування інноваційної стратегії підприємств має специфічні особливості, які необхідно враховувати у процесі стратегічного управління.

Сучасна світова економіка все більше набуває інноваційних рис, що пов'язане з розробленням, упровадженням і використанням інновацій, а також із перебудовою організаційно-економічного механізму господарської діяльності. Для вітчизняної економіки характерним є певний суперечливий стан: за наявності інноваційного потенціалу підприємств механізми їх господарської діяльності є такими, що не сприяють інноваційному розвитку, або просто не сприймають інноваційність як сучасний імператив розвитку.

Погоджуємося з думкою О.І. Ковтуна, що інноваційна проблема в Україні – це не лише традиційна проблема грошей та інституцій, а й проблема ефективного менеджменту (насамперед стратегічного) на рівні підприємства, який повинен задавати вектор і визначати загальну програму дій щодо інвестицій в інновації на підприємстві в усіх ланках формування споживної вартості продуктів кожного виду бізнесу підприємства [3, с. 46].

Формування загальної інноваційної стратегії або ж портфеля інноваційних стратегій має здійснюватися з урахуванням двох чинників: інноваційних можливостей підприємства (інноваційний потенціал та інвестиційний клімат) та стратегічних інноваційних цілей і завдань підприємства.

Якщо розглядати портфель інноваційних стратегій, коли інноваційність має місце як складник у межах окремих функціональних та ресурсних стратегій, то до такого портфеля мають входити так звані субстратегії. Зокрема, у межах кадрової стратегії інноваційність може виражатися у конкретних заходах із метою підвищення продуктивності праці. Відповідні заходи інноваційного спрямування можуть здійснюватися відносно інших ресурсів: матеріальних, фінансових, інформаційних та ін., а також у межах інших функціональних стратегій: маркетингової, фінансової, виробничої.

Загальна інноваційна стратегія підприємства має забезпечувати координацію між окремими видами стратегій, а на функціональному рівні має поєднати в «стратегічну систему» окремі види діяльності: виробничу, науково-дослідну, маркетингову, управлінську тощо, і на її основі функціональні та ресурсні стратегії мають бути взаємоузгодженими та відповідати стратегії вищого рівня (діловій та загальнокорпоративній).

Висновки з проведеного дослідження. Інноваційна активність та інноваційна діяльність вітчизняних підприємств зумовлені економічною необхідністю, оскільки підтримка належного рівня їхньої конкурентоздатності в сучасних умовах неможлива без інвестицій у науково-дослідницькі роботи, конструкторські розробки або придбання нових технологій, освоєння випуску нової продукції, розвитку маркетингу, підтримки позитивного іміджу тощо. Це зумовлює необхідність розроблення інноваційної стратегії, яка стосується всіх підсистем підприємства і може конкретизуватися і втілюватися в певному «стратегічному портфелі» підприємства. Забезпечення інноваційного процесу в діяльності підприємства залежить від вірно вибраної, адекватно наповненої відповідними рішеннями інноваційної стратегії у вигляді стратегічного портфеля.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мельник Ю.М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг. *Економіка харчової промисловості.* 2015. Т. 7. Вип. 4. С. 67–72.

2. Кузьмак О.І. Інноваційна стратегія як засіб стабілізації розвитку промислового підприємства. *Інноваційна економіка.* 2016. № 1–2. С. 114–118.

3. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади. *Економіка України*. 2013. № 4(617). С. 44–56.

4. Хаустова К.М. Інвестиційно-інноваційна стратегія підприємства та підходи до її класифікації. *Фінансовий простір*. 2015. № 4. С. 174–178.

5. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент : учебник. Москва : Интел-Синтез, 2000. 624 с.

6. Македон В.В., Рубець Д.С. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: теорія та методологія. *Вісник НТУ «ХПІ».* 2013. № 45(1018). С. 75–86.

7. Федулова І.В. Класифікація інноваційних стратегій. *Теорії мікро- та макроекономіки.* 2010. № 35. С. 122–130.

8. Рогоза М.Є., Вергал К.Ю. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 136 с.

9. Безус А.М., Безус П.І. Фактори впливу на формування та реалізацію інноваційної стратегії підприємства. *Науковий вісник Академії муніципального управління*. 2014. Вип. 1. С. 61–69. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_ekon_2014_1_8 (дата звернення: 17.01.2020).

10. Дементьєв В.В., Вишневський В.П. Чому Україна не інноваційна держава: інституціональний аналіз. *Економічна теорія*. 2011. № 3. С. 5–20.

11. Касич А.О., Канунікова К.О. Інноваційна активність підприємств України: динаміка, проблеми та шляхи вирішення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 22. С. 21–24.

12. Наукова та інноваційна діяльність України : статистичний збірник. 2018. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf (дата звернення: 09.01.2020).

13. Федулова Л.І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 2. С. 122–135.

REFERENCES:

1. Melnyk Yu. M. (2015) Innovatsiina stratehiia pidpryiemstva yak dzherelo yoho konkurentnykh perevah [Innovative strategy of the enterprise as a source of its competitive advantages]. *Economics of the Food Industry*, vol. 4, no 7, pp. 67–72.

2. Kuzmak O. I. (2016) Innovatsiina stratehiia yak zasib stabilizatsii rozvytku promyslovoho pidpryiemstva [Innovation strategy as a means of stabilizing the development of an industrial enterprise]. *Innovative Economy,* no 1–2, pp. 114–118.

3. Kovtun O. I. (2013) Innovatsiini stratehii pidpryiemstv teoretyko-metodolohichni zasady [Enterprise innovation strategies: theoretical and methodological foundations]. *Economy of Ukraine*, no 4, pp. 44–56.

4. Khaustova K. M. (2015) Investytsiino-innovatsiina stratehiia pidpryiemstva ta pidkhody do yii klasyfikatsii [Investment and innovation strategy of the enterprise and approaches to its classification]. *Financial Space*, no 4, pp. 174–178.

5. Fatkhutdynov R. A. (2000) *Ynnovatsyonnyi menedzhment* [Innovation management], Moscow: JSC Biznes-shkola; Intel-Syntez. (in Russian)

6. Makedon V. V., Rubets D. S. (2013) Stratehichnyi innovatsiinyi rozvytok pidpryiemstv: teoriia ta metodolohiia [Strategic innovative enterprise development: theory and methodology]. *Bulletin of NTU "KPI"*, no 45, pp. 75–86.

7. Fedulova I. V. (2010) Klasyfikatsiia innovatsiinykh stratehii [Classification of innovation strategies]. *Theories of Micro- and Macroeconomics: a Collection of Scientific Papers of the Academy of Municipal Economy*, no 35, pp. 122–130.

8. Rohoza M. Ye., Verhal K.Yu. (2011) *Stratehichnyi innovatsiinyi rozvytok pidpryiemstv modeli ta mekhanizmy* [Strategic innovation development of enterprises: models and mechanisms], Poltava: EPD PUET. (in Ukrainian)

9. Bezus A. M., Bezus P. I. (2014) Faktory vplyvu na formuvannia ta realizatsiiu innovatsiinoi stratehii pidpryiemstva [Factors influencing the formation and implementation of an enterprise innovation strategy]. *Scientific Bulletin of the Academy of Municipal Administration*, no 1, pp. 61–69. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_ekon_2014_1_8 (accessed 17 January 2020).

10. Dementiev V. V., Vyshnevskyi V. P. (2011) Chomu Ukraina ne innovatsiina derzhava: instytutsionalnyi analiz [Why Ukraine is not an Innovative State: An Institutional Analysis]. *Economic Theory*, no 3, pp. 5–20.

11. Kasych A. O., Kanunikova K. O. (2016) Innovatsiina aktyvnist pidpryiemstv Ukrainy: dynamika, problemy ta shliakhy vyrishennia [Innovative activity of Ukrainian enterprises: dynamics, problems and solutions]. *Investment: Practice and Experience*, vol. 22, pp. 21–24.

12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) *Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy* [Scientific and innovative activity of Ukraine], Kyiv: Derzhanalitinform. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf (accessed 9 January 2020).

13. Fedulova L. I. (2014) Kontseptualni zasady upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpryiemstv [Conceptual principles of enterprise innovation management]. *Marketing and Innovation Management*, vol. 2, pp. 122–135.

ЛІЗИНГ КОМЕРЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ: АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

COMMERCIAL REAL ESTATE LEASING: ANALYSIS OF ECONOMIC EFFICIENCY

УДК: 339.187.62:330.332.54
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-55

Чубук Л.П.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Chubuk Lesia
Taras Shevchenko National University of Kyiv

У статті охарактеризовано типові аспекти лізингових угод, що укладаються сьогодні в національній економіці (за суб'єктами, тривалістю, ставками, авансовими платежами, предметами). Здійснено якісний аналіз переваг і недоліків лізингу комерційної нерухомості порівняно з іпотечним кредитуванням. Оцінено економічну ефективність зіставних за параметрами договорів лізингу комерційної нерухомості та іпотечного кредитування на основі моделювання грошових потоків платежів як до оподаткування, так і після оподаткування податком на прибуток (із використанням показників чистої приведеної вартості витрат, внутрішньої норми дохідності, еквівалентних річних грошових потоків, ефективних відсоткових ставок). Зроблено висновки про те, за якими показниками економічної ефективності договір лізингу нерухомості з типовими умовами поступається договору іпотечного кредитування, та проаналізовано причини більш низької ефективності. Запропоновано заходи, спрямовані на сприяння розвитку лізингу комерційної нерухомості з боку господарюючих суб'єктів.

Ключові слова: *фінансовий лізинг, комерційна нерухомість, іпотечне кредитування, оцінка ефективності, чиста теперішня вартість платежів, внутрішня норма дохідності, ефективна ставка.*

В статье охарактеризованы типичные аспекты лизинговых сделок, заключаемых в национальной экономике в настоящее время (по субъектам, продолжительности, ставкам, авансовым платежам, предметам договора). Осуществлен анализ преимуществ и недостатков лизинга коммерческой недвижимости по сравнению с ипотечным кредитованием. Оценена экономическая эффективность сопоставимых по параметрам договоров лизинга коммерческой недвижимости и ипотечного кредитования на основе моделирования денежных потоков платежей как до налогообложения, так и после налогообложения налогом на прибыль (с использованием показателей чистой приведенной стоимости затрат, внутренней нормы доходности, эквивалентных годовых денежных потоков, эффективных процентных ставок). Сделаны выводы о том, по каким показателям экономической эффективности договор лизинга недвижимости с типовыми условиями уступает договору ипотечного кредитования, а также проанализированы причины более низкой эффективности. Предложены меры, направленные на содействие развитию лизинга коммерческой недвижимости со стороны хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: *финансовый лизинг, коммерческая недвижимость, ипотечное кредитование, оценка эффективности, чистая приведенная стоимость платежей, внутренняя ставка доходности, эффективная ставка.*

The article describes typical aspects of leasing agreements that are concluded in the national economy at present (by subjects, duration, rates, advance payments and leased assets). There are realizes a qualitative analysis of the advantages and disadvantages of commercial real estate leasing in comparison with mortgage lending. The economic efficiency of commercial real estate leasing and mortgage lending contracts was compared based on cash flow modeling in a different ways – before and after income tax (using economic performance indicators so as net present value costs, internal rate of return, equivalent annual annuity, effective or equivalent interest rate). In the paper is explains the choice of baseline data for calculation, reveals the methodology of the conducted research and presents the results of evaluation of leasing and mortgage contracts in comparison. The comparability of the selected leasing and mortgage contracts for valuation is provided by the existence of the same agreement terms, calculation scheme of periodic payments, similarity size of the advance payments and using of the same value of the commercial real estate object. There are makes the conclusions about what indicators of economic efficiency of a real estate leasing contract with standard terms are inferior to a mortgage loan agreement, and analyzes the reasons for lower efficiency. In particular, it has been found that the size of net present value cash flow costs, even with tax benefits, is higher on a lease than on a mortgage. The obtained higher internal rate of return on leasing results in lower financial risks that the lessor carries as opposed to the mortgage lender. It indicates a reserve to reduce the interest rate on the lease agreement. The comparison of the effective interest rates on the lease agreement and the mortgage loan revealed their excess in the case of leasing, which explained by the complex nature of the related services provided by the lessor. In conclusions there are proposes measures to promote the development of commercial real estate leasing by business entities, related to changes in contract parameters and the expansion of real estate leasing information.

Key words: *leasing, commercial real estate, mortgage lending, performance appraisal, net present value of payments, internal rate of return, effective rate.*

Постановка проблеми. Останнім часом в Україні спостерігається тенденція зростання ролі лізингу як ефективного й економічно привабливого механізму оновлення основних засобів підприємства. Лізинг – вид інвестиційної діяльності, пов'язаної з придбанням майна та передаванням на його основі відповідного договору фізичним або юридичним особам за певну плату, на певний термін і на певних умовах, указаних у договорі, з правом подальшого викупу майна лізингоодержувачем.

У 2019 р. ринок лізингу в Україні продовжував активно зростати після кризи 2014 р., при цьому у загальних обсягах ринку домінуючою була частка установ членів Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців» як за сформованим лізинговим портфелем (79%), так і за новими укладеними угодами (61%) [1]. Проте відновлення ринку до докризових показників поки не відбулося. На початку 2018 р. кількість лізингових договорів становила 50% від рівня 2013 р., тоді як загальна вартість цих договорів зменшилася

втричі. Аналогічним є стан справ і щодо обсягів нових договорів: у 2013 р. було укладено 11 тис договорів на суму 3,947 млрд дол. порівняно з 7 752 договорами на суму 462 млн дол. США в 2017 р. [2].

Щодо складу суб'єктів-лізингодавців станом на початок 2018 р. на надання послуг із фінансового лізингу мала право 551 установа (зокрема, 280 фінансових компаній, 88 банків та 183 юридичні особи, які не є фінансовими установами). Більшість фінансових компаній зареєстровано в Державному реєстрі фінансових установ, який веде Нацкомфінпослуг, для здійснення факторингових та лізингових операцій, проте насправді вони не займаються лізинговою діяльністю [2].

Узагальнені характеристики лізингових договорів (за результатами діяльності у 2018–2019 рр.) є такими:

– переважна більшість лізингоотримувачів (90%) є юридичними особами, приблизно 70% активних клієнтів лізингу – це суб'єкти малого та середнього підприємництва [2]. Своєю чергою, лізингодавці – юридичні особи утримують 98,6% усієї вартості договорів та 96,4% усієї їх кількості [1];

– лізингові угоди укладаються в гривнях без прив'язки або з прив'язкою до долара чи євро. Процентні ставки за лізинговими угодами в гривні становлять 25–30%, а у лізингових угодах, які мають прив'язку до долара, процентна ставка в середньому становить 10–12%, за винятком спеціальних пропозицій за дилерськими програмами [2];

– за тривалістю найбільш розповсюджений термін дії договорів – від двох до п'яти років (на суму 18,9 млрд грн), що становить 69% усіх укладених договорів [1]. Деякі державні компанії укладають договори лізингу строком на 10 років, але частка таких договорів у загальній кількості незначна (2,7%) [2];

– авансовий платіж у середньому коливається в діапазоні від 20% до 40% і спостерігається тенденція до поступового зменшення необхідної суми [2];

– за предметами лізингу (за даними Держфінпослуг), основну частину угод небанківських організацій становить лізинг автомобілів – 52,3% та сільгосптехніки – 21,5%, на будівельне обладнання припадає 4,5%, а на нерухомість – лише 2,4% загального портфеля; серед банків найбільш поширеними програмами також є лізинг транспорту та сільгосптехніки [3].

Незважаючи на перспективність, активний розвиток лізингу комерційної нерухомості гальмується насамперед відсутністю довгих кредитних ресурсів у лізингодавців та деякими іншими причинами, що обмежують попит на нього.

У теоретичному аспекті лізинг найчастіше розглядається в контексті проблеми оновлення активної частини основних засобів, переважно технологічного устаткування та транспортних засобів. Що ж стосується можливостей використання лізингу як інструменту здійснення операцій із нерухомим майном, то цей напрям потребує як більш глибокого теоретичного осмислення, так і додаткової популяризації серед фахівців-практиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед наукових і практичних публікацій, присвячених перспективам розвитку і особливостям лізингу як способу оновлення основних засобів, перевагам та недолікам лізингу нерухомості слід назвати роботи таких вітчизняних дослідників, як К. Барташук [4], О. Бадзим, А. Древуш [5], С. Запорожець [6]. Різні практичні аспекти юридичного змісту, особливості бухгалтерського обліку, оподаткування операцій фінансового лізингу розкрито у публікаціях М. Нестеренко [7], В. Онищенко [8], Л. Снігир [9], С. Тимощук [10] та деяких інших авторів у спеціалізованих виданнях з бухгалтерського обліку, фінансів та податків. Питання систематизації, групування оціночних методів та особливостей використання різних методик оцінки економічної ефективності лізингу висвітлено у працях таких авторів, як А. Бєлов [11], В. Гаврилюк [12], О. Лук'янова [13], О. Левченко [14], Д. Черваньов [15] та ін. Проте слід зауважити, що саме у прикладному аспекті питання оцінки ефективності лізингу, зокрема лізингу комерційної нерухомості, сьогодні майже не досліджується. Відсутні роботи вітчизняних авторів, у яких теоретичний інструментарій оцінки ефективності застосовувався б до вирішення важливих прикладних завдань обґрунтування вибору схеми (способу) фінансування нерухомості, прийняття рішень про фінансування придбання нерухомого майна.

Постановка завдання. Метою дослідження є проведення порівняльного аналізу способів фінансування, оцінки ефективності договорів лізингу та іпотечного кредитування комерційної нерухомості для обґрунтування інвестиційного вибору з наявних альтернатив, а також виявлення проблемних параметрів існуючих на ринку типових угод лізингу комерційної нерухомості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Предметом фінансового лізингу, серед іншого, може бути комерційна нерухомість. Ключові особливості предмету фінансового лізингу (ст. 2 і ст. 3 Закону України «Про фінансовий лізинг»): він набувається у власність лізингодавцем; передається у користування замовнику послуги (лізингоотримувачу) на строк не менше одного року; його передача здійснюється на платній основі; предметом договору може бути тільки основний засіб. Предметом фінансового лізингу не можуть бути такі об'єкти, як земельні ділянки та інші природні об'єкти, єдині майнові комплекси підприємств та їхні відокремлені структурні підрозділи (цехи,

філії тощо) [16]. Бухгалтерські та податкові критерії фінансового лізингу (підстави вважати угоду саме угодою фінансового лізингу або фінансової оренди) висвітлюються відповідно у п. 4 П(С) БО 14 «Оренда» [17] та пп. 14.1.97 Податкового кодексу України (ПКУ) [18].

Узагальнення характеристик умов лізингового фінансування на ринку нерухомого майна, проведене О.С. Бадзим, А.Р. Древуш [5, с. 262–264] та С.В. Запорожець [6, с. 50], дає змогу констатувати, що параметри договорів лізингу комерційної нерухомості незначно відрізняються від договорів щодо інших предметів лізингу, маючи лише дещо більш тривалий термін дії. Виходячи з наявних пропозицій, лізингоотримувач може придбати об'єкти комерційної нерухомості (будівлі та приміщення офісної, торгівельної, комерційної, складської, логістичної, готельної нерухомості) на таких умовах:

- авансовий внесок становить у середньому 20–30% від повної вартості об'єкта нерухомості;
- страхування прав на нерухомість – до 1,0% від вартості об'єкта лізингу. термін – один рік або на весь період дії договору;
- термін дії договору лізингу становить 5–15 років;
- подорожчання кредитної маси з лізингу, як правило, становить 8–12% і залежить від оцінки фінансового стану клієнта, розміру авансового внеску і вартості об'єкта нерухомості, що купується в лізинг;
- основні послуги, що надаються компаніями: фінансовий лізинг із правом викупу, фінансовий лізинг без права викупу, фінансовий лізинг із повною виплатою, оперативний лізинг, оперативний лізинг із правом викупу, продаж і зворотний лізинг, продаж і зворотна оренда.

Прийнято проводити порівняння переваг і недоліків лізингу нерухомості з іпотечним кредитуванням, оскільки вони виступають альтернативними способами фінансування придбання об'єктів нерухомості і затребуваність одного чи іншого фінансового інструменту зумовлюється його характеристиками та ефективністю. За своєю суттю фінансовий лізинг нагадує кредит під заставу. У разі несплати лізингових платежів об'єкт лізингу повертається лізингодавцю. Платіж складається зі сплати вартості об'єкта (тіла кредиту) та відсотків. Існуюча подібність вплинула на особливості податкового та бухгалтерського обліку договорів фінансового лізингу: правила нагадують облік кредитів, наприклад лізингові платежі не обкладаються ПДВ, а майно одразу починає обліковуватися на балансі лізингоотримувача [8].

Перевагами лізингу нерухомості порівняно із іпотечним кредитуванням є такі:

1. Можливість збільшення обсягу ліквідних коштів, що знаходяться у розпорядженні підприємства.

2. Віднесення лізингових платежів (амортизаційних відрахувань по об'єкту лізингу і відсотків за користування лізинговим кредитом) до валових витрат підприємства, що дає змогу оптимізувати оподаткування прибутку. За іпотечного кредитування до валових витрат відноситься лише сума відсотків по кредиту.

3. Відсутність потреби термінового початку платежів по лізингу, гнучкий характер лізингових угод, можливість напрацювання з лізингодавцем (орендодавцем) зручної схеми фінансування з різною періодичністю платежів, фіксованою або плаваючою ставкою. Авансовий платіж за лізинговою угодою дещо менший, аніж за іпотечного кредитування.

4. Необов'язковий характер заставних відносин за лізингу. Операції лізингу не потребують оформлення застави (адже предмет лізингу протягом терміну дії договору належить лізингодавцю). Це означає економію витрат на оформлення та є зручним для малих та середніх підприємств. За іпотечного кредитування заставні відносини носять первинний характер.

5. Предмет лізингу не підлягає конфіскації, на нього не може бути накладено арешт у зв'язку з будь-якими діями або бездіяльністю лізингоодержувача. Це пов'язано з тим, що юридично власником майна є саме лізингодавець. Цим лізинг нерухомості істотно відрізняється від іпотеки, де нерухомість теж є об'єктом застави, проте її власником є не кредитор, а позичальник. Якщо ж власником є позичальник, то, незважаючи на факт застави майна, все ж в судовому порядку позичальник може бути позбавлений цього майна, а кредитор – об'єкта застави й, відповідно, фактично будь-яких перспектив щодо повернення кредиту.

6. Можливість залучення низки додаткових послуг із боку лізингодавця, які сприяють зниженню рівня адміністративних витрат лізингоодержувача (включення плати за такі послуги до лізингових платежів дає змогу віднести їх до валових витрат). Зокрема, лізингові компанії можуть пропонувати лізингодавцям кращі умови страхування, ніж банки (розстрочку сплати страхової премії, нижчі тарифи, індивідуальний вибір умов страхування та тарифів, супровід страхових випадків).

7. Зручність документування угоди, економія зусиль і часу на оформлення основних та супутніх договорів, необхідних для реалізації лізингу (купівлі-продажу нерухомості, оренди земельної ділянки, страхування, кредитування, застави, лізингу). Лізингодавець бере на себе адміністрування платежів і оформлення бухгалтерської документації, а лізингоодержувач сплачує один комплексний платіж з указаною періодичністю. Існує можливість укладання змішаного договору лізингу, без окремого договору купівлі-продажу нерухомості (у договір фінансового лізингу

включається умова про викуп об'єкта та перехід права власності у момент закінчення терміну дії договору). Натомість, купуючи нерухомість в іпотечний кредит, клієнту необхідно здійснювати значну кількість окремих платежів і контролювати своєчасність їх сплати.

Водночас у критичному аспекті слід зазначити, що переваги лізингу, які вказуються у публікаціях вітчизняних дослідників, іноді носять характер переваг ідеальної теоретичної моделі, залученої зі світового досвіду функціонування лізингу, та не є дійними в сучасних умовах національної економіки. Так, зокрема, як перевага лізингу згадується можливість прискореної амортизації придбаної будівлі з коефіцієнтом до трьох [5, с. 260], що не відповідає поточній практиці амортизації об'єкта лізингу [10]. Лізингодавець нараховує амортизацію, чим суттєво зменшує базу оподаткування податком на прибуток. Однак ураховуючи, що встановлені мінімальні терміни корисного використання об'єкта нерухомості у податковому обліку (для будівель – 20 років згідно зі ст. 145 Розділу III «Податок на прибуток підприємств» Податкового кодексу України) [18]) часто суттєво відрізняються від термінів дії договорів лізингу нерухомості, а термін корисного використання (експлуатації) основного засобу, впродовж якого здійснюється нарахування амортизації (встановлюється наказом по підприємству) не може бути меншим за визначений ПКУ мінімальний термін, ця перевага лізингу перед іпотечним кредитом на практиці нівелюється. Щодо того, що фінансовий лізинг створює більш привабливі цінові умови фінансування придбання об'єкта нерухомості шляхом застосування нижчої процентної ставки [6, с. 51], зауважимо, що в умовах залежності лізингових компаній від банківського середньострокового кредитування і відсутності джерел «довгих грошей» інституційних інвесторів відсоток за лізинговими договорами може бути вищим, аніж за договорами іпотечного кредитування.

До недоліків лізингу нерухомості порівняно з іпотечним кредитуванням слід віднести такі його аспекти:

1. Юридичні обмеження на застосування фінансового лізингу по відношенню до об'єктів нерухомості. Так, згідно з п. 2 ст. 3 Закону «Про фінансовий лізинг» [16], не можуть бути предметом лізингу земельні ділянки, єдині (цілісні) майнові комплекси підприємств та їхні відокремлені структурні одиниці (філії, цехи, дільниці). Таким чином, досить значний клас об'єктів нерухомості виводиться зі сфери дії лізингу. Особливі складності з використанням фінансового лізингу по відношенню до об'єктів нерухомості виникають у зв'язку із забороною лізингу земельних ділянок. Оскільки право власності на об'єкт нерухомості часто безпосередньо пов'язане з правом власності на земельну ділянку, на якій розташовано такий об'єкт, то подолання цього обмеження об'єктивно необхідне, хоча й спряжене зі значними складнощами. Зокрема, під час укладання лізингової угоди на об'єкт нерухомості одночасно укладається договір довгострокової оренди на земельну ділянку, на якій розташований такий об'єкт.

2. Відсутність права власності на нерухомий об'єкт у лізингоодержувача на момент укладання договору.

3. Розбіжність в ефективних термінах фінансування придбання комерційної нерухомості, що становлять, виходячи зі світової практики та довгострокового характеру активу, 10–20 років, та фактичних термінах фінансування по наявних договорах лізингу (лізингові компанії сьогодні працюють із так званими середніми грошима та надають фінансування найчастіше на термін п'ять років).

4. Можливість звернення стягнення на нерухоме майно за зобов'язаннями лізингової компанії, внаслідок чого об'єкт нерухомості може бути вилучений на користь її кредиторів навіть наприкінці терміну дії договору лізингу.

5. Завищена, «подвійна» сплата лізингоодержувачем послуг оформлення права власності (спочатку відбувається оформлення на лізингову компанію, а потім, після завершення терміну дії договору, – на лізингоодержувача).

6. Фактичне перенесення на лізингоодержувача платежів зі страхування за договором лізингу, а також комунальних платежів, сплати податку на нерухомість тощо, оскільки відповідні витрати включаються до розміру лізингових платежів.

Проте проведення лише якісного аналізу переваг і недоліків лізингу нерухомості порівняно з іпотечним кредитом недостатньо для розуміння причин низького попиту на нього в сучасних умовах та виявлення потенціалу його подальшого розвитку. На нашу думку, показовим буде порівняння подібних за параметрами договорів різних способів фінансування за показниками економічної ефективності інвестування, зокрема чистою приведеною вартістю післяподаткових витрат (NPV(C)), внутрішньою нормою дохідності (IRR), еквівалентними річними грошовими потоками (EAA), ефективними (еквівалентними) відсотковими ставками (EPR).

Для оцінки економічної ефективності інвестицій у нерухомість за альтернативними способами фінансування було підібрано подібні за параметрами угоди фінансового лізингу комерційної нерухомості та іпотечного кредиту і проаналізовано грошові потоки витрат, що виникають щодо одного й того ж об'єкта комерційної нерухомості за різними видами угод. Як об'єкт оцінки вибрано офісне приміщення у центрі м. Києва площею 170 кв. м, дані про продаж та ціну пропозиції якого (4 054 595 грн) розміщені на інформаційних

ресурсах із продажу нерухомості в мережі Інтернет. Для спрощення розрахунків та враховуючи подібність умов оподаткування податком на додану вартість в обох угодах, ціна пропозиції без коригування на коефіцієнт уторгування та нарахування податку на додану вартість була прийнята як ціна об'єкта нерухомості для лізингу та іпотечного кредитування.

Актуальні умови лізингу комерційної нерухомості для оцінки ефективності фінансування придбання залучено із сайту небанківської організації-лізингодавця «ТЕКОМ-Лізинг» [19]. Основні параметри лізингової угоди:

– термін дії – від одного до семи років (залежно від типу об'єкта) (у розрахунку вибрано п'ять років, або 60 місяців);

– аванс 20% від вартості об'єкта;

– валюта фінансування – українська гривня, долари США, євро (гривня);

– вартість об'єкта – не менш як еквівалент 20 тис дол. (4 054 595,00 грн);

– тип нерухомості – усі типи зданої в експлуатацію нерухомості, комерційна нерухомість: офісні та складські приміщення, об'єкти промислового призначення, торгові об'єкти (офісне приміщення);

– щомісячне погашення лізингових платежів, що включає у себе: компенсацію частини вартості об'єкта лізингу; нотаріальне оформлення; реєстрацію об'єкта у відповідних держорганах; страхування об'єкта на весь період лізингу; комісію лізингової компанії;

– можливість дострокової виплати лізингових платежів та переходу права власності на об'єкт на більш ранній стадії (на розрахунок не впливала).

Угода, на прикладі якої у даному дослідженні проводиться оцінка ефективності фінансування придбання нерухомості, має ознаки фінансового лізингу (сума лізингових (орендних) платежів із початку строку оренди перевищує первісну вартість об'єкта лізингу).

Розрахунок щомісячних лізингових платежів здійснено за допомогою лізингового калькулятора організації [20]. Результати розрахунку наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Розрахунок лізингових платежів за об'єктом комерційної нерухомості

Параметр програми лізингу	Значення/ характеристика
Тип об'єкта	Комерційна нерухомість (юридична особа)
Вартість об'єкта	4 054 595,00 грн
Аванс	810 919,00 грн
Перший платіж	205 892,24 грн
Щомісячний платіж (протягом 60 періодів виплати)	90 196,46 грн

Джерело: розрахунки автора за [19; 20]

Надалі схему розподілу ануїтетних платежів на виплати відсотку лізингодавцю та погашення (відшкодування) вартості предмета лізингу в розрізі 60 місяців терміну дії договору складено за допомогою лізингового калькулятора незалежного фінансового Інтернет-ресурсу [21]. Вихідними даними для розрахунку слугували: тип об'єкта лізингу (будинки, споруди, земля); термін лізингу (60 міс.); вартість об'єкта лізингу (4 054 595,00 грн); лізинговий відсоток (річна ставка) (22,33%); первинний внесок за об'єкт (20%); одноразова комісія (відсоткова ставка) (5,078%); щомісячна амортизація (1,67%); схема нарахування відсотків (ануїтетна). Розмір одноразової комісії було визначено у відсотках як відношення першого платежу до вартості об'єкта (дані табл. 1), а розмір лізингового відсотку – методом підбору значень відсотку на лізинговому калькуляторі так, щоб результати розрахунку збігалися із щомісячним платежем 90 196,46 грн (дані табл. 1). У результаті розрахунку одержано значення щомісячного платежу 90 196,45 грн та схему лізингових платежів у розрізі 60 періодів із розподілом виплат на відшкодування вартості об'єкта лізингу та сплату відсотку лізингодавцю.

Отриману схему імпортовано в електронну таблицю MS Excel для моделювання грошових потоків (без урахування та з урахуванням податкових пільг) та розрахунку показників ефективності.

Умови іпотечного кредитування комерційної нерухомості залучено із сайту банку АТ «КБ «ПриватБанк» за програмою «Бізнес-іпотека» [22]. Інша подібна програма банку «Кредит «Бізнес-розстрочка» також передбачає кредитування об'єктів комерційної нерухомості, проте не була вибрана для цілей оцінки ефективності, оскільки має дещо вищі значення авансового платежу (30%). Основні параметри іпотечного кредиту:

– сегмент – юридичні особи, фізичні особи – підприємці;

– строк від 12 до 60 місяців (у розрахунку вибрано п'ять років, або 60 місяців);

– ставка – 19% річних;

– валюта – українська гривня;

– аванс – 25% від вартості об'єкта;

– вартість об'єкта – обмеження не вказано (4 054 595,00 грн);

– тип нерухомості – комерційна нерухомість (офісне приміщення);

– графік платежів – ануїтет;

– страхування – згідно з тарифами акредитованої банком страхової компанії (щорічні страхові платежі 8 920 грн (страхування 100% вартості об'єкту), визначено за допомогою страхового калькулятора у результаті вибору тарифів СГ «Княжа» [23]);

– одноразова комісія – 1%, без щомісячної комісії за обслуговування кредитного рахунку.

– можливість дострокової виплати лізингових платежів та переходу права власності на об'єкт на більш ранній стадії (на розрахунок не впливала).

Розрахунок щомісячних платежів за іпотечним кредитом здійснено за допомогою кредитного калькулятора незалежного фінансового Інтернет-ресурсу, а його результати наведено в табл. 2 [24].

Вихідними даними для розрахунку слугували: термін кредиту (60 міс.); сума кредиту (3 040 946,25 грн, то бто 75% від 4 054 595,00 грн); відсоткова ставка (річна) (19,0%); одноразова комісія (відсоткова ставка) (1,0%); щомісячна комісія (0,0%); схема нарахування відсотків (ануїтетна).

Таблиця 2

Розрахунок кредитних платежів за об'єктом комерційної нерухомості

Параметр програми кредитування	Значення/характеристика
Тип об'єкта	Комерційна нерухомість (юридична особа)
Вартість об'єкта	4 054 595,00 грн
Аванс	1 013 648,75 грн
Одноразова комісія	30 409,46 грн
Щорічні страхові платежі	8 920 грн
Щомісячний платіж (протягом 60 періодів виплати)	78 883,82 грн

Джерело: розрахунки автора за [22–24]

Як і в попередньому випадку, отриману схему стосовно платежів по іпотечному кредиту в розрізі 60 періодів імпортовано в електронну таблицю MS Excel для моделювання грошових потоків (без урахування та з урахуванням податкових пільг) та розрахунку показників ефективності.

При обґрунтуванні економічної ефективності лізингових платежів та платежів по іпотеці використовувалися формули оцінки ефективності інвестиційних проектів, засновані на дисконтуванні грошових потоків. Розрахунки проведено у двох варіантах – із побудовою грошових потоків виплат без урахування впливу оподаткування та з урахуванням такого впливу на післяподатковій основі. Розрахунок показників оцінки ефективності фінансування нерухомості на доподатковій основі не відзначався особливостями побудови грошових потоків та був реалізований за допомогою вбудованих функцій MS Excel: ЧПС, ПЛТ, ПС, ВСД. Ефективні відсоткові ставки було розраховано за допомогою кредитного калькулятора [25].

Для юридичних осіб суб'єктів господарювання оцінка ефективності схем (способів) фінансування з урахуванням податкових вигід є більш переважливою, ніж просте зіставлення загальної вартості виплат, обсягів сплачених відсотків, переплат за кредитом, чистої приведеної вартості номінальних (заявлених лізингодавцем/кредитором) платежів. Найбільш досконалим випадком інвестиційних досліджень є доповнення оцінки ефективності післяподаткових грошових потоків платежів аналізом ризиків інвестування на основі динамічних моделей [11].

Стосовно показників оцінки ефективності лізингової та кредитної схем (способів) придбання нерухомості, визначених на післяподатковій основі, доцільно зупинитися на вихідних формулах та методичних аспектах розрахунку.

Чиста приведена вартість післяподаткових витрат по лізингу:

$$L = E_o + (1-T)\cdot \sum_{t=1}^{n} \frac{A_t + LP_t + LC_t}{(1+\frac{i}{k})^{t\cdot k}} + (1-T)\cdot \sum_{t=n+1}^{N} \frac{A_t}{(1+\frac{i}{k})^{t\cdot k}}, \quad (1)$$

де:

L – чиста приведена вартість післяподаткових витрат по лізингу, грош. од.;

E_O – передплата (авансовий платіж), грош. од.;

T – ставка податку на прибуток, % (часток одиниці);

i – дисконтна ставка (річна процентна ставка за кредитом), % (часток одиниці);

k – періодичність нарахування та сплати відсотка, частіша від одного разу на рік, разів (k = 12 для щомісячних платежів);

A_t – амортизаційні відрахування у t періоді, $t = \overline{1...N}$, років, N – кінцевий період корисного терміну використання основного засобу (нарахування амортизації), грош. од.;

n – термін дії договору, років;

LP_t – платежі по сплаті лізингового процента у t періоді, грош. од.;

LC_t – одноразовий та/або періодичний платіж, що включає комісійні, страхові та ін. виплати у t періоді, грош. од.;

Чиста приведена вартість післяподаткових витрат по іпотечному кредиту:

$$S = E_o + \sum_{t=1}^{n} \frac{D_t}{(1+\frac{i}{k})^{t\cdot k}} + (1-T)\cdot \sum_{t=1}^{n} \frac{CrP_t + Cr\,C_t}{(1+\frac{i}{k})^{t\cdot k}} - T\cdot \sum_{t=1}^{N} \frac{A_t}{(1+\frac{i}{k})^{t\cdot k}} - \frac{Q}{(1+\frac{i}{k})^{N\cdot k}}, \quad (2)$$

де:

S – чиста приведена вартість післяподаткових витрат за іпотечним кредитом, грош. од.;

D_t – витрати на погашення основної суми боргу за кредитом у t період, грош. од.;

CrP_t – проценти, що сплачуються за кредитом у t період, грош. од.;

CrC_t – комісійні та/або страхові платежі за кредитом у t період, грош. од.;

Q – залишкова вартість об'єкта на кінець терміну корисного використання (амортизації) (враховується у разі його відчуження), грош. од.

Технічними аспектами розрахунків є коректне врахування часового лагу по податкових виграшах (по відсотках, комісійних платежах, амортизації). Податкові виграші по лізингових платежах (добуток лізингових платежів та ставки оподаткування) та сплачених відсотках і комісійних платежах по іпотечному кредиту враховуються щорічно у складі грошових потоків, які виникають починаючи з другого року терміну дії договору лізингу та кредиту відповідно, податкові виграші за останній період ураховуються у складі грошових потоків наступного за останнім роком терміну дії договору. Амортизаційні відрахування враховуються у складі грошових потоків витрат починаючи з другого місяця терміну дії договору лізингу та кредиту відповідно, оскільки нарахування амортизації здійснюється згідно із законодавством починаючи з місяця, наступного за місяцем уведення об'єкта в господарський оборот.

Згідно з п. 7 ПБО 14 [17], амортизація об'єкта фінансової оренди нараховується орендарем протягом періоду очікуваного використання активу. Періодом очікуваного використання об'єкта фінансової оренди є строк корисного використання (якщо угодою передбачено перехід права власності на актив до орендаря) або коротший із двох періодів – строк оренди або строк корисного використання об'єкта фінансової оренди (якщо переходу права власності на об'єкт фінансової оренди після закінчення строку оренди не передбачено). Метод нарахування амортизації об'єкта фінансової оренди визначається орендарем відповідно до ПБО 7 та 8 [10]. Таким чином, об'єкт фінансової оренди (лізингу) відображається у бухгалтерському обліку орендаря як актив та амортизується протягом періоду очікуваного використання. Нарахування амортизації здійснюється протягом строку корисного використання (експлуатації) об'єкта основних засобів, який установлюється підприємством/установою (у розпорядчому акті) під час визнання цього об'єкта активом (зарахування на баланс) і призупиняється на період його реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання та консервації (п. 23 ПБО 7) [10].

Розрахунок амортизаційних відрахувань здійснювався за методом прискореного зменшення залишкової вартості (ліквідаційна вартість приймалася рівною нулю) з урахуванням мінімального корисного терміну експлуатації будівель 20 років, передбаченого Податковим кодексом [18]. Амортизаційні різниці (між бухгалтерською та податковою амортизацією [7]) не формувалися, під час розрахунку у складі лізингових платежів протягом терміну дії договору лізингу враховувалися амортизаційні відрахування у розмірі податкової амортизації. За решту терміну амортизації нерухомого майна, що перевищує термін дії договору лізингу, у складі грошових потоків витрат по лізингу враховувалися амортизаційні відрахування, зменшені на коефіцієнт оподаткування (коефіцієнт оподаткування – одиниця мінус ставка податку на прибуток).

По кредиту за решту терміну амортизації нерухомого майна, що перевищує термін дії договору кредиту, враховувалися лише амортизаційні податкові виграші, що виникають унаслідок зменшення бази оподаткування за рахунок амортизаційних відрахувань (добуток ставки податку на прибуток та амортизаційних відрахувань).

Значення ставки дисконту було вибране на рівні прогнозної середньоринкової кредитної ставки відсотка (на термін дії договору лізингу та кредиту), скоригованої на коефіцієнт оподаткування. Інформація щодо максимальної середньоринкової ставки кредитного відсотку на найближчі три роки (18%) залучена з макроекономічного консенсус-прогнозу Міністерства економічного розвитку та торгівлі України [26, с. 15], це ж значення прийняте і для наступних двох років розрахунку.

Як правило, за дисконтну ставку береться ставка відсотків, скоригована на податкові платежі, за якою певна компанія може залучити банківський кредит [13, с. 262; 15]:

$$i = i_{bt} \cdot (1 - T), \qquad (3)$$

де:

i – скоригована післяподаткова ставка дисконту, % (часток одиниці);

i_{bt} – ставка дисконту (ціна позичкового капіталу) до коригування на оподаткування, % (часток одиниці).

У результаті коригування на коефіцієнт оподаткування ставка дисконту для розрахунків була прийнята в розмірі 14,76% річних (1,23% щомісячно).

Грошові потоки витрат по обох схемах (способах) фінансування придбання нерухомості та дисконтна відсоткова ставка вводилися у розрахунки вже як номінальні величини, тому додаткове коригування на індекси інфляції не здійснювалося.

Внутрішня норма дохідності може заходитися методом ітерацій на основі додатного та від'ємного значень чистої приведеної вартості і відповідних значень ставок дисконту, проте у даному дослідженні розрахунок було здійснено за допомогою вбудованої функції MS Excel «ВСД».

Еквівалентні річні грошові потоки платежів по лізингу нерухомості та іпотечному кредиту визначалися як періодичні виплати (ануїтетні платежі), що забезпечують за період терміну дії договору під задану ставку відсотку відшкодування чистої приведеної вартості об'єкта інвестування (нерухомості). Тобто в основу розрахунку було покладено формулу внеску на амортизацію грошової одиниці (внеску на погашення кредиту):

$$EAA = PVA \cdot \left(\frac{\frac{i}{k}}{1 - \frac{1}{(1+\frac{i}{k})^{n \cdot k - 1}} + \frac{i}{k}} \right), \qquad (4)$$

де:

EAA – еквівалентні річні грошові потоки, грош. од.;

PVA – загальна чиста приведена вартість серії ануїтетних авансових платежів у погашення боргу (еквівалентна теперішній вартості боргу), грош. од.;

n – період розрахунку, років.

Фактичний розрахунок еквівалентних річних грошових потоків платежів здійснено за допомогою вбудованої функції MS Exceel «ПЛТ». Кількість періодів розрахунку приймалася для обох схем (способів) фінансування за варіантами побудови грошових потоків відповідно рівною 60 (терміну дії договору лізингу та іпотечного кредиту) та 120 міс. (терміну амортизації нерухомого об'єкта), використовувалася щомісячна ставка дисконту.

Ефективні відсоткові ставки розраховувалися для лізингу та кредиту як ставки фінансування угоди лізингу та іпотечного кредиту відповідно, що забезпечуються за умов урахування усіх комісійних платежів та інших трансакційних витрат, пов'язаних з угодою (включаючи витрати, які лізингоодержувач/позичальник заплатить стороннім організаціям, таким як органи держреєстрації, нотаріату, страхові компанії тощо). Розрахунок ефективних відсоткових ставок було здійснено за допомогою кредитного калькулятора [25].

Підсумкові результати розрахунків представлено в табл. 3.

Як свідчать дані табл. 3, чиста приведена вартість грошових потоків платежів, визначених як на доподатковій, так і післяподатковій основі, є вищою у разі лізингу, що говорить про його меншу привабливість, неефективність порівняно з іпотечним кредитом для придбання нерухомості. Еквівалентні річні грошові потоки по лізингу також є більшими, ніж по іпотечному кредиту, що, своєю чергою, підтверджує необхідність відхилення договору лізингу як схеми (способу) фінансування придбання нерухомості.

Показник внутрішньої норми дохідності (IRR), розрахований для обох схем (способів) фінансування, виявися вищим у разі лізингу. Порівняння IRR з очікуваною дохідністю лізингодавця/кредитора (відсотковою ставкою по договорах) показує, що в обох випадках фінансування є вигідним для суб'єкта, який його надає, оскільки $IRR_L \geq r_L, IRR_{Cr} \geq r_{Cr}$. У разі договору

Таблиця 3

Показники оцінки ефективності фінансування придбання об'єкта комерційної нерухомості на основі договорів лізингу та іпотечного кредиту

№ п/п	Показник	Лізинг	Іпотечний кредит
Оцінка ефективності на основі грошових потоків платежів до оподаткування. Ставка дисконту не скоригована на оподаткування, період розрахунку відповідає терміну дії договору – 5 років (60 міс.)			
1	Загальна сума виплат до оподаткування (включаючи погашення вартості об'єкта, винагороду лізингодавцю/кредитору, комісійні, страхові та ін. виплати, авансовий платіж), майбутня вартість, С, грн	6 428 597,96	5 821 687,52
2	Чиста приведена вартість грошового потоку платежів до оподаткування NPV(C), грн	4 565 728,66	4 181 803,61
3	Еквівалентні річні грошові потоки платежів до оподаткування, EAA, грн	115 939,50	106 190,33
4	Процентна ставка лізингодавця/кредитора по договору, r (річна), %	22,33	19,0
5	Внутрішня норма дохідності, визначена по грошових потоках платежів до оподаткування (річна), IRR, %	25,51	19,95
6	Ефективна відсоткова ставка (з урахуванням комісійних, страхових та ін. платежів) (річна), EPR, %	28,30	22,86
Оцінка ефективності на основі грошових потоків платежів після оподаткування. Ставка дисконту скоригована на оподаткування, період розрахунку відповідає періоду амортизації нерухомості – 10 років (120 міс.)			
7	Чиста приведена вартість грошового потоку післяподаткових платежів, NPV(C), грн	4 127 586,20	3 828 286,01
8	Еквівалентні післяподаткові річні грошові потоки, EAA, грн	65 987,06	61 202,19
9	Відсоткова ставка лізингового фінансування, що прирівнює схеми (способи) фінансування за NPV(C), %	17,99	–
10	Відсоткова ставка, що прирівнює схеми (способи) фінансування за NPV(C) (річна), %	12,31	12,31

Джерело: розрахунки автора

лізингу перевищення становить 3,18 процентних пункти та може розглядатися як своєрідний резерв зниження ставки по лізинговому кредиту.

Договір лізингу, як показують розрахунки, стає рівнозначним за показником чистої приведеної вартості післяподаткових грошових потоків платежів до договору іпотечного кредитування лише за рівня річної відсоткової ставки r=17,99≈18(%), тоді $NPV(C_L)$=382 282,55 (грн). Це свідчить про те, що більш високі відсоткові ставки договорів лізингу, ніж іпотечного кредиту, існуючі у поточних ринкових умовах національної економіки, не компенсуються для суб'єктів господарювання податковими виграшами (економією) по податку на прибуток.

Для задоволення теоретичного інтересу може бути розрахована ставка кредитування, за якої обидві схеми (способи) фінансування стають рівнозначними. Це ставка, за якої чиста приведена вартість післяподаткового грошового потоку витрат NPV(C) по лізингу дорівнює такій по іпотечному кредитуванню. У прикладі, вибраному для розрахунку, шукана ставка дорівнює 12,31% річних, а $NPV(C_L)=NPV(C_{Cr})$≈3 455 269,07 (грн). Проте вказаний рівень ставки, вочевидь, є недосяжним у сучасних умовах національної економіки.

Порівняння ефективних відсоткових ставок за договором лізингу та іпотечного кредиту виявило їх значне перевищення у разі лізингу (28,3% проти 22,86%), що може бути пояснене комплексним характером супутніх послуг, що надаються лізингодавцем. У разі іпотечного кредитування оплата відповідних послуг стороннім організаціям апріорі відноситься до сфери відповідальності позичальника, не завищуючи, таким чином, номінального заявленого відсотку по іпотечному кредиту. Фінансова експрес-інформація з моніторингу рівня ефективних відсоткових ставок по іпотечних кредитах, які надаються в економіці в поточний момент часу, демонструє середній ринковий рівень ефективної ставки по іпотеці у лютому 2020 р. – 19,37% [27].

Слід зазначити, що більш тривалий період амортизації активу (комерційної нерухомості), ніж термін дії договорів лізингу/іпотечного кредиту, призводить до того, що податковий виграш (економія) по податку на прибуток виявляється значно розтягнутим у часі та виходить за межі терміну дії відповідної угоди. Це робить результати оцінки ефективності складними для сприйняття, менш очевидними для господарюючих суб'єктів, які приймають рішення щодо вибору способу фінансування.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження показує, що лізинг комерційної нерухомості в національній економіці порівняно з попередніми роками (2014–2015 рр.) активно розвивається та зростає. Проте пропозиції лізингових компаній у цій сфері програють альтернативним способам фінансування (іпотечному кредиту) за деякими параметрами та не є достатньо привабливими для юридичних осіб. Розрахунок та аналіз показників оцінки ефективності лізингу порівняно з іпотечним кредитуванням свідчить, що, попри наявність у лізингу як способу фінансування комерційної нерухомості низки якісних переваг, економічна ефективність договорів лізингу з типовими умовами надання лізингової позики є нижчою, ніж аналогічних договорів іпотечного кредитування. Слабким місцем лізингових угод є відсоткові ставки, вищі від ефективних ставок іпотечного кредитування.

З огляду на вищевказане, на нашу думку, першочерговими заходами, спрямованими на сприяння розвитку лізингу комерційної нерухомості, є такі: розширення ресурсної (кредитної) бази організацій-лізингодавців із метою зниження відсотків по лізингових договорах та подовження термінів кредитування з типових нині п'яти років до 10–15 років; популяризація програм лізингу, розширення обізнаності господарюючих суб'єктів щодо їх базових умов та економічних вигід.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. За результатами І півріччя 2019 р. ринок лізингу продовжує невпинне зростання : прес-реліз 19 вересня 2019. *Українське об'єднання лізингодавців* : вебсайт. 19.09.2019. URL : https://uul.com.ua/2019/press-release-19-09-2019/ (дата звернення: 12.02.2020).

2. Лізингова галузь в Україні: тенденції та рекомендації для зростання : звіт за результатами проекту USAID «Трансформація фінансового сектору». *Українське об'єднання лізингодавців* : вебсайт. 20.09.2018. URL : https://uul.com.ua/2018/zvit-pro-stan-lizyngovogo-rynku-ukrayiny/ (дата звернення: 12.02.2020).

3. Ринок фінансового лізингу: тенденції та проблеми. *Фінансовий пульс. Центр економічних досліджень та прогнозування* : вебсайт. 11.09.2018. URL : http://finpuls.com/ua/financial/reviews/news/Rinok-fnansovogo-lzingu-tendenc-ta-problemi.htm (дата звернення: 10.02.2020).

4. Барташук К.А. Фінансовий лізинг як джерело фінансування розвитку підприємств України. *Економіка та держава*. 2015. № 3. С. 142–147.

5. Бадзим О.С., Древуш А.Р. Лізинг комерційної нерухомості як альтернатива банківському кредитуванню. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 3(129). С. 258–266.

6. Запорожець С.В. Формування лізингових відносин на ринку нерухомого майна в Україні. *Фінансовий простір*. 2018. № 2(30). С. 47–54.

7. Нестеренко М. «Амортизаційні різниці» та їх сутність. *Податки та бухгалтерський облік*. 2017. Червень. № 52. URL : https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2017/june/issue-52/article-28555.html (дата звернення: 15.02.2020).

8. Онищенко В. Бухоблік. Фінансовий лізинг. *Головбух* : вебсайт. 21.02.2020. URL :

https://www.golovbukh.ua/article/7326-fnansoviy-lzing (дата звернення: 22.02.2020).

9. Снігир Л. Лізинг: як використати його переваги. Київ : Центр комерційного права, 2011. 127 с.

10. Тимощук С. Амортизація активів, отриманих у фінансовий лізинг. *Офіційно про податки*. 2016. № 20(878). URL : http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/9799 (дата звернення: 03.02.2020).

11. Белов А.С. Сравнение лизинга и кредита с использованием CIR-модели. *Russian Journal of Management*. 2017. Т. 5. № 2. URL : https://riorpub.com/ru/nauka/article/17319/view (дата звернення: 10.02.2020).

12. Гаврилюк В.М. Аналіз методик оцінки ефективності лізингових операцій. *Ефективна економіка*. 2015. № 6. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4145 (дата звернення: 17.02.2020).

13. Лук'янова О.М. Обґрунтування методики оцінки лізингу та його альтернативних методів. *Наука и прогресс транспорта. Вестник Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна*. 2011. № 36. С. 260–266.

14. Левченко О.А. Методики оцінювання ефективності лізингових операцій. *Współpraca Europejska / European Cooperation.* 2017. Vol. 10(29). P. 56–69.

15. Черваньов Д.М. Лізинг як особлива форма фінансування реальних інвестиційних проєктів. *Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств* : навчальний посібник. Київ : Знання-Прес, 2003. С. 344–361. URL : https://library.if.ua/book/71/5218.html (дата звернення: 12.02.2020).

16. Про фінансовий лізинг : Закон України № 723/97-ВР від 16.12.1997. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 10.02.2020).

17. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда» : Наказ Міністерства фінансів України № 181 від 28.07.2000. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00 (дата звернення: 10.02.2020).

18. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення: 10.02.2020).

19. Лізинг нерухомості для юридичних осіб. *ТЕКОМ-Лізинг* : вебсайт. URL : https://tekom-lease.com.ua/uk/lizing-neruhomosti-dlya-yuridichnih-osi/ (дата звернення: 10.02.2020).

20. Лізинговий калькулятор. *ТЕКОМ-Лізинг* : вебсайт. URL : https://tekom-lease.com.ua/uk/lizingovij-kalkulyator/ (дата звернення: 10.02.2020).

21. Лізинговий калькулятор. *Фінансовий калькулятор* : вебсайт. URL : https://fin-calc.org.ua/ua/lease/calculate/ (дата звернення: 06.02.2020).

22. Бізнес-іпотека. Швидке та прозоре оформлення кредиту. *ПриватБанк* : вебсайт. URL : https://privatbank.ua/business/biznes-ipoteka (дата звернення: 10.02.2020).

23. Розрахунок страховки за кредитом. *ПриватБанк* : вебсайт. URL : https://privatbank.ua/business/strahovoy-calc (дата звернення: 10.02.2020).

24. Кредитний калькулятор. *Фінансовий калькулятор* : вебсайт. URL : https://fin-calc.org.ua/ua/credit/calculate/ (дата звернення: 06.02.2020).

25. Кредитний калькулятор споживчих кредитів. *Prostobiz : Про бізнес та фінанси* : вебсайт. URL : https://www.prostobank.ua/servisy/kalkulyatory/pkk/ (дата звернення 15.02.2020).

26. Прогноз макроекономічних показників на 2019–2022 рр. *Україна: перспективи розвитку (Консенсус-прогноз).* 2019. № 49. С. 11–20.

27. Коммерческая недвижимость в кредит в банках Украины. *Prostobiz : Про бізнес та фінанси* : вебсайт. 05.02.2020. URL : https://www.prostobiz.ua/business/mortgagecredit (дата звернення: 10.02.2020).

REFERENCES:

1. Za rezultatamy I pivrichchia 2019 r. rynok lizynhu prodovzhuie nevpynne zrostannia: pres-reliz 19 veresnia 2019 (2019) [According to the results of the first half of 2019, the leasing market continues to grow steadily: press release September 19, 2019]. *Ukrainske obiednannia lizynhodavtsiv: veb-sait* [Ukrainian Association of Lessors: website]. Available at: https://uul.com.ua/2019/press-release-19-09-2019/ (accessed 12 Fabruary 2020).

2. Lizynhova haluz v Ukraini: tendentsii ta rekomendatsii dlia zrostannia: zvit za rezultatamy proektu USAID «Transformatsiia finansovoho sektoru» (2018) [Leasing industry in ukraine: trends and recommendations for growth: report on the results of the usaid financial sector transformation project]. *Ukrainske obiednannia lizynhodavtsiv*: veb-sait [Ukrainian Lessors Association: website]. Available at: https://uul.com.ua/2018/zvit-pro-stan-lizyngovogo-rynku-ukrayiny/ (accessed 12 Fabruary 2020).

3. Rynok finansovoho lizynhu: tendentsii ta problemy (2018) [Financial leasing market: trends and problems]. *Finansovyi puls. Tsentr ekonomichnykh doslidzhen ta prohnozuvannia:* veb-sait [Financial heartbeat. Center for Economic Research and Forecasting: website]. Available at:: http://finpuls.com/en/financial/reviews/news/Rinok-fnansovogo-lzingu-tendenc-ta-problemi.htm (accessed 10 Fabruary 2020).

4. Bartashuk K.A. (2015) Finansovyi lizynh yak dzherelo finansuvannia rozvytku pidpryiemstv Ukrainy [Financial leasing as a financing source for the development of Ukrainian enterprises]. *Economy and the State*, no. 3, pp. 142–147.

5. Badzym O.S., Drevush A.R. (2012) Lizynh komertsiinoi nerukhomosti yak alternatyva bankivskomu kredytuvanniu [Commercial real estate leasing as an alternative to bank lending]. *Actual Problems of Economics*, no. 3 (129), pp. 258–266.

6. Zaporozhets S.V. (2018) Formuvannia lizynhovykh vidnosyn na rynku nerukhomoho maina v Ukraini [Formation of leasing relations in the real estate market in Ukraine]. *Financial Space*, no. 2 (30), pp. 47–54.

7. Nesterenko M. (2017) «Amortyzatsiini riznytsi» ta yikh sutnist [“Depreciation differences” and their essence]. *Taxes and accounting*, June, no. 52. Available at: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2017/june/issue-52/article-28555.html (accessed 15 Fabruary 2020).

8. Onyshchenko V (2020). Bukhoblik. Finansovyi lizynh [Bookkeeping. Financial leasing]. Holovbukh: veb-sait [Chief accounting officer: website]. Available at: https://www.golovbukh.ua/article/7326-fnansoviy-lzing (accessed 22 Fabruary 2020).

9. Snihyr L. (2011) Lizynh: yak vykorystaty yoho perevahy [Leasing: how to take advantage of it]. Kyiv: Center for Commercial Law. (in Ukrainian)

10. Tymoshchuk S. (2016) Amortyzatsiia aktyviv, otrymanykh u finansovyi lizynh [Depreciation of financial leasing assets]. Visnyk «Ofitsiino pro podatky»: veb-sait. [Officially on Taxes Bulletin: website]. May 27, no. 20 (878). Available at: http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/9799 (accessed 03 Fabruary 2020).

11. Belov A.S. (2017) Sravnenie lizinga i kredita s ispol'zovaniem CIR modeli [Comparison of leasing and credit using the CIR model]. Russian Journal of Management, vol. 5, no. 2. Available at: https://riorpub.com/ru/nauka/article/17319/view (accessed 10 Fabruary 2020).

12. Havryliuk V.M. (2015) Analiz metodyk otsinky efektyvnosti lizynhovykh operatsii [Analysis of methods for assessing the effectiveness of leasing operations]. An Efficient Economy, no. 6. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4145 (accessed 17 Fabruary 2020).

13. Lukianova O.M. (2011) Obhruntuvannia metodyky otsinky lizynhu ta yoho alternatyvnykh metodiv [Rationale for leasing valuation techniques and their alternative methods]. Science and progress of transport. Bulletin of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, no. 36, pp. 260–266.

14. Levchenko O.A. (2017) Metodyky otsiniuvannia efektyvnosti lizynhovykh operatsii [Methods of evaluation of efficiency of leasing operations]. Współpraca Europejska / European Cooperation, vol. 10(29), pp. 56–69.

15. Chervanov D.M. (2003) Lizynh yak osoblyva forma finansuvannia realnykh investytsiinykh proektiv [Leasing as a special form of financing real investment projects]. Menedzhment investytsiinoi diialnosti pidpryiemstv: navch. posib. [Management of investment activity of enterprises: a textbook]. Kiev: Knowledge Press, pp. 344–361. Available at: https://library.if.ua/book/71/5218.html (accessed 12 Fabruary 2020).

16. Pro finansovyi lizynh: Zakon Ukrainy № 723/97-VR vid 16.12.1997 r. (1997) [On Financial Leasing: Law of Ukraine No. 723/97-BP dated December 16, 1997]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80 (accessed 10 Fabruary 2020).

17. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 14 «Orenda»: zatv. Nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy № 181 vid 28.07.2000 r. (2000) [Accounting Standard (Standard) 14 “Lease”: Approved. Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 181 dated July 28, 2000] Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00 (accessed 10 Fabruary 2020).

18. Podatkovyi Kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 02.12.2010 r. № 2755-VI (2010) [Tax Code of Ukraine: Law of Ukraine dated 02.12.2010 № 2755-VI]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (accessed 10 Fabruary 2020).

19. TEKOM-Lizynh. Lizynh nerukhomosti dlia yurydychnykh osib [TECOM Leasing. Real estate leasing for legal entities] TEKOM-Lizynh: veb-sait [TECOM Leasing: website]. Available at: https://tekom-lease.com.ua/uk/lizing-neruhomosti-dlya-yuridichnih-osi/ (accessed 10 Fabruary 2020).

20. Lizynhovyi kalkuliator. «TEKOM-Lizynh» [Leasing calculator. TEKOM-Leasing]. *TEKOM-Lizynh*: veb-sait [TECOM Leasing: website]. Available at: https://tekom-lease.com.ua/uk/lizingovij-kalkulyator/ (accessed 10 Fabruary 2020).

21. Lizynhovyi kalkuliator [Leasing calculator]. *Finansovyi kalkuliator* : veb-sait [Financial calculator: website]. Available at: https://fin-calc.org.ua/ua/lease/calculate/ (accessed 06 Fabruary 2020).

22. Biznes-ipoteka. Shvydke ta prozore oformlennia kredytu [Business mortgage. Fast and transparent credit clearance]. *PryvatBank*: veb-sait [PrivatBank: website]. Available at: https://privatbank.ua/business/biznes-ipoteka (accessed 10 Fabruary 2020).

23. Rozrakhunok strakhovky za kredytom [Credit insurance calculation]. *PryvatBank*: veb-sait [PrivatBank: website]. Available at: https://privatbank.ua/business/strahovoy-calc (accessed 10 Fabruary 2020).

24. Kredytnyi kalkuliator [Credit calculator]. *Finansovyi kalkuliator* : veb-sait. [Financial calculator: website]. Available at: https://fin-calc.org.ua/ua/credit/calculate/ (accessed 06 Fabruary 2020).

25. Kredytnyi kalkuliator spozhyvchykh kredytiv [Consumer loan credit calculator]. *Prostobiz: Pro biznes ta finansy*: veb-sait [Prostobiz: About Business and Finance: website]. Available at: https://www.prostobank.ua/servisy/kalkulyatory/pkk/ (accessed 15 Fabruary 2020).

26. Prohnoz makroekonomichnykh pokaznykiv na 2019 – 2022 rr. (2019) [Forecast of macroeconomic indicators for 2019 – 2022]. *Ukraine: Prospects for Development (Consensus Forecast)*, no. 49 (april), pp. 11–20.

27. Kommercheskaya nedvizhimost' v kredit v bankakh Ukrainy (2020) [Commercial real estate on credit in banks of Ukraine]. *Prostobiz: Pro biznes ta finansy*: veb-sait [Prostobiz: About Business and Finance: website]. Available at: https://www.prostobiz.ua/business/mortgagecredit (accessed 10 Fabruary 2020).

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ

ENTERPRISE PERSONNEL MANAGEMENT AS A DIRECTION FOR INCREASING PROFITS

УДК 331.1
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-56

Шкварук Д.Г.
викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
ернопільського національного економічного університету
Мазур В.Г.
викладач кафедри економіки, обліку та оподаткування
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету

Shkvaruk Dina
Vinnitsa Research Institute of Economy
Ternopil National Economic University
Mazur Vitaliy
Vinnitsa Research Institute of Economy
Ternopil National Economic University

У статті обґрунтовано теоретичні аспекти управління персоналом підприємства. На основі конкретного підприємства досліджено взаємозв'язок між витратами на розвиток персоналу та отриманим ним прибутком шляхом проведення кореляційно-регресійного аналізу. Обґрунтовано, що витрати на розвиток персоналу – це напрям, який відображає результативність діяльності підприємства у вигляді певного показника – прибутку або збитку. Прибуток підприємства є одним із найважливіших показників ефективності функціонування суб'єкта господарювання, його стабільності. Визначено, що найбільший зв'язок впливу на фінансовий прибуток мають витрати на розвиток персоналу, що включають витрати на навчання, підвищення кваліфікації, розвиток, стимулювання, проведення тренінгів та курсів різного роду тощо. Виокремлено напрями роботи з персоналом на підприємстві з метою інтенсифікації власних зусиль, зокрема кадрове планування, аналіз роботи, нормування праці й оцінка виконання, система стимулювання, організаційна культура, система заходів для адаптації нових працівників, навчання персоналу.

Ключові слова: *персонал, управління персоналом, кореляційно-регресійний аналіз, факторна ознака, результативна ознака, прибуток, витрати на управління персоналом.*

В статье обоснованы теоретические аспекты управления персоналом. На основе конкретного предприятия исследована взаимосвязь между затратами на развитие персонала и полученной им прибылью путем проведения корреляционно-регрессионного анализа. Обосновано, что затраты на развитие персонала – это направление, которое отражает результативность деятельности предприятия в виде определенного показателя – прибыли или убытка. Прибыль предприятия является одним из важнейших показателей эффективности функционирования предприятия, его стабильности. Определено, что наибольшую связь влияния на финансовую прибыль имеют расходы на развитие персонала, включающие расходы на обучение, повышение квалификации, развитие, стимулирование, проведение тренингов и курсов разного рода и т. д. Выделены направления работы с персоналом на предприятии с целью интенсификации собственных усилий, в частности кадровое планирование, анализ работы, нормирование труда и оценка исполнения, система стимулирования, организационная культура, система мер по адаптации новых сотрудников, обучение персонала.

Ключевые слова: *персонал, управление персоналом, корреляционно-регрессионный анализ, факторный признак, результативный признак, прибыль, расходы на управление персоналом.*

The article substantiates theoretical aspects of enterprise personnel management. Personnel management is one of the most important areas of strategic development of a modern enterprise. An enterprise-specific relationship is explored between the cost of staff development and the revenue they generate through correlation regression analysis. It is argued that personnel development costs are a trend that reflects the performance of an enterprise in the form of a specific indicator - profit or loss. The profit of the enterprise is one of the most important indicators of efficiency of functioning of the economic entity, its stability. As a result of the study, it was determined that the most important impact on the impact of financial profit is the cost of staff development, including the cost of training, training, development, incentives, training and courses of all kinds. It also highlighted areas of work with staff at the enterprise with the purpose of intensifying their efforts, in particular, personnel planning, analysis of work, normalization of work and performance appraisal, incentive system, organizational culture, system of measures for adapting new employees, staff training. With the effective combination of all these areas can be achieved maximum result in the implementation of personnel management of the enterprise. The system of measures for adaptation, training, stimulation of employees will help to qualitatively and quantitatively select the personnel at the enterprise, to ensure their soft entry into the organization and quick access to the required level of performance indicators, as well as to attract candidates who meet all the necessary requirements, facilitates retention already employees. It is worth noting that the level of training of competent workers capable of productive work in market conditions depends on how effectively the personnel management system of the enterprise functions. The success of the enterprise depends on specific people, their knowledge, competence, qualification, discipline, motivation, ability to solve problems, receptivity to learning.

Key words: *personnel, personnel management, correlation-regression analysis, factor trait, performance trait, profit, personnel management costs.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах функціонування суб'єктів господарювання присутня система вдосконалення управління підприємством, яка охоплює не лише процес розвитку та оновлення концепції управління, а й методи та інструменти, що використовуються під час його здійснення. Працівник, маючи особисті та професійні якості, перетворився з об'єкта управління на об'єкт вивчення з метою розроблення та застосування таких технологій, які дадуть змогу створити найкращі умови для реалізації потенціалу працівників та максимального задоволення їхніх очікувань та потреб. Зважаючи на це, виникає потреба в розробленні нових методів оцінювання взаємозв'язку між коштами, витраченими на розвиток персоналу, та отриманим у результаті прибутком. Варто зазначити, що від того, наскільки ефективно функціонує система управління персоналом підприємства, залежить рівень підготовки компетентних працівників, здатних до продуктивної роботи в ринкових умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідність наукового обґрунтування вивчення процесу управління персоналом та отриманим у результаті прибутком стала поштовхом в активізації досліджень у цьому напрямі. Теоретичні

та практичні аспекти оцінювання взаємозалежності процесу управління персоналом та впливом різних чинників висвітлено у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких: О.В. Ареф'єва, О.О. Бендасюк, Д.П. Богиня, З.С. Варналій, В.С. Васильченко, Т.П. Давидюк, С.Т. Дуда, Н.І. Єсінова, Г.Т. Звонівська, А.В. Калина, Н.В. Калєніна, Л.О. Корчевська, В.М. Лич, С.Р. Мельник, В.І. Приймак, С.Г. Радько, Л.В. Шаульська, К.М. Шило, А.В. Череп, Л.А. Янковська та ін. Проте постійний розвиток та зміни в зовнішньому середовищі підприємства вимагають удосконалення системи управління персоналом, ураховуючи всі чинники впливу на нього.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення теоретичних аспектів поняття «управління персоналом», дослідження кореляційно-регресійного аналізу взаємозв'язку між прибутком підприємства та величиною витрат на систему управління його персоналом та обґрунтування напрямів роботи з персоналом на підприємстві з метою інтенсифікації власних зусиль.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління персоналом виступає одним із найважливіших напрямів стратегічного розвитку сучасного підприємства. Успіх роботи підприємства залежить від конкретних людей, їхніх знань, компетентності, кваліфікації, дисципліни, мотивацій, здатності вирішувати проблеми, сприйнятливості до навчання. Для того щоб підприємство функціонувало ефективно, необхідно правильно організувати працівників, постійно контролюючи їхню діяльність, при цьому використовуючи різні ефективні методи управління персоналом, засновані на наукових засадах.

Досліджуючи поняття «управління персоналом», варто зазначити, що дану категорію часто ототожнюють із менеджментом управління, кадровим менеджментом. Здебільшого під управлінням персоналу розуміють «сукупність логічно пов'язаних дій», «діяльність керівного складу». Однак автори не враховують того, що управління персоналом є однією з умов управління розвитком підприємства.

М.Д. Виноградський, С.В. Беляєва, А.М. Виноградська вважають, що управління персоналом – це соціально-економічна система в організації, основними комплексними завданнями та функціями якої є планування, прогнозування, маркетинг персоналу, його розвиток, аналіз засобів мотивації, створення оптимальних умов праці, розроблення організаційної структури управління, регулювання трудових відносин, облік персоналу, надання юридичних послуг тощо [1, с. 125].

На думку О.В. Крушельницької, управління персоналом включає діяльність керівного складу організації з розроблення концепції, стратегій кадрової політики і методів управління людськими ресурсами. Це системний, планомірно організований вплив через систему взаємопов'язаних, організаційно економічних і соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку й використання потенціалу робочої сили [2, с. 247].

Також варто погодитися з твердженням А.С. Пелиха, що управління персоналом – це сукупність логічно пов'язаних дій, спрямованих на оптимізацію трудових ресурсів підприємства в аспекті їхньої діяльності, якісних і кількісних характеристик, із метою раціонального досягнення поставлених перед організацією цілей [3, с. 189].

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку залежності між витратами на персонал та розміром чистого прибутку ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика»

Роки	Чистий прибуток, тис грн	Витрати на розвиток персоналу, тис грн	Розрахункові величини			Теоретичне значення результатів показника
	У	Х	$У^2$	$Х^2$	УХ	$У_x$
2009	2961	28,9	8767521	835,21	85572,9	71,9
2010	3168	31,2	10036224	973,44	98841,6	435,3
2011	3588	46,2	12873744	2134,44	165765,6	2805,3
2012	3545	50,3	12567025	2530,09	178313,5	3453,1
2013	3381	42,00	11431161	1764	142002	2141,7
2014	2679	28,5	7177041	812,25	76351,5	8,7
2015	5378	52,3	28922884	2735,29	281269,4	3769,1
2016	7000	54,6	49000000	2981,16	382200	4132,5
2017	7376	51,3	54405376	2631,69	378388,8	3611,1
2018	7583	56,8	57501889	3226,24	430714,4	4480,1
Всього	46659	442,1	252682865	20623,81	2219420	24908,8
В серед	4665,9	44,21	25268287	2062,381	221942	2490,88

Джерело: розраховано на основі даних підприємства

Тобто існує чимало визначень управління персоналом, аналізуючи їх, можна сказати, що управління персоналом включає сукупність методів, принципів, способів, які забезпечують основні напрями роботи з персоналом, тим самим сприяючи ефективності господарської діяльності підприємства.

Складність організації управління персоналом полягає у тому, що під час роботи з людськими ресурсами потрібно добре знати певні психологічні особливості кожного працівника, тому проблема ефективного управління виробництвом залежить від ефективної роботи з персоналом.

Управління персоналом на будь-якому підприємстві – це робота з працівниками, в яких також потрібно вкладати значні кошти, щоб у майбутньому мати змогу за рахунок збільшення результативності роботи отримувати більший прибуток. Виходячи із цього, можна стверджувати про наявність кореляційного зв'язку між прибутком підприємства та величиною витрат на систему управління його персоналом, до яких варто віднести витрати на навчання, підвищення кваліфікації, розвиток, стимулювання, проведення тренінгів та курсів різного роду тощо.

Для більш детального опису даної взаємозалежності було взято ПрАТ «Вінницька харчосмакова фабрика», де факторною ознакою будуть витрати на управління персоналом, а результативною – чистий прибуток (табл. 1). Дані для кореляційного аналізу доцільно взяти за останні 10 років, тобто за період 2009–2018 рр.

Кореляційний аналіз включає у себе такі послідовні стадії:

1) встановлення і відбір найбільш істотних ознак для аналізу;

2) визначення напряму й форми зв'язку результативного і факторних показників та вибору типу математичного рівняння для аналізу існуючих зв'язків;

3) розрахунок характеристик кореляційної залежності;

4) статистична оцінка вибіркових показників зв'язку.

Основне завдання кореляційного аналізу – визначення зв'язку між випадковими змінними й оцінювання його інтенсивності та напряму [4, с. 56]. Отже, відповідні коефіцієнти кореляції показують щільність зв'язку між ознаками.

Виходячи з даних досліджень, можна зробити висновок про вибір типу математичного рівня для кількісної оцінки зв'язку. Отже, витрати на управління персоналом (Х) прямо пропорційно впливають на розмір чистого прибутку (У).

Прямолінійну форму зв'язку визначають за рівнянням прямої:

$$У_x = \alpha_0 + \alpha_1 x, \quad (1)$$

де $У_x$ – теоретичні значення результативної ознаки;

α_0 – початок відліку;

α_1 – коефіцієнт регресії.

Параметри a_0 і a_1 обчислюються за формулою найменших квадратів. Спосіб найменших квадратів зводиться до складання і розв'язання системи двох рівнянь із двома невідомими:

$$\sum y = na_0 + a_1 \sum x, \quad (2)$$

$$\sum xy = a_0 + a_1 \sum x^2, \quad (3)$$

де n – кількість спостережень.

Розв'язавши цю систему рівнянь у загальному вигляді, матимемо формули для визначення параметрів α_0 і α_1:

$$a_0 = \frac{\Sigma x^2 \Sigma y - \Sigma x \Sigma xy}{n\Sigma x^2 - \Sigma x \Sigma x}. \quad (4)$$

$$a_1 = \frac{n\Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{n\Sigma x^2 - \Sigma x \Sigma x}. \quad (5)$$

Підставимо підсумкові дані з табл. 1 у наведені вище формули і дістанемо:

$$a_0 = \frac{20623{,}81 \times 46659 - 442{,}1 \times 2219420}{10 \times 20623{,}81 - 442{,}1 \times 442{,}1} = -1754{,}1$$

$$a_1 = \frac{10 \times 2219420 - 442{,}1 \times 46659}{10 \times 20623{,}81 - 442{,}1 \times 442{,}1} = 145{,}2$$

Отже, рівняння кореляційного зв'язку між досліджуваними показниками матиме такий вигляд:

$$У_x = -1754{,}1 + 145{,}2x.$$

Значення a_1 називається коефіцієнтом регресії, воно показує, що за зростання витрат на розвиток персоналу на 1 тис грн чистий прибуток зросте на 145,2 тис грн.

Визначимо коефіцієнт кореляції за формулою:

$$r = \frac{\overline{xy} - \overline{x} \times \overline{y}}{\delta_x \times \delta_y}, \quad (6)$$

де $\overline{xy}$ – середня величина з парного добутку = 221942;

$\overline{x}$ – середня величина фактичної ознаки = 44,21;

$\overline{y}$ – середня величина результативної ознаки = 4665,9;

δ_x – середнє квадратичне відхилення фактичної ознаки;

δ_y – середнє квадратичне відхилення результативної ознаки:

$$\delta_x = \sqrt{\frac{\sum x^2}{n} - (\overline{x})^2} \quad (7)$$

$$\delta_y = \sqrt{\frac{\sum y^2}{n} - (\overline{y})^2} \quad (8)$$

$$\delta_x = \sqrt{\frac{20623{,}81}{10} - (44{,}21)^2} = 10{,}39$$

$$\delta_y = \sqrt{\frac{252682865}{10} - (4665{,}9)^2} = 1870{,}2$$

$$r = \frac{221942 - 44{,}21 \times 4665{,}9}{10{,}39 \times 1870{,}2} = 0{,}80.$$

Коефіцієнт кореляції показує, що між фактором і результативною ознакою існує тісний (сильний) зв'язок.

На основі коефіцієнту кореляції визначаємо коефіцієнт детермінації:

$$D = r^2 \times 100\% . \quad (9)$$

Підставивши у формулу значення коефіцієнта кореляції, отримаємо:

$$D = r^2 \times 100\% = (0{,}80)^2 \times 100\% = 64\% .$$

Отже, розрахунки по даному підприємству показують, що варіація обсягу чистого прибутку на 64% залежить від витрат на управління персоналом, а решта 36% – це вплив інших факторів. Тому чітко видно взаємозалежність кількості вкладених коштів у персонал та суми прибутку, отриманого в результаті.

Для підвищення прибутковості суб'єкта господарювання першочергову увагу потрібно приділяти питанню добору висококваліфікованого персоналу. Слід інтенсифікувати такі напрями роботи з персоналом:

– кадрове планування: правильно визначати якісну і кількісну потребу в персоналі, задати чіткі орієнтири щодо професійної приналежності, кваліфікації і чисельності організації працівників;

– аналіз роботи, нормування праці й оцінка виконання: дають змогу виробити вимоги і критерії, відповідно до яких будуть відбиратися кандидати на конкретні вакантні посади; оцінка робочих показників нових працівників після деякого періоду їхньої роботи в організації дає змогу визначити ефективність самого процесу добору;

– система стимулювання: допомагає виробити політику стимулювання праці і набір стимулів, спрямованих на залучення кандидатів, що відповідають усім необхідним вимогам, а також сприяє утриманню вже найнятих працівників;

– організаційна культура: порядки, норми поводження і трудові цінності, які культивуються в організації, враховуються під час установлення критеріїв, використовуваних у процесі пошуку і добору нових працівників;

– система заходів для адаптації нових працівників до роботи в організації і до трудового колективу: важливо не тільки відібрати найкращих працівників, а й забезпечити їх м'яке входження в організацію і швидкий вихід на необхідний рівень робочих показників;

– навчання – це продовження процесу добору й адаптації нових працівників. Воно спрямоване як на освоєння новачками необхідних для успішної роботи знань і навичок, так і на передачу їм установок і пріоритетів, що становлять ядро організаційної культури [5, с. 7–14].

Висновки з проведеного дослідження. Загальною та головною метою управління персоналом є забезпечення відповідних якісних та кількісних характеристик персоналу цілям підприємства. Тобто управління персоналом передусім повинне здійснюватися через управління його трудовим потенціалом, що нерозривно пов'язане з витратами на його розвиток.

Отже, підсумовуючи, варто відзначити, що управління персоналом це – сукупність логічно пов'язаних дій, які в поєднанні з усіма напрямами роботи з персоналом дають можливість підвищити ефективність господарської діяльності підприємства. Під час здійснення кореляційно-регресійного аналізу можна наглядно спостерігати взаємозв'язок між коштами, вкладеними в працівників, та збільшенням результативної роботи, а виходячи із цього, можна говорити про безпосередній зв'язок між прибутком підприємства та величиною витрат на управління його персоналом.

Також слід звернути увагу на такі напрями роботи з персоналом, як кадрове планування, аналіз роботи, нормування праці й оцінка виконання, система стимулювання, навчання, організаційна культура, система заходів для адаптації нових працівників. За ефективного поєднання всіх перерахованих напрямів можна досягти максимального результату під час здійснення управління персоналом підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Виноградський М.Д., Беляєва С.В., Виноградська А.М. Управління персоналом: навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 504 с.

2. Крушельницька О.В. Управління персоналом : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2013. 296 с.

3. Пелих А.С. Экономика предприятия и отрасли промышленности ; 3-е изд., перераб. и доп. Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. 602 с.

4. Руденко В.М. Математична статистика : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 304 с.

5. Кичко І.Г., Горбаченко М.О. Інновації в управлінні персоналом та сучасний ринок праці: аспекти взаємодії. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 1. С. 7–14.

REFERENCES:

1. Vynohradskyi M. D., Beliaieva S. V., Vynohradska A. M. (2006) Upravlinnia personalom [Personnel management]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury. (in Ukrainian)

2. Krushelnytska O. V. (2013) Upravlinnia personalom [Personnel management]. Kyiv: Kondor. (in Ukrainian)

3. Pelykh A. S. (2012) Ekonomika predpriyatiya i otrasli promyshlennosti [Business Economics and Industries]. Rostov-na-Donu: Feniks. (in Russian)

4. Rudenko V. M. (2012) Matematychna statystyka [Mathematical statistics]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury. (in Ukrainian)

5. Kychko I. H., Horbachenko M.O. (2017) Innovatsii v upravlinni personalom ta suchasnyi rynok pratsi: aspekty vzaiemodii [Innovation in personnel management and the modern labor market: aspects of interaction]. Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia, no 1. Pp. 7-14. (in Ukrainian)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА
THEORETICAL FOUNDATIONS OF ENTERPRISE STRATEGIC MARKETING

УДК 339.138
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-57

Шквиря Н.О.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Таврійський державний
агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Shkvyrya Natalya
Dmytro Motornyi Tavria State
Agrotechnological University

У статті розглянуто теоретичні основи стратегічного маркетингу підприємства. Узагальнено наукові засади сутності економічної категорії «стратегічний маркетинг» та розкрито організаційно-економічні особливості використання стратегічного маркетингу в системі управління підприємством. Зазначено, що стратегічний маркетинг являє собою процес оцінки впливу зовнішніх чинників, вибір стратегічної позиції на ринку з урахуванням цілей і розроблення моделей адекватного реагування на вплив зовнішніх і внутрішніх чинників із метою розроблення стратегічних рішень, що забезпечують цільову позицію на ринку. Основними елементами системи стратегічного маркетингу автором виділено аналітично-планову, функціональну, контролюючу підсистеми. Встановлено, що найважливішим компонентом аналітично-планової підсистеми стратегічного маркетингу на етапах встановлення цілей і ситуаційного аналізу виступає аналіз стратегічної ситуації, в якій знаходиться підприємство. Сформульовано роль стратегічного маркетингу підприємства та визначено принципи його реалізації.

Ключові слова: *маркетинг, стратегічний маркетинг, система стратегічного маркетингу, маркетингова стратегія, стратегічний аналіз, стратегія підприємства.*

В статье рассмотрены теоретические основы стратегического маркетинга предприятия. Обобщены научные основы сущности экономической категории «стратегический маркетинг» и раскрыты организационно-экономические особенности использования стратегического маркетинга в системе управления предприятием. Отмечено, что стратегический маркетинг представляет собой процесс оценки воздействия внешних факторов, выбор стратегической позиции на рынке с учетом целей и разработку моделей адекватного реагирования на влияние внешних и внутренних факторов с целью разработки стратегических решений, обеспечивающих целевую позицию на рынке. В качестве основных элементов системы стратегического маркетинга автором выделены аналитически-плановая, функциональная, контролирующая подсистемы. Установлено, что важнейшим компонентом аналитическо-плановой подсистемы стратегического маркетинга на этапах установления целей и ситуационного анализа выступает анализ стратегической ситуации, в которой находится предприятие. Сформулирована роль стратегического маркетинга предприятия и определены принципы его реализации.

Ключевые слова: *маркетинг, стратегический маркетинг, система стратегического маркетинга, маркетинговая стратегия, стратегический анализ, стратегия предприятия.*

In the article the enterprise strategic marketing the theoretical bases are considered. The scientific foundations of the economic category the essence "strategic marketing" are generalized and the organizational and economic features of the use of strategic marketing in the enterprise management system are revealed. It is investigated that the implementation of the modern marketing paradigm is objectively conditioned by the promotion of strategic marketing as the most important function of the enterprise management system. It is stated that strategic marketing is a process of assessing the impact of external factors, the choice of strategic position in the market, taking into account the goals and the development adequate response models to the influence of external and internal factors, in order to develop strategic decisions that ensure the target position in the market. The importance and place of the strategic marketing system as central in the strategic management of the enterprise is substantiated. The principles of strategic marketing are defined: scientific and analytical prediction, accounting and coordination of external and internal factors of development, compliance of tactics and management of the enterprise, certainty of strategy and organization of strategic control. As the main elements of the strategic marketing system, the author has identified the following subsystems: analytical, planned, functional, controlling. It is established that the most important component of the analytical and planning subsystem of strategic marketing in the stages of goal setting and situational analysis is the analysis of the strategic situation in which the enterprise is located. The elements of strategic marketing planning and the methods and models used in this process are identified. It is substantiated that within the system an enterprise strategic marketing the tasks of developing a marketing strategy are solved, including strategic analysis of environment, market, competition and business factors, identifying tendencies of business development, setting goals of the enterprise and its economic units, choice of target market strategies, defining marketing goals and positioning programs. The role of the enterprise strategic marketing is formulated and principles of its realization are defined. Generalized tasks that solve the strategic marketing of the enterprise.

Key words: *marketing, strategic marketing, system of strategic marketing, marketing strategy, strategic analysis, enterprise strategy.*

Постановка проблеми. У сучасній парадигмі управління підприємство розглядається як відкрита система, результати діяльності якої визначаються позицією на ринку, здатністю до інновацій, продуктивністю, розвитком персоналу, а також якістю продукції. Високу значимість набуває маркетинговий підхід до вирішення проблем управління.

В умовах нестабільного ринкового середовища маркетинг розглядається не тільки як одна з функцій систем управління, а й передусім як глобальна функція, яка визначає зміст усієї діяльності підприємства. Завдання маркетингу при цьому не обмежується збутовою діяльністю та впровадженням маркетингової програми дій. Маркетинг повинен бути орієнтований на виявлення потенційних ринків на основі як існуючих, так і потенційних потреб, на забезпечення швидкої адаптації до змін у зовнішньому середовищі і розвиток стратегічного мислення, що визначає перспективи розвитку підприємства.

Необхідність перебудови діяльності підприємства на основі стратегічного маркетингу викликана змінами у зовнішньому середовищі, передусім зростанням його невизначеності. Традиційний підхід до маркетингу, орієнтований на короткостроковий період і на досягнення заданих обсягів

продажів за допомогою використання деяких тактичних прийомів, сьогодні не здатний забезпечити адаптивність до змін зовнішнього середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблем стратегічного маркетингу присвячено роботи багатьох зарубіжних і вітчизняних учених: Г. Ассель, Л.В. Бабаченко, В.Г. Герасимчука, М.М. Дмитрука, Дж. Дея, Л.Л. Калініченко, Д. Кревенса, Н.В. Куденко, Ж. Ламбена, Є.Г. Панченка та ін. Разом із тим аналіз літератури з проблеми призводить до висновку про недостатню розробленість теоретичної бази стратегічного маркетингу підприємства.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення наукових засад сутності економічної категорії «стратегічний маркетинг» та розкриття організаційно-економічних особливостей використання стратегічного маркетингу в системі управління підприємством

Виклад основного матеріалу дослідження. Розкриваючи сутність стратегічного маркетингу, необхідно відзначити, що в економічній літературі не існує єдиного визначення поняття «стратегічний маркетинг», однак, незважаючи на різні підходи до визначення даної категорії, дослідників і практиків, що працюють у даній сфері, об'єднує кілька моментів. Одні автори ототожнюють розглянутий феномен із маркетингом узагалі, інші – зі стратегічним менеджментом, треті фактично називають концепцією соціально-етичного маркетингу.

Отже, виникає потреба в тому, щоб, виходячи з реалій сьогоднішньої ринкової економіки, знайти таке трактування даного поняття, яке б відображало його специфічність і водночас приналежність до маркетингу в цілому.

На думку Г. Асселя, стратегічний маркетинг являє собою концепцію, згідно з якою основа маркетингового планування – виявлення маркетингових можливостей, акцентування ролі маркетингу під час розроблення нових продуктів і, крім того, орієнтація на довгострокове планування напряму росту підприємства [1].

За Д. Кревенсом «стратегічний маркетинг – це процес розроблення стратегії, яка враховує мінливі чинники зовнішнього середовища і спрямована на підвищення ступеня задоволення потреб споживачів. Стратегічний маркетинг передусім спрямований на підвищення ефективності роботи компанії у цілому, а не тільки на збільшення обсягу продажів» [6].

Американський учений Дж. Дей уважає, що «стратегічна маркетингова діяльність базується на основних чотирьох виборах (AAAA (arena, advantage, access, activities)). Arena (арена) – це та сфера, яку бізнес визначає для своєї діяльності, ті сегменти ринку, на яких він буде обслуговувати споживачів. Advantage (перевага) – це найбільш висока цінність для споживача, яка є лакмусовим папірцем для перевірки конкурентоздатності організації. Access (доступ) – це вихід на потрібний ринок через відповідні канали дистрибуції та комунікацій. Activities (діяльність) – це асортимент та масштаби, тобто що саме та скільки бізнес буде пропонувати ринку» [4].

Ж.Ж. Ламбен так визначає поняття стратегічний маркетинг: «Процес, який здійснюється фірмою з ринковою мотивацією з метою досягнення показників, що перевищують середньоринкові, шляхом систематичного проведення політики створення товарів і послуг, що забезпечують споживача товарами вищої цінності, ніж у конкурентів». Надалі він конкретизує це визначення: «Систематичний і постійний аналіз потреб і вимог ключових груп споживачів, а також розроблення концепцій ефективних товарів або послуг, що дають змогу компанії обслуговувати вибрані групи покупців краще, ніж конкуренти, і тим самим забезпечують виробнику стійку конкурентну перевагу» [7].

У представленому визначенні автор концентрує увагу на адаптації до чинників зовнішнього середовища і не визначає, яким шляхом фірма може забезпечити унікальну позицію на ринку, яким чином визначити конкурентні переваги й у чому стратегічний характер маркетингу.

Стратегічний потенціал маркетингу, на нашу думку, лежить, перш за все, у сферах, пов'язаних з аналізом конкурентного ринку, визначенням перспектив розвитку підприємства і розподілом ресурсів. Маркетингові дослідження повинні бути спрямовані на вивчення стану існуючих ринків, визначення та оцінку нових можливостей. Стан існуючих ринків визначається їх сегментацію і позиціонуванням підприємства. Портфельна стратегія розподілу повинна дотримуватися балансу між поточною діяльністю і новими можливостями підприємства, і тут істотного значення набувають маркетингові дослідження попиту на нові товари, а також розроблення життєвого циклу товару.

Професор Ж.Ж. Ламбен у фундаментальній монографії «Стратегічний маркетинг» розглядає два аспекти розуміння маркетингу, протиставляючи маркетинг стратегічний і маркетинг операційний. Маркетинг стратегічний у його розумінні – «це систематичний і постійний аналіз потреб і вимог ключових груп споживачів, а також розроблення концепцій ефективних товарів і послуг ... що забезпечують їх виробнику стійку конкурентну позицію». Завдання операційного маркетингу більш утилітарні – це «організація збуту, продажів і політики комунікації для інформування потенційних покупців і демонстрація характерних якостей товару за зниження витрат на пошук покупців» [7].

Вітчизняний учений-маркетолог М.М. Дмитрук стверджує, що стратегічний маркетинг – це інтелектуальний вид діяльності з вивчення, маркетингового

аналізу та прогнозування стану зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства з метою участі у визначенні місії та цілей підприємства, розробленні стратегії його розвитку та формуванні сприятливих передумов ефективної її реалізації, що забезпечило б підприємству досягнення конкурентних переваг.

На думку вченого, предметом стратегічного маркетингу є участь маркетингу в системі стратегічного управління підприємством, у тому числі: маркетинговий аналіз та прогнозування стану зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства; участь у визначенні його місії та цілей; вибір та обґрунтування загальнофірмової стратегії; участь в управлінні портфелем бізнесу; сегментація ринку; позиціонування; розроблення стратегії маркетингу; розроблення програми тактичного маркетингу та ін. [3].

Л.В. Бабаченко стверджує, що використання концепції стратегічного маркетингу має орієнтувати підприємство на те, щоб базувати свою діяльність на стратегічних можливостях, розробляти системи моніторингу та аналізу конкурентоспроможності, підвищувати здатність адаптації до змін зовнішнього середовища і регулярно переглядати бізнес-портфель з урахуванням зміни загальної стратегії підприємства [2].

Л.Л. Калініченко вважає, що призначення стратегічного маркетингу полягає у взаємоузгодженні маркетингових цілей із можливостями підприємства, вимогами споживачів, використанні слабких позицій конкурентів і власних конкурентних переваг [5].

Визначаючи стратегічний маркетинг як цілеспрямований процес впливу господарського суб'єкта на об'єкт ринкових відносин, ми виходимо з того, що це пов'язано не тільки з визначенням позицій на ринку, а й із розробленням комплексу дій, що вимагають вироблення концепції стратегічної політики, яка, своєю чергою, виступає основою для визначення механізму тактичних дій.

Якщо розглядати стратегічний маркетинг як одну зі складових частин стратегічного менеджменту, то слід визнати, що роль стратегічного маркетингу полягає у формуванні філософії поведінки підприємства і прогнозуванні своїх дій з урахуванням вибраних орієнтирів і цілей на ринку. Іншими словами, стратегічний маркетинг – це процес, що включає прогноз поведінки на ринку і розроблення стратегічного плану дій. Розроблення й обґрунтування стратегії маркетингу має базуватися на

Таблиця 1

Компоненти системи стратегічного маркетингу на підприємстві

Типи підсистем	Основні етапи стратегічного планування	Елементи стратегічного маркетингового планування	Методи і моделі, які використовуються
1. Аналітично-планова	Етап 1. Встановлення цілей	Визначення місії та цілей	
	Етап 2. Стратегічний аналіз	Оцінка ринку: - структура ринку; - ринкові тенденції; - ринкові сегменти; - аналіз резервів	Аудит маркетингу, маркетингові дослідження, ринкова сегментація. GAP-аналіз, аналіз ЖЦТ, матриця Ансоффа, моделі прогнозування
		Можливості / загрози (по товарах, по сегментах, у цілому по ринку)	SWOT-анализ, PEST-аналіз
		Сильні і слабкі сторони (по товарах, по сегментам, в цілому по ринку)	Матриця основних факторів успіху, ринкові дослідження ринкова сегментація
		Проблеми і дії у сфері товарів, сегментів і ринків	
		Портфельний аналіз	Матриця BCG, McKinsey, матриця спрямованої політики Shell/DPM,
		Гіпотези, припущення	Зниження ризиків гіпотез
	Етап 3 Вибір цілей і стратегій	Маркетингові цілі: - стратегічне фокусування; - товарний асортимент; - розроблення нових товарів; - розширення ринків збуту; - цільові групи покупців	матриця Портера матриця Ансоффа матриця BCG матриця спрямованої політики Shell/DPM, GAP-аналіз
2. Функціональна	Етап 4. Формування стратегії		
3. Контролююча	Етап 5 Розподіл ресурсів і моніторинг виконання планів	Визначення потреби в ресурсах	Моделі прогнозування. Бюджетування

Джерело: власні дослідження автора

позиціях стратегічного менеджменту, оскільки останній визначає вектор розвитку підприємства і встановлює стратегічні орієнтири та цілі. До числа основних принципів стратегічного маркетингу слід віднести науково аналітичне передбачення, облік і узгодження зовнішніх та внутрішніх чинників розвитку, відповідність тактики й управління підприємством, визначеність стратегії та організацію стратегічного контролю. Важливу роль під час розроблення стратегії маркетингу, на нашу думку, відіграє процес відстеження можливостей управління з урахуванням чинників зовнішнього середовища. При цьому процес аналізу зовнішнього середовища дає змогу виявити можливості підприємства для реалізації стратегії на основі регулювання зовнішніх чинників, що сприяє його адаптації до дій конкурентів і зовнішнього середовища у цілому.

Наведені логічні роздуми дали нам змогу внести низку уточнень у визначення стратегічного маркетингу. Стратегічний маркетинг являє собою процес оцінки впливу зовнішніх чинників, вибір стратегічної позиції на ринку з урахуванням цілей і розроблення моделей адекватного реагування на вплив зовнішніх і внутрішніх чинників із метою розроблення стратегічних рішень, що забезпечують цільову позицію на ринку.

Ґрунтуючись на принципах теорії систем, можна визначити стратегічний маркетинг як сукупність елементів, що забезпечують досягнення корпоративних цілей. Визначальною умовою виділення елементів системи для стратегічного маркетингу є досягнення підприємством стратегічних цілей. Пріоритетне значення системи стратегічного маркетингу пов'язано з її впливом на реалізацію стратегічних цілей підприємства. У процесі стратегічного управління вибір цілей і орієнтирів розвитку підприємства зумовлюється умовами зовнішнього середовища, що передбачає об'єктивне знання й уміння досліджувати стан зовнішнього оточення та адекватно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури. Стратегічний маркетинг забезпечує реалізацію цього завдання на основі глибокого дослідження ринку, попиту, макро- і мікросередовища. Розвиток можливостей підприємства за рахунок удосконалення внутрішнього ресурсного потенціалу проводиться на основі формування конкурентних стратегій, що забезпечують активний вплив на ринок, купівельні переваги і конкурентів.

Розглядаючи стратегічний маркетинг як систему ринкового управління, яка забезпечує приведення можливостей фірми у відповідність до вимог зовнішнього оточення, автор обґрунтовує значущість і місце системи стратегічного маркетингу як центральної в процесі стратегічного управління підприємством.

Основними елементамисистеми стратегічного маркетингу автором виділено аналітично-планову, функціональну, контролюючу підсистеми.

Табл. 1 містить опис усіх компонентів системи стратегічного маркетингу та її інструментарію. Найважливішим компонентом аналітично-планової підсистеми стратегічного маркетингу на етапах установлення цілей і ситуаційного аналізу виступає аналіз стратегічної ситуації, в якій знаходиться підприємство. Стратегічна позиція визначається станом галузі, тенденціями її розвитку, умовами конкуренції, ситуацією всередині самого підприємства та її конкурентоспроможним статусом.

Процес розроблення стратегічного плану передбачає обґрунтування позиції для кожної функції з урахуванням їхнього внеску в забезпечення необхідними ресурсами підприємства. З урахуванням цих передумов нами сформульовано роль стратегічного маркетингу:

– встановлення позиції підприємства на ринку, яка забезпечить задоволення цільових споживачів з урахуванням зміни чинників зовнішнього середовища;

– розроблення конкурентних стратегій для забезпечення адекватної ринкової позиції й обґрунтування відповідних бізнес- і функціональних стратегій;

– укладення угоди з керівництвом і функціональними службами з метою інтеграції всіх стратегій і посилення орієнтації на споживача;

– формування спільно з фінансовою службою на основі короткострокових критеріїв ціннісних орієнтирів для всіх учасників мікросередовища підприємства.

У зв'язку із цим ми вважаємо, що стратегічний маркетинг займає провідну роль на підприємстві, носить інтегрований характер на основі об'єднання корпоративної, бізнес- і функціональних стратегій.

Таким чином, використання концепції стратегічного маркетингу має орієнтувати підприємство на те, щоб:

– базувати свою діяльність на стратегічних можливостях;

– розробляти системи моніторингу та аналізу конкурентоспроможності;

– підвищувати здатність адаптації до змін у середовищі;

– регулярно переглядати бізнес-портфель з урахуванням зміни загальної стратегії підприємства.

До найважливіших принципів реалізації стратегічного маркетингу належать:

– орієнтація на глобальні цілі підприємства;

– довгострокова орієнтація, виявлення можливостей розвитку підприємства з урахуванням загальних тенденцій чинників зовнішнього і внутрішнього середовища;

– позиціонування фірми з урахуванням цілей і вибраних стратегій, наявних стратегічних чинників;

– сценарний підхід до розроблення стратегії;

– системність під час розроблення та реалізації стратегії бізнес-одиниць.

Для виконання своєї глобальної місії стратегічний маркетинг покликаний вирішувати такі завдання:

1. Розвиток стратегічного бачення, мислення і визначення перспектив розвитку ринків, галузей, підприємства.

2. Пошук нових сфер діяльності, ринків і споживачів.

3. Вибір і обґрунтування ринкової позиції підприємства.

4. Розроблення стратегії для підтримки вибраної позиції на ринку.

5. Пошук, розвиток нових інноваційних товарних концепцій.

6. Інтеграція функціональних, бізнес- і корпоративної стратегій.

7. Оптимізація ризиків під час виходу на нові ринки, освоєння нового асортименту.

8. Забезпечення позитивного синергічного ефекту між функціональними стратегіями, виробничими одиницями, елементами товарного асортименту й інструментами маркетингу.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, реалізація сучасної парадигми маркетингу здійснюється шляхом упровадження стратегічного маркетингу як основної функції управління підприємством. Виявлені об'єктивні передумови та тенденції посилення конкуренції визначають необхідність переходу до стратегічного маркетингу. Автором представлено власне трактування стратегічного маркетингу, в основу якого покладено процес оцінки впливу зовнішніх чинників, вибір стратегічної позиції на ринку з урахуванням цільових установок і розроблення моделей адекватного реагування на вплив зовнішніх і внутрішніх чинників із метою розроблення стратегічних рішень, що забезпечують цільову позицію підприємства на ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник для вузов. Москва : ИНФРА-М, 1999. 804 с.

2. Бабаченко Л.В. Стратегічний маркетинг у системі управління промисловим підприємством. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2017. Вип. 15. С. 11–15.

3. Дмитрук М.М. Стратегічний маркетинг: теоретичні основи та оцінка рівня імплементації в діяльності вітчизняних. *Проблеми економіки та управління.* 2003. № 484. URL : http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/9047/1/09.pdf (дата звернення: 28.01.2020).

4. Дэй Дж. Стратегический маркетинг. Москва : Эксмо-пресс, 2002. 632 с.

5. Калініченко Л.Л. Стратегічний маркетинг як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 7. Ч. 3. С. 39–41.

6. Кревенс Д. Стратегический маркетинг / пер. с англ. ; 6-е изд. Москва : Вильямс, 2008. 752 с.

7. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / пер. с франц. Санкт-Петербург : Наука, 1996. 589 с.

8. Олексенко Р.І., Краскова І.О., Поліщук М.М. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2011. № 11. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_21 (дата звернення: 04.02.2020).

9. Шквиря Н.О. Застосування методу портфельного аналізу в стратегічному маркетингу підприємства. *Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 16–18 жовтня 2019 р. Херсон : ФОП Вишемирський В.С., 2019. С. 421–424.

10. Шквиря Н.О. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії молокопереробного підприємства. *Інфраструктура ринку.* 2019. № 29. URL : http://www.market-infr.od.ua/uk/29-2019.

11. Шквиря Н.О. Розробка товарної стратегії підприємства. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 19 квітня 2019 р. Київ : КНЕУ, 2019. С. 67–71.

REFERENCES:

1. Assel G. (1999) Marketing: principi i strategiya [Marketing: principles and strategy]. Moscow: INFRA-M. (in Russian)

2. Babachenko L.V. (2017) Strategichnii marketing u sistemi upravlinnya promislovim pidpriemstvom [Strategic marketing in management systems is considered by enterprises]. Science News of Uzhgorod National University. no. 15, pp. 11–15.

3. Dmitruk M.M. (2003) Strategichnii marketing: teoretichni osnovi ta ocinka rivnya implementacії v diyalnosti vitchiznyanih [Strategic marketing: the theoretical basis of the assessment of implementation and activities implementation]. Problems of economy and management. no. 484 Available at: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/9047/1/09.pdf (accessed: 28 January 2020).

4. Dey D. (2002) Strategicheskiy marketing [Strategy marketing]. Moscow: EKSMO-Press. (in Russian)

5. Kalinichenko L. L. (2014) Strategichnii marketing yak faktor pidvischennya konkurentospromojnosti pidpriemstva [Strategic marketing as a factor of increasing the competitiveness of the enterprise]. Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Economic Sciences. vol. 7, no. 3, pp. 39-41.

6. Cravens D. (2008) Strategicheskii marketing [Strategic Marketing]. Moscow: Williams. (in Russian)

7. Lambén J.J. (1996) Strategicheskii marketing. Evropeiskaya perspektiva [Strategic Marketing. The European perspective]. St. Petersburg: Nauka (in Russian)

8. Shkvira N.O. (2019) Zastosuvannya metodu portfelnogo analizu v strategichnomu marketingu pidpriemstva [Application of the method of portfolio analysis in strategic marketing of the enterprise] Problemi i tendencії rozvitku suchasnoї ekonomiki v umovah integraciinih procesiv: teoretichni ta praktichni aspekti (Ukraine, Kherson, October 16-18, 2019), Kherson: FOP Vishemirskii V.S., pp. 421-424.

9. Oleksenko R.I., Kraskov I.O., Polishchuk M.M. (2011) Funkciї ta rol marketingu v suchasnih umovah gospodaryuvannya [Functions and role of marketing in modern economic conditions] Efektivna ekonomika [An efficient economy] (electronic journal), no. 11. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_21 (accessed 4 February 2020)

10. Shkvira N.O. (2019) Obr'runtuvannya viboru marketingovoї strategiї molokopererobnogo pidpriemstva [Substantiation of choice of marketing strategy of dairy enterprise] Infrastruktura rinku [Market infrastructure] (electronic journal), no. 29, pp. 324−329. Available at: http://www.market-infr.od.ua/uk/29-2019 (accessed 20 January 2020)

11. Shkvira N.O. (2019) Rozrobka tovarnoї strategiї pidpriemstva [Development of enterprise product strategy] Ekonomichna analitika: suchasni realiї ta prognostichni mozhlivosti (Ukraine, Kiev, April 19, 2019), Kiev: KNEU, pp. 67-71.

РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

ПРИЗНАЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ У РОЗРІЗІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

APPOINTMENT OF ENTREPRENEURIAL UNIVERSITYIN VIEW OF THE STRATEGIC PLANNING OF REGIONAL DEVELOPMENT IN THE EXAMPLE OF THE LVIV REGION

УДК 378.4: 332.146.2
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-58

Бець М.Т.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва
та екологічної експертизи товарів
Національний університет
«Львівська політехніка»
Ягольник С.Г.
к.т.н.,
асистент кафедри підприємництва
та екологічної експертизи товарів
Національний університет
«Львівська політехніка»

Bets Mariana
Lviv Polytechnic National University
Yaholnyk Svitlana
Lviv Polytechnic National University

У статті наведено особливості трансформації академічних університетів у підприємницькі як драйверів розвитку регіону. Виявлено можливості використання потенціалу академічного університету у стратегічному плануванні на засадах концепції смарт-спеціалізації. Розглянуто зміст функцій підприємницького університету за науково-дослідною, територіально-інфраструктурною, суспільно-культурною, локальною, маркетинговою та інноваційною сферами розвитку регіону. Виявлено ефекти й вигоди для регіону від трансформації академічного університету у підприємницький. Узагальнено підходи до трактування характерних ознак підприємницького університету за критеріями його оцінювання та результатами діяльності. Оцінено стан узгодження цілей Стратегії розвитку Львівської області за участю університетів. Авторами пропонується наділити кращий за рейтингом університет регіону статусом опорного з елементами підприємницького, що зобов'яже розробляти програми розвитку університетів у розрізі стратегічних цілей регіону на засадах концепції смарт-спеціалізації.

Ключові слова: *регіон, підприємницький університет, пріоритети соціально-економічного розвитку, регіональна стратегія, стратегічна ціль, смарт-спеціалізація.*

В статье представлены особенности трансформации академических университетов в предпринимательские как драйверов развития региона. Выявлены возможности использования потенциала академического университета в стратегическом планировании на основе концепции смарт-специализации. Рассмотрено содержание функций предпринимательского университета по научно-исследовательской, территориально-инфраструктурной, общественно-культурной, локальной, маркетинговой и инновационной сферам развития региона. Выявлены эффекты и выгоды для региона от трансформации академического университета в предпринимательский. Обобщены подходы к трактовке характерных признаков предпринимательского университета по критериям его оценки и результатам деятельности. Оценено состояние согласования целей Стратегии развития Львовской области с участием университетов. Авторами предлагается наделить лучший университет региона статусом опорного с элементами предпринимательского, что обяжет разрабатывать программы развития университетов в разрезе стратегических целей региона на основе концепции смарт-специализации.

Ключевые слова: *регион, предпринимательский университет, приоритеты социально-экономического развития, региональная стратегия, стратегическое цель, смарт-спецализация.*

The article outlines the directions of transformation of academic universities into entrepreneurial ones, as drivers of growth of region's socio-economic development and of using their potential to achieve strategic planning priorities based on the concept of smart specialization. The topicality of the study is conditioned by the disappointing results of the developed regional strategies and action plans monitoring before coming into force of the relevant Resolution of the Cabinet of Ministers in 2018. The introduction of public administration reform and European integration of Ukraine caused the necessity to improve the approaches to strategic planning of regional development on the basis of smart specialization. Despite the choice of the entrepreneurial university model, its distinctive feature is the innovative approach to the intensification of resources usage and search for additional sources of funding, the development of the institution infrastructure, forms of economic interest in participating in regional projects, the satisfaction of public interest. The authors have defined functions of the entrepreneurial university in research, territorial and infrastructural, social and cultural, local, marketing and innovative spheres of the region's development and determined effects and benefits for the region from the transformation of an academic university into an entrepreneurial one. The approaches to the interpretation of an entrepreneurial university characteristics by the criteria of its evaluation and results of its activity have been summarized. The objectives of the Regional Development Strategy and the participation of universities of Lviv region have been evaluated and the absence of the regional universities active participation in meeting urgent requests of business, state and society has been proved. The authors propose to grant the best university of the region status of a reference regional university with elements of an entrepreneurial one as a potential participant in strategic goals meeeting on the basis of smart specialization concept.

Key words: *region, entrepreneurial university, priorities of socio-economic development, regional strategy, strategic goal, smart specialization.*

Постановка проблеми. Знання, наука й освіта є одними із ключових детермінант, що впливають на соціально-економічний розвиток регіонів. Вони виступають умовою ефективності інших компонентів розвитку економічних систем, а їхня пасивність приводить до помилкових стратегічних рішень. Низька результативність розроблених стратегічних планів розвитку регіонів зумовлена

відсутністю затвердженої методики та відкритого обговорення з представниками бізнесу та наукових закладів, органів місцевого самоврядування, регіональними експертами.

У сучасних транзитивних умовах України роль академічної освіти у досягненні високого рівня знань є незаперечною, зважаючи на інноваційні потреби суспільства у цій галузі, проте потенціал «місцевих» академічних університетів вкрай неефективно застосовується у практиці стратегічного регіонального планування.

Про це свідчать невтішні результати моніторингу та оцінки результативності реалізації розроблених регіональних стратегій і планів заходів до набрання чинності в 2018 році відповідної Постанови Кабміну, згідно з якою всі регіони України в межах стратегії регіонального розвитку повинні визначити хоча б одну стратегічну ціль на засадах смарт-спеціалізації [13].

Місце академічного університету інноваційного типу у розробленні регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації визначається сучасними парадигмами їх якісного піднесення на засадах концепції підприємницького університету, що підтверджують численні дослідження вітчизняних та закордонних аналітиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концепція підприємницького університету як інституту, здатного впоратися з проблемами сучасної вищої освіти, зумовленими переходом до «суспільства знань», обговорюється численними дослідниками на основі положень Б. Кларка, Дж. Ропке, Р. Коуена, Л. Леслі, Г. Стівенсона [8].

Так, Б. Кларк, один із відомих розробників концепції підприємницького університету, вважає, що основною ознакою підприємницького університету є відсутність сумнівів комерціалізувати генерацію і поширення знань, персонал такого університету не вбачає в комерціалізації небезпеки для академічних традицій і якості освіти. На думку дослідника, такий підхід у неявному вигляді передбачає диверсифікацію джерел фінансування університету, а умовою ефективного функціонування підприємницького університету є такий стиль управління, який забезпечує гнучкість і стратегічну взаємодію із зовнішнім середовищем, що цілком виправдано на регіональному рівні [1].

Теоретично-організаційні механізми трансформації університетів підприємницького типу поряд із такими формами, як університет регіональної інноваційної системи, університет із новою формою надання освітніх послуг, залучений університет, опорний університет, відображені у дискусіях вітчизняних та зарубіжних аналітиків [9].

Численні дослідження виокремлюють інноваційність підходів академічного університету у своїй діяльності як характерну рису підприємницького університету, відтоді проблеми набуття академічними університетами ознак інноваційної структури в регіоні досліджувалися такими вітчизняними науковцями, як І.В. Артьомов, І.П. Студеняк, Й.Й. Головач, А.В. Гусь [11], Т.Є. Воронкова, К.Г. Гурова [3], Н.М. Буняк [2], І.М. Гончаренко [5], О.О. Романовський [12], М. Стріха та М. Ільченко [10], дослідниками з пострадянського простору, такими як А.Г. Мокроносов, І.Н. Мавріна [11] та ін.

Вплив сучасних академічних університетів на регіональний розвиток і оцінка можливих форм у реалізації регіональних стратегій розвитку наведені в роботах М.Ю. Баришнікова, Є.В. Вашуріна, Е.А. Шарикіна, Ю.Н. Сергеєв, І.І. Чіннова [1], Є.А. Кранзеєва [6], Д. Аудрец, А. Лінк [18], Й. Друкер, Х. Голдстейн [19], Н. Поніковскі [20], А. Пйотровска-Пйонтек [21], Д. Єльонек, А. Месяш-Лех [22] та ін.

Формуючи місію і шляхи подальшого прогресу, вітчизняні університети визначають своє майбутнє і несуть відповідальність за розвиток регіону. Зростаюча роль університету в розвитку територій і місцевих громад вимагає сучасних інструментів застосування потенціалу вищих навчальних закладів, одним із яких визнано концепцію інноваційної політики на засадах «розумної спеціалізації», або смарт-спеціалізації.

Зв'язок між створенням знань, інноваційною активністю суб’єктів надання освітніх послуг і підвищенням регіональної та національної конкурентноздатності на основі впровадження «розумної спеціалізації» у планування регіонального розвитку стає предметом наукового пошуку вітчизняних і закордонних дослідників.

Практику запровадження принципів "розумної спеціалізації" та можливості її застосування досліджували вітчизняні науковці В.Ю. Грига [5], М.А. Сорока [15], О.С. Яцюк [16], закордонні аналітики П'єр-Александр Балланд, Рон Бошма, Джоан Креспо, Девід Л. Рігбі [17], Е. Якубовскі [23] та інші.

Актуальність досліджень у цій площині зумовлена реалізацією положень Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом, потребою економічної інтеграції із загальним ринком ЄС та необхідністю забезпечити наявність України в глобальному ланцюгу доданої вартості. Відтоді це стимулює та зобов’язує університети впроваджувати результати фундаментальних та прикладних досліджень у проектах регіонального розвитку.

Проте проблеми організаційного перетворення академічних університетів у підприємницькі для отримання соціально-економічних ефектів розвитку регіону у розрізі підходу Європейської комісії для визначення пріоритетів інноваційного розвитку територій на засадах концепції «розумної (смарт) спеціалізації» залишаються невирішеними.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в обговоренні напрямів трансформації

академічних університетів у підприємницькі як драйверів зростання соціально-економічного стану регіону та виявлення можливостей використання їх потенціалу для досягнення пріоритетів регіонального розвитку у процесі впровадження концепції смарт-спеціалізації в сфері регіонального стратегування на прикладі Львівської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. У численних працях науковців і аналітиків концепція підприємницького університету представлена визначенням поняття «підприємницький університет», змістом підприємницької діяльності університетів у вигляді матриці, яку описують подолання обмежень в сфері генерації знань, у викладанні та впровадженні знань в практику та подолання ресурсних обмежень (дефіцит людських, фінансових, інформаційних ресурсів), моделі підприємницького університету (за результатами – викладачі та випускники створюють інноваційні компанії; за типом дії команди управлінців (університет-підприємець)) [1].

Незважаючи на вибір моделі підприємницького університету, його відмінними рисами визнано інноваційність підходів у напрямі інтенсифікації використання ресурсів і пошуку додаткових джерел фінансування, розвитку інфраструктури та форм економічної зацікавленості у поєднанні із задоволенням суспільних інтересів [2].

До основних показників, що характеризують ключові ознаки підприємництва в діяльності університетів, відносять активність, ефективність і результативність розвитку підприємницької діяльності університету, а саме генерацію знань, трансфер знань, впровадження та іншу діяльність, що приносить дохід [11].

Дієвим елементом підприємницького університету вважається наявність підприємницьких підрозділів у структурі університету, які характеризують рівень комерціалізації знань, величину доходу від впровадження знань у бізнес, конкурентноздатність університету на ринку послуг професійної освіти і ринку праці, тобто їхня діяльність націлена на досягнення інноваційних змін у межах певного регіону.

З огляду на викладені вище аргументи на користь підприємницьких ознак академічних університетів, істотного значення набирають функції традиційного університету в регіональному розвитку.

Підприємницькі університети в сучасних умовах покликані визначати важелі підвищення соціально-економічного стану регіону, оскільки проводять науково-освітню діяльність на основі інноваційних технологій і принципів управління.

Додатковими перевагами для регіонів, що виникають внаслідок функціонування підприємницьких університетів, є надання існуючим регіонам та об'єктам прогресивного функціонально-просторового характеру (див. табл. 1).

Серед вказаних функцій університетів підприємницького типу ключовими слід вважати розвиток дієвих форм співпраці з регіональним бізнес-сектором, прямим одержувачем послуг, який створює попит на кваліфікованих фахівців та результати фундаментальних і прикладних досліджень.

Тоді як раніше регіональний розвиток сприймався через призму інвестування в технічну інфраструктуру, нині одними з найважливіших чинників, які ініціюють процеси розвитку в регіоні, вважаються «м'які» фактори – знання та інноваційність, які продукують підприємницькі університети.

Істотний вплив університетів на регіональний розвиток має і характер та тип регіону, в якому розташований підприємницький університет [9].

Так, пропонується розділили університети і регіони України, в яких вони розташовані, на чотири категорії таким чином: один університет у периферійних регіонах; декілька університетів у центральному регіоні; традиційні університети в столичному регіоні; новітні технічно-орієнтовані університети в центральному або столичному регіоні [9].

Авторами наукового проекту «Інноваційний університет – інструмент інтеграції в європейський освітній і науковий простір» виявлено, що найбільший вплив на розвиток регіону в Україні здійснює єдиний університет у периферійному регіоні, а традиційні престижні університети більше зосереджені на вирішенні національних і глобальних проблем, ніж проблем власного регіону [9]. Процес виявлення внеску академічного університету як підприємницького у соціально-економічний розвиток регіону пов'язаний з його економічною, ринковою, інноваційною та управлінською орієнтацією.

Наявність характерних ознак підприємницького університету за критеріями його оцінювання та результатами діяльності дозволяють функції академічного підприємництва трансформувати у регіональні стратегії розвитку (табл. 2) [22].

Така вимога змушує академічні університети набувати підприємницьких рис і ознак шляхом використання власних інтелектуальних і матеріальних ресурсів, новаторства (наявність інновацій у навчальній, науково-технічній діяльності, методах управління і організації цієї діяльності для подолання конкуренції і просування продукції, товарів, послуг), власної оцінки і страхування ризику, пов'язаного з інноваційною діяльністю [2].

Так, у Стратегії розвитку Львівської області до 2027 року стратегічні цілі об’єднують тактичні цілі у напрямі зміцнення конкурентоспроможності регіону, кожна з яких пов’язана з побудовою зв’язків між науковими дослідженнями та інноваціями, впровадженням наукомістких технологій та трансферу наукових ідей з академічних університетів на регіональний ринок [10].

У цьому аналітичному документі вказано, що Львівська область володіє значним економічним та науково-технічним потенціалом, розвинутим сектором інформаційно-комунікаційних технологій, мережею наукових та освітніх закладів, які у сукупності стають порівняльною перевагою в умовах глобального розвитку ІТ-сектору та залучення іноземних інвестицій у високотехнологічні галузі.

Побудова відкритого і конкурентоспроможного Львівського регіону можлива лише за рахунок підготовки інноваційних кадрів, зокрема підвищення якості освіти та активності населення у процесі

Таблиця 1

Зміст функцій підприємницького університету за сферами розвитку регіону

№ з/п	Ефект		Зміст функції
	Сфера	Вигоди регіону	
1	Науково-дослідна	Створення науки, знань, і технологій	Проведення наукових досліджень як можливість створення секторів високих технологій та їх програмного фінансування з бюджету
2	Економічна інфраструктура території	Працедавці	Розвиток бізнесу та підприємницького середовища у сфері сприяння бізнесу і створення робочих місць; залежність від системи бюджетної пропозиції щодо держзамовлення; характеризується низькими доходами і адміністративними перепонами
		Інвестори	Розвиток університетської інфраструктури за рахунок коштів бюджету; реалізація інвестиційних проектів з державного фонду регіонального розвитку та регіонального бюджету
		Постачальники матеріалів та послуг	Розширення обмеженості фінансових ресурсів для діяльності, оскільки поточні закупівлі, як правило, здійснюються на регіональному ринку
		Студенти як споживачі на ринку	Зростання потоку фінансових ресурсів за рахунок комерційної оплати навчання; породження попиту на товари та послуги регіонального ринку: оренда житла, послуги транспорту, споживання продуктів харчування, супутні освітні послуги, послуги у сфері культури тощо
3	Суспільно-культурна	Генерація креативного капіталу	Формування громадянського суспільства, креативного класу, нагромадження капіталу знань та творчості як сучасні чинники розвитку регіону у формі кластерів творчої діяльності та наукового співтовариства
		Навчання людського капіталу	Навчання персоналу для регіональної адміністрації; випускники як людський капітал на ринку; орієнтація освіти на потреби регіональної економіки
4	Локальна	Навчання створенню нової якості середовища	Розташування університетів в престижних місцях, створення університетських кампусів, нових архітектурних та комунікаційних рішень, надання території нових суспільних функцій, вирішення питань функціонально-просторової організації інтер'єру об'єктів
5	Маркетингова	Створення бренду міста та регіону	Підвищення привабливості регіону для подорожуючих, формування конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості регіону, подолання ізольованості та бар'єрів взаємин між університетом та навколишнім середовищем, активізація участі в економічному та соціальному житті регіону.
6	Інноваційна	Комерціалізація знань	Підвищення інноваційної діяльності через науково-дослідницьку діяльність, трансфер нових знань як факторів розвитку під гаслом «наука в бізнесі та бізнес в науці», зменшення технологічного розриву регіону від прогресивних

Джерело: сформовано на основі [20; 21; 22]

Таблиця 2

Характерні ознаки підприємницького університету за критеріями його оцінювання та результатами діяльності

№ з\п	Ознака	Критерії оцінювання та результати
1	Економічна	Економічна ефективність діяльності – доходи, витрати, фінансові результати як елементи планування, моніторингу, аналізу та оцінки діяльність університету
2	Ринкова	Потреби ринку праці, попит на освітні послуги, наукові дослідження та інноваційні продукти – позитивна динаміка контингенту та працевлаштування випускників
3	Інноваційна	Продукування інновацій у науковій і освітній діяльності та комерціалізація знань – кількість патентів та заявок на патенти, грантів на дослідження
4	Управлінська	Наявність системи управління університетом, в якому, поряд з академічним підходом (через самоврядування, специфічні структури, принципи, традиції, детермінанти) існує управлінський підхід, заснований на ділових правилах і на сучасних прикладних методах управління – створення практики управління університетами як підприємницькими структурами

Джерело: сформовано на основі [18]

Таблиця 3

Оцінка стану узгодження цілей Стратегії розвитку регіону та активності участі університетів на прикладі Львівської області на 2021–2027 рр.

№ з/п	Цілі розвитку області		Назва проєкту (потенційні учасники реалізації проєкту ВНЗ Львівської області)
	Страте-гічні	Тактичні	
1	Програма 1 «Конкурентоспроможна економіка на засадах смарт спеціалізації»	1.1. Стимулювання інноваційних видів економічної діяльності з високою доданою вартістю	Виробництво теплової енергії з твердої біомаси для опалення будівель соціальної сфери та підприємств агропромислового сектору **(Навчальні та науково дослідні установи)**
			Ефективне управління біоресурсами області на основі їх розвитку обліку та систематизації **(Національний лісотехнічний університет України)**
			Розробка проекту створення локації культурних індустрій «Національний центр мистецтв та ремесел» на базі Львівської експериментальної кераміко-скульптурної фабрики (ЛЕКСФ) **(Львівська національна академія мистецтв)**
			Розробка проекту реконструкції заводу для виробництва дорожнього бітуму з використанням високов'язкої нафти **(НУ «Львівська політехніка»)**
			Фенш-Інкубатор (Креативна зона) **(Львівський Торгово-економічний Університет, Львівська Національна Академія Мистецтв, НУ «Львівська Політехніка», Українська Академія Друкарства)**
		1.2. Інвестиційна привабливість	Популяризація вигод від розвитку біоекономіки **(Національний лісотехнічний університет України)**
			Державно-приватне партнерство для розвитку та підвищення конкурентноздатності біосектору на інноваційних засадах **(Національний лісотехнічний університет України)**
			Мультиплікація ефекту підтримки зеленого туризму на розвиток дерев'яного домобудування, як високотехнологічного елементу біоекономіки Львівщини **(Освітні заклади (партнерство)**
			Створення в гірських територіях високоманеврових балансуючих потужностей невеликих ГАЕС для забезпечення подальшого швидкого розвитку відновлюваних джерел енергії **(НУ «Львівська політехніка», Львівський Національний університет ім. Івана Франка)**
		1.3. Енергетична самодостатність	Розробка проекту для використання попутного газу, що одержується НГВУ «Бориславнафтогаз» (м. Борислав), для виробництва електричної енергії з низькою вартістю **(НУ «Львівська політехніка»)**
			Створення в Україні високотехнологічного комплексу виробництва синтетичних альтернативних моторних та побутових палив **(НУ «Львівська політехніка»)**
		1.4. Науково-технологічний розвиток	Розвиток технологічної лабораторії "Tech Labinno" **(НУ «Львівська Політехніка»)**
			Створення інноваційного парку стартапів для обдарованої молоді TechStartUpSchool НУ «Львівська політехніка» **(TechStartUpSchool НУ «Львівська політехніка)**
			Розвиток діяльності інноваційного Хабу з просування цифрових технологій 4.0 у різних секторах економіки та суспільного життя **(НУ «Львівська Політехніка»)**
2	Програма 2 «Якісне життя»	2.1. Здорове населення	Реконструкція і оснащення Львівського центру термічної травми із створенням сучасних європейських умов інтенсивного лікування дітей та дорослих із термічною травмою та її наслідками **(Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького)**
		2.2. Інклюзивне суспільство	Модернізація багатопрофільних лікарень інтенсивного лікування **(Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького)**
		2.3. Освічені громади	Програма підготовки фахівців супроводу осіб з особливими потребами у соціальній та освітній сферах **(Український католицький університет)**
		2.4. Безпечне та безбар'єрне середовище	Проведення щорічного музичного фестивалю «Українська музика в часі і просторі» **(викладачі як учасники та слухачі наукових та семінарських заходів)**

Продовження таблиці 3

3	Програма 3 «Збалансований просторовий розвиток»	3.1. Розвиток інфраструктури територіальних громад	-
		3.2. Дорожньо-транспортна, логістична, транскордонна та інформаційно-комунікаційна інфраструктура.	-
		3.3. Стимулювання економічного розвитку сільських та гірських територій	-
4	Програма 4 «Чисте довкілля»	4.1. Запобігання забрудненню водних ресурсів та атмосферного повітря	Упорядкування територій та об'єктів природно-заповідного фонду Львівської області **(Львівський національний університет імені Івана Франка, Національний лісотехнічний університет України, НУ «Львівська політехніка» та інші)**
		4.2. Формування екологічної свідомості населення та комплексної системи поводження з відходами	Розробка проєктів створення нових та розширення існуючих територій та об'єктів природно-заповідного фонду **(Львівський національний університет імені Івана Франка, Національний лісотехнічний університет України)**
		4.3. Збереження біорізноманіття та розвиток природоохоронних територій	Збереження цінних природних об'єктів на межових територіях міста Львова та приміської зони **(НУ «Львівська політехніка»)**
5	Програма 5 «Туристична привабливість»	5.1. Підвищення атракційності та інфраструктурного забезпечення туризму, курортів, оздоровлення, спорту та рекреації	Розробка проекту відродження Бориславського озокеритового родовища з метою використання озокериту в лікувальній практиці та промисловості **(НУ «Львівська політехніка»)**
		5.2. Підвищення якості регіонального туристичного продукту та його просування	Створення комплексного музею під відкритим небом на основі Підгорецько-Пліснеських територій **(НУ «Львівська політехніка»)**

Джерело: складено автором

безперервного навчання відповідно до потреб та перспектив регіону. Такий стратегічний підхід вимагає узгодження тактичних цілей Стратегії із функціями підприємницького університету інноваційного типу для підвищення ефективності використання наукового потенціалу академічного підприємництва.

Відтоді вітчизняні університети вимушені адаптуватися до вимог стратегічного планування регіонального розвитку на основі європейської методології, яка передбачає залучення вищих навчальних закладів регіону як потенційних учасників реалізації заходів та проєктів промислової модернізації на засадах «розумної» спеціалізації [15]. Кожна із спрямованих стратегічних та тактичних цілей розвитку території перекладається на вимірювані ефекти та специфічні види діяльності академічних університетів, які відображені у тактичних цілях університету (див. табл. 3).

Оцінка стану узгодження цілей Стратегії розвитку регіону та активності участі університетів на прикладі Львівської області на 2021–2027 рр. виявила вкрай низьку їхню активність, зокрема серед п'яти стратегічних цілей регіонального розвитку програма «Збалансований просторовий розвиток» залишилася поза увагою університетів регіону, що свідчить про відсутність активної позиції університетів задовольняти нагальні запити бізнесу, держави і суспільства.

Вищенаведене підтверджує необхідність удосконалити концептуальні моделі академічних університетів, які відображають характер їхньої взаємодії з регіоном в процесі реалізації регіональних стратегічних цілей, зокрема такі, як університет, включений в регіональну інноваційну систему, університет, що діє як «модель другого шляху», зацікавлений (залучений) університет, і розвинути риси підприємницького.

Підприємницька форма університету характеризується економічною автономією, передає отримані в дослідженнях знання реальному сектору економіки й орієнтована на стимулювання економічного розвитку регіону шляхом створення умов для генерації і використання знань, що є умовою їхнього функціонування за обмеження державного фінансування академічних вітчизняних університетів [14].

Так, розрахунок обсягу фінансування університетів у 2020 році проводився Міністерством освіти і науки України за конкретними показниками, серед яких визначено регіональний коефіцієнт та обсяг коштів на дослідження, які університет залучає від бізнесу чи з міжнародних грантів, істотно активізує їхні функції як підприємницької структури регіону.

Пропонується згідно з консолідованим рейтингом вищих навчальних закладів наділити кращий університет регіону статусом опорного регіонального, що здійснює відповідно до стратегічних документів регіону цілеспрямовану діяльність, яка включає відповідні елементи: підготовку і реалізацію широкого спектру освітніх програм для перспективної економічної системи регіону; проведення широкого спектру ініціативних наукових досліджень у сфері регіонального розвитку, використання просторових ресурсів регіону, охорони навколишнього середовища, розвитку регіонального і місцевих соціумів, що трансформуються в наступні дії і рішення регіональних і місцевих органів влади; створення спільно з регіональними органами влади технологічних майданчиків, які забезпечують перетворення результатів освітньої та науково-дослідної діяльності в процесі експериментального моделювання відповідних бізнес-процесів в реальні інноваційні види бізнесу.

Висновки з проведеного дослідження. Одним із найважливіших напрямів імплементації концепції старт-спеціалізації, який досі належним чином не висвітлений у наукових працях, є залучення підприємницьких університетів до визначення пріоритетів регіонів та формування стратегій їхнього розвитку на основі реалізації таких переваг.

Модель підприємницького університету (entrepreneurial university model) з огляду на функції, які він виконує, і враховуючи регіональні потреби в умовах реформи фінансування державних університетів України, видається наближеною до практичного застосування з метою стратегічного планування розвитку регіону на засадах смарт-спеціалізації.

Підхід смарт-спеціалізації можливо впровадити, якщо в процесі підготовки регіональної стратегії виконавці будуть дотримуватися затвердженої методики, особливо в частині широкого публічного обговорення пріоритетів розвитку з представниками інноваційного та експортоорієнтованого бізнесу, науковців, агенцій регіонального розвитку та зацікавлених стейкхолдерів.

У подальших дослідженнях доцільно сформулювати ознаки концептуальних моделей вітчизняних університетів та виявити їхній підприємницький потенціал для задоволення потреб регіону з урахуванням політичних і соціокультурних особливостей та провести моніторинг результативності діяльності університетів для вирішення стратегічних цілей розвитку регіону на засадах смарт-спеціалізації з урахуванням досвіду пілотних регіонів Харківської, Одеської та Запорізької областей України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Барышникова М.Ю., Вашурина Е.В., Шарыкина Э.А., Сергеев Ю.Н., Чиннова И.И. Роль опорных университетов в регионе: модели трансформации. Вопросы образования. 2019. № 1. С. 8–43. URL: https://vo.hse.ru/data/2019/04/09/1176078616/01%20Baryshnikova.pdf (дата звернення: 1.03.2020).

2. Буняк Н.М. Предпринимательский университет: сущность и особенности формирования. Juvenis scientia. Экономика и управление. 2016. № 2. С. 144–147. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskiy-universitet-suschnost-i (дата звернення: 1.03.2020).

3. Воронкова Т.Є., Гурова К. Г. Підприємницький університет: інтеграція освіти, науки, бізнесу. Агросвіт. 2018. № 21. С. 28–33. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/21_2018/6.pdf (дата звернення: 1.03.2020).

4. Гончаренко І.М., Лисун Я.В. Академічне підприємництво: можливості розвитку інноваційних проектів в університетах. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Спецвипуск. VI Міжнародна науково-практична конференція. Ефективність організаційно - економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти. 2016. С.289–297. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/3793/1/Konf20161007_VI_P289-297.pdf (дата звернення: 1.03.2020).

5. Грига В.Ю. Зарубіжна практика впровадження «розумної спеціалізації» та можливості її застосування в Україні. Економіка і прогнозування. 2019. № 2. С. 138–153. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2019_2_9 (дата звернення: 1.03.2020).

6. Кранзеева Е.А. Новые модели университетов: вклад в региональное развитие. Университетское управление: практика и анализ. Университетское управление: практика и анализ. 2017. Том 21, № 5. С.64–73. URL: https://doi.org/10.15826/umpa.2017.05.062 (дата звернення: 1.03.2020).

7. Інноваційні розробки університетів і наукових установ МОН України /заг. ред. М. Стріхи та М. Ільченка. Київ: Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2017. 278 с.

8. Інновації у вищій освіті: вітчизняний і зарубіжний досвід: навч. посіб. /І.В. Артьомов, І.П. Студеняк, Й.Й. Головач, А.В. Гусь. Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2015. 348 с.

9. Інноваційна діяльність університетів України: аналітичний огляд. Ужгород: Інформаційний бюлетень наукового проекту «Інноваційний університет – інструмент інтеграції в європейський освітній і науковий простір». Випуск 1, 2015. 159 с. URL: http://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9718 (дата звернення: 1.03.2020).

10. Львівщина. Люди. Дії. План заходів з реалізації у 2021 –2023 роках Стратегії розвитку Львівської області на період 2021–2027. Львів: Львівська обласна рада, 2019. 515 с. URL: https://loda.gov.ua/upload/users_files/22/upload/Lviv_region_2021–2023.pdf (дата звернення: 1.03.2020).

11. Мокроносов, А.Г. Предпринимательский потенциал развития автономного вуза: монография / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. Екатеринбург: Рос. гос. проф.-пед. ун-т. (РГППУ), 2016. 165 с.

12. Романовський О.О. Феномен підприємництва в університетах світу: монографія, Вінниця: Нова книга, 2012. 503 с.

13. Постанова КМУ «Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів» із змінами і доповненнями, внесеними Постановою Кабінету Міністрів України від 14 листопада 2018 року № 959 від 11 листопада 2015 р. № 932 URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/KP150932?an=1&ed=2018_11_14 (дата звернення: 1.03.2020).

14. Постанова КМУ «Про розподіл видатків державного бюджету між закладами вищої освіти на основі показників їх освітньої, наукової та міжнародної діяльності» від 24 12.2019 р. № 1146 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1146-2019-%D0%BF (дата звернення: 1.03.2020).

15. Сорока М.А. Смарт-спеціалізація у стратегічному плануванні на регіональному та місцевому рівнях: витоки підходу та перспективи для України. Аспекти публічного управління. 2019. Т. 7, № 8. С. 20–29. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aplup_2019_7_8_5 (дата звернення: 1.03.2020)

16. Яцюк О.С. Смарт-спеціалізація розвитку регіону як важливий напрям підвищення його конкурентоспроможності та інноваційної активності. Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Series: Economics and Management in the Oil and Gas Industry). 2018. № 2 (18). С. 54–60. URL: http://elar.nung.edu.ua/handle/123456789/7015 (дата звернення: 1.03.2020).

17. Balland P.-A., Boschma R., Crespo J., Rigby David L. Smart specialization policy in the European Union: relatedness, knowledge complexity and regional diversification. Regional Studies, 2019. 53:9, pp. 1252–1268.

18. Audretsch, D., Link, A. Academic Entrepreneurship and Regional Economic Development. Economic Development Quarterly, 2013, 27:1, pp. 3–5.

19. Drucker J., Goldstein H. Assessing the regional economic development impacts of universities: a review of current approaches. A Review of Current Approaches. International Regional Science Review, 2007, 30, pp. 20–46.

20. Ponikowski H. Szkoły wyższe jako małe obszary rozwoju regionalnego i lokalnego, (w:) Gospodarka lokalna i regionalna w teorii i praktyce, red. R. Brol, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 2009, Nr. 46, Wrocław, s. 169–171.

21. Piotrowska-Piątek A. Szkoły wyższe jako czynnik rozwoju regionalnego. Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna, 2014, Nr 28, s.37–49.

22. Jelonek D., Mesjasz-Lech A. Rola uczelni wyższych w rozwoju regionu na przykładzie Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej: perspektywa 20 lat doświadczeń. Przegląd Organizacji, 2017, Nr. 8, s. 61–67.

23. Jakubowski E. et al. Obszary inteligentnych specjalizacji jako potencjał dla rozwoju województwa lubuskiego. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego, seria Administracja i Zarządzanie, 2017, T. 41, Nr. 114, s. 97–111.

REFERENCES:

1. Baryshnikova M. Ju., Vashurina E. V., Sharykina Э. A., Serghyev Ju. N., Chinnova Y. Y.(2019) Rol opornykh universitetov v reghione: modeli transformaci [The role of supporting universities in the region: transformation models]. Voprosy obrazovania, vol. 1, pp. 8−43. Available at: https://vo.hse.ru/data/2019/04/09/1176078616/01%20 Baryshnikova.pdf (accessed 1 March 2020).

2. Buniak N. M. (2016) Predprinimatelski universitet: sushchnost i osobennosti formirovania [Entrepreneurial University: the essence and features of formation]. Juvenis scientia. Ekonomika s upravlenie, vol. 2, pp. 144−147. Available at: https://a3c73db2-397f-45fb-9e50 3cd8a9f9ab78.filesusr.com/ugd/1b55c8_34aa445f6e774ff0a151e8fd8cc215ce.pdf http://med-gen.ru/docs/differential-diagnostics.pdf (accessed 1 March 2020).

3. Voronkova, T. and Gurova, K. (2018) Pidpryjemnycjkyj universytet: integhracija osvity, nauky, biznesu [Enterprise university: integration of education, science, business]. Agrosvit, vol. 21, pp. 28–33. DOI: 10.32702/2306-6792.2018.21.28 Available at: http://www.agrosvit.info/pdf/21_2018/6.pdf (accessed 1 March 2020).

4. Ghoncharenko I.M., Lysun Ja.V. (2016) Akademichne pidpryjemnyctvo: mozhlyvosti rozvytku innovacijnykh proektiv v universytetakh [Academic entrepreneurship: opportunities for development of innovative projects in Universities]. Visnyk Kyjivsjkogho nacionaljnogho universytetu tekhnologhij ta dyzajnu. vol. Special issue. VI International Scientific and Practical Conference. Efficiency of organizational – economic mechanism of innovative development of higher education). pp. 289–297. Available at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/3793/1/Konf20161007_VI_P289-297.pdf (accessed 1 March 2020).

5. Ghrygha V.Ju., (2019) Zarubizhna praktyka vprovadzhennja "rozumnoji specializaciji" ta mozhlyvosti jiji zastosuvannja v Ukrajini [Foreign practice of introduction of "reasonable specialization" and possibility of its application in Ukraine]. Ekonomika i prognozuvannya. Vol. 2, pp. 138–153. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2019_2_9 (accessed 1 March 2020).

6. Kranzeeva E.A., (2017) Novye modeli universitetov: vklad v reghionalnoe razvitie [New university models: a contribution to regional development]. Universyitetskoe upravlenie: praktika i analiz. Vol. 21, no. 5, pp. 64−73. Available at: https://doi.org/10.15826/umpa.2017.05.062 (accessed 1 March 2020).

7. Strikha M., Iljchenko M. (2017). Innovacijni rozrobky universytetiv i naukovykh ustanov MON Ukrajiny [Innovative development of universities and scientific institutions of the Ministry of Education and Science of Ukraine]. Kiev: Institute of Gifted Child of NAPS of Ukraine.

8. Artjomov I.V., Studenjak I.P., Gholovach J.J., Ghusj A.V . (2015) Innovaciji u vyshhij osviti: vitchyznjanyj i zarubizhnyj dosvid [Innovation in higher education: domestic and foreign experience]. Uzhhorod: Uzhgorod National University.

9. Uzhgorod National University (2015) Innovacijna dijaljnistj universytetiv Ukrajiny: analitychnyj oghljad [Innovation activity of universities of Ukraine: an analytical review], Uzhhorod: Uzhgorod National University Available at: http://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9718 (accessed 1 March 2020).

10. Oficijnyj sajt Lvivskoi oblasnoi rady (2019). Ljvivshchyna. Liudy. Diji. Plan zakhodiv z realizaci u 2021 –2023 rokakh Strateghi rozvytku Lvivskoi oblasti na period 2021–2027.[Lviv region. People. Actions. Plan of measures for implementation in 2021–2023 of the Strategy of development of Lviv region for the period 2021–2027.], Lviv. Available at: https://loda.gov.ua/upload/users_files/22/upload/Lviv_region_2021–2023.pdf (accessed 1 March 2020).

11. Mokronosov A. Gh., Mavrina Y. N. (2016) Predprynimateljskij potencial razvitija avtonomnogho vuza [Entrepreneurial potential for the development of an autonomous university]. Ekaterinburg: RSPPU. (in Russian)

12. Romanovsjkyj O.O. (2012). Fenomen pidpryjemnyctva v universytetakh svitu [The phenomenon of entrepreneurship in the universities of the world]. Vinnitsa: New book. (in Ukrainian).

13. Cabinet of Ministers of Ukraine (2018). Postanova Kabinetu ministriv Pro zatverdzhennja Porjadku rozroblennja reghionaljnykh strateghij rozvytku i planiv zakhodiv z jikh realizaciji, a takozh provedennja monitoryngghu ta ocinky rezuljtatyvnosti realizaciji zaznachenykh reghionaljnykh strateghij i planiv zakhodiv [On approval of the Procedure for development of regional development strategies and action plans for their implementation, as well as monitoring and evaluation of the effectiveness of implementation of these regional strategies and action plans]. № 959. Available at: https://ips.ligazakon.net/document/view/KP150932?an=1&ed=2018_11_14 (accessed 1 March 2020).

14. Cabinet of Ministers of Ukraine (2019). Postanova Kabinetu ministriv Pro rozpodil vydatkiv derzhavnogho bjudzhetu mizh zakladamy vyshhoji osvity na osnovi pokaznykiv jikh osvitnjoji, naukovoji ta mizhnarodnoji dijaljnosti [On the distribution of state budget expenditures among higher education institutions based on indicators of their educational, scientific and international activities] № 1146. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1146-2019-%D0%BF (accessed 1 March 2020).

15. Soroka M.A. (2019). Smart-specializacija u strateghichnomu planuvanni na reghionaljnomu ta miscevomu rivnjakh: vytoky pidkhodu ta perspektyvy dlja Ukrajiny [Smart specialization in strategic planning at the regional and local levels: the origins of the approach and prospects for Ukraine], Aspekty publichnogho upravlinnja, vol. 8, pp. 20–29. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aplup_2019_7_8_5 (accessed 1 March 2020).

16. Jacjuk O.S. (2018) Smart-specializacija rozvytku reghionu jak vazhlyvyj naprjam pidvyshhennja jogho konkurentospromozhnosti ta innovacijnoji aktyvnosti [Smart-specializacija rozvytku reghionu jak vazhlyvyj naprjam pidvyshhennja jogho konkurentospromozhnosti ta innovacijnoji aktyvnosti]. Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (Series: Economics and Management in the Oil and Gas Industry) vol. 2 (18), pp. 54–60. Available at: http://elar.nung.edu.ua/handle/123456789/7015 (accessed 1 March 2020).

17. Balland P.–A., Boschma R., Crespo J., Rigby David L. (2019). Smart specialization policy in the European Union: relatedness, knowledge complex-

ity and regional diversification, Regional Studies, 53:9, 1252–1268.

18. Audretsch, D., Link, A. (2013). Academic Entrepreneurship and Regional Economic Development. Economic Development Quarterly, 27:1, pp. 3–5.

19. Drucker J., Goldstein H. (2007). Assessing the regional economic development impacts of universities: a review of current approaches. Int. Reg. Sci. Rev., 30, pp. 20–46.

20. Ponikowski H. (2009). Szkoły wyższe jako małe obszary rozwoju regionalnego i lokalnego, (w:) Gospodarka lokalna i regionalna w teorii i praktyce, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w e Wrocławiu.

21. Piotrowska-Piątek A. (2014). Szkoły wyższe jako czynnik rozwoju regionalnego. Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna.

22. Jelonek D., Mesjasz-Lech A. (2017). Rola uczelni wyższych w rozwoju regionu na przykładzie Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej: perspektywa 20 lat doświadczeń. Przegląd Organizacji.

23. Jakubowski E. et al. (2017). Obszary inteligentnych specjalizacji jako potencjał dla rozwoju województwa lubuskiego. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego, seria Administracja i Zarządzanie.

ВПЛИВ ОСВІТНЬОЇ СКЛАДОВОЇ НА РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

THE INFLUENCE OF THE EDUCATIONAL COMPONENT ON THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN UKRAINE

УДК 330.142:331.52
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-59

Лотиш О.Я.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та економічної теорії
Тернопільський національний
економічний університет
Бригадир Б.В.
магістр
Тернопільський національний
економічний університет

Lothys Oksana
Ternopil National Economic University
Brygadyr Bogdan
Ternopil National Economic University

Стаття присвячена дослідженню впливу освіти на розвиток людського капіталу в Україні. У статті наведено матеріали і статистичні дані, що дають чітке уявлення про тенденції витрат на освітні послуги на рівні домогосподарств і економіки загалом. Розглянуто основні складові витрат на освіту на мікроекономічному рівні, вплив рівня освіти на розмір заробітної плати в Україні. Здійснено аналіз і оцінку витрат підприємств і витрат зведеного бюджету країни на освітні послуги. Акцентовано увагу на необхідності підтримки освітньої галузі державними органами влади, що сприятиме ефективному формуванню і розвитку людського капіталу. Виокремлено стримуючі та стимулюючі чинники інвестування в освітню сферу, зокрема розвиток новітніх технологій, впровадження нової техніки, збільшення комунікаційних можливостей, що змінюють структуру виробництва і сервісу; кардинальні зміни попиту та поведінки споживачів під впливом НТП; глобалізація економічного розвитку.

Ключові слова: *людський капітал, освіта, заклади освіти, витрати на освіту, витрати на робочу силу.*

Статья посвящена исследованию влияния образования на развитие человеческого капитала в Украине. В статье приведены материалы и статистические данные, дают четкое представление о тенденциях расходов на образовательные услуги на уровне домохозяйств и экономики в целом. Рассмотрены основные составляющие расходов на образование на микроэкономическом уровне, влияние уровня образования на размер заработной платы в Украине. Осуществлен анализ и оценка затрат предприятий и расходов сводного бюджета страны на образовательные услуги. Акцентировано внимание на необходимости поддержки образования государственными органами власти, что будет способствовать эффективному формированию и развитию человеческого капитала. Выделены сдерживающие и стимулирующие факторы инвестирования в образовательную сферу, в частности развитие новейших технологий, внедрение новой техники, увеличение коммуникационных возможностей, которые меняют структуру производства и сервиса; кардинальные изменения спроса и поведения потребителей под воздействием НТП; глобализация экономического развития.

Ключевые слова: *человеческий капитал, образование, учебные заведения, расходы на образование, затраты на оплату труда.*

The article is devoted to the research of the impact of education on the development of human capital in Ukraine. The purpose of education is the comprehensive development of a human as a person and the highest value of society, its talents and also intellectual, creative and physical abilities that are necessary for the successful self-realization of competences. An important component of education is the education of responsible citizens, able to make informed public choices and direct their activities for the benefit of the country, ensuring the sustainable development of Ukraine in future and realizing its European choice. The research provides materials and statistics that give a clear understanding of the trends in expenditures on educational services at the level of household and economic level in general. It has been shown that Ukraine has a chance to occupy a leading position in the ranking of indices for the development and formation of human capital due to the high level of education and science. The main components of spending on education at the microeconomic level, the impact of education on the amount of wages in Ukraine have been considered. The analysis and estimation of firm's expenditures on education and vocational training showed that the average monthly cost per employee increased more than twice during 2014–2018, but the share of vocational training expenses in the total amount of firm's expenditures on labor is too insignificant (0.2%). It has been paid attention to the necessity of support of the education sector by state authorities that will lead to the effective formation and development of human capital, which is the basis for improving Ukraine's competitiveness at the present stage. It has been emphasized that the positive impact of the educational component on the development of human capital is manifested in the compensation of the costs of population aging, the creation of modern working places, the formation of employees with the necessary competencies (creative, entrepreneurial, digital), stimulating business to create new employment due to which work becomes highly productive. It has been characterized the stimulating factors of investment in the educational sphere, in particular the development of the newest technologies, the introduction of new equipment, the increase of communication opportunities that change the structure of production and service; fundamental changes in demand and consumers' behavior under the influence of NTP; globalization of economic development.

Key words: *human capital, education, educational institutions, expenditures on education, labor costs.*

Постановка проблеми. Важлива роль освіти у економічному розвитку суспільства тісно пов'язана з переходом економіки до інноваційної фази розвитку. Швидке оновлення технологій, посилення конкуренції, новизни і якості – усе це вимагає знань, таланту і професіоналізму працівників підприємства. Освітня діяльність стає важливою складовою економічного розвитку. Зосередження уваги на використанні інтелектуальних ресурсів як загальносвітова тенденція стає першочерговою завдяки здібностям людини розробляти нові технології, забезпечувати ефективне економічне зростання. За оцінками Світового банку, людський капітал формує 64% загального обсягу багатства кожної країни. Сьогодні, наприклад, у США 45% ВВП створюється у сфері науки, освіти, виробництва, програмного забезпечення. За розрахунками фахівців, підвищення «освіченості» суспільства на один академічний рік забезпечує зростання економіки країн Європейського Союзу на 5% у короткостроковій та 2,5% у довгостроковій перспективі. Володіння знаннями прирівнюється за значенням до стратегічних ресурсів (запаси сировини, території, золотий запас, валютний резерв). Досвід останніх десятиріч свідчить про те, що на роль лідерів у соціально-економічному

розвитку претендують країни, що мають високий рівень освіти, науки, охорони здоров'я, культури і духовності. Роль освітньої складової у розвитку людського капіталу є фундаментальною складовою підвищення конкурентоспроможності України на сучасному етапі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі опрацювання теоретичних матеріалів, присвячених темі людського капіталу, було виявлено, що як іноземні, так і вітчизняні дослідники розуміють це питання по-різному і часто їх погляди не співпадають. Це трапляється через широту цього поняття, яке було вперше введене американськими економістами Т.Шульцем та Г.Беккером. Праця Г. Беккера "Людський капітал: теоретичний і емпіричний аналіз", залишаючись і нині найфундаментальнішою, сприяла появі великої кількості досліджень проблем людського капіталу (зокрема, його впливу на доходи громадян) в зарубіжних країнах [2]. На думку цих вчених можна значно збільшити майбутні доходи, вкладаючи кошти у свою освіту і професійну підготовку, здоров'я, культуру, збільшуючи тим самим свій власний (приватний) людський капітал. Емпіричні дослідження інвестицій у людський капітал були продовжені Дж. Мінсером, який одним з перших застосував концепцію людського капіталу безпосередньо до аналізу проблеми розподілу доходів і використав стандартну функцію заробітної плати для визначення норм віддачі від інвестицій в освіту.

Вагомий внесок до цієї теорії зробили Л. Туроу, О. Грішнова, Д. Богиня, В. Близнюк, В. Куценко, О. Лібанова, Л. Шевчук. На сьогодні актуальність даної теми лише зростає, адже в умовах ринкової економіки людина є основою радикальних зрушень і підвищення рівня конкурентоспроможності держави.

Незважаючи на велику кількість публікацій у економічній літературі проблема економічної ролі освіти залишається недостатньо розробленою. Адже в сучасних умовах конкурентні переваги працівника визначаються накопиченим і задіяним людським капіталом. Саме підвищення освітнього рівня населення та професійно-кваліфікаційних якостей людського капіталу створює умови для технологічного прогресу і зумовлює підвищення ефективності виробництва. Так, Національною стратегією розвитку освіти в Україні на період до 2021 року серед інших ставиться завдання «створення системи освіти нового покоління, що забезпечуватиме випереджальний загальноцивілізаційний розвиток людини, її інтелекту; поліпшення ефективності навчання випускників усіх рівнів системи освіти; підвищення якості вітчизняної освіти, її інноваційний розвиток відповідно до світових стандартів, що сприятиме істотному зростанню інтелектуального, культурного, духовно-морального потенціалу суспільства і особистості» [3].

Постановка завдання. Метою наукової статті є дослідження впливу освіти на розвиток людського капіталу в Україні. Для реалізації даної мети поставлено наступні завдання: з'ясувати риси людського капіталу; охарактеризуввати вплив освіти на розвиток людського капіталу на особистісному, мікроекономічному та макроекономічному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сучасної економіки питання про необхідність інвестування в людський капітал стає більш очевидним. Людський капітал – це перш за все навички і знання, досвід населення, який має визначальне значення для формування розвиненого суспільства. Без людського капіталу можливість стійкого економічного зростання будь-якої країни практично зводиться до нуля, не кажучи вже про здатність ефективно конкурувати на міжнародній арені. Тому вкладення коштів в «людські активи» має стати основною метою, на досягнення якої потрібно направити основні ресурси держави.

Сутність людського капіталу полягає в тому, що це одночасно і фактор, і мета розвитку особистості, сім'ї та суспільства. У сукупності з фінансовим, природним і фізичним людський капітал становить основу національного багатства кожної країни. При цьому його структура, якість і динаміка розвитку історично зумовлені національними особливостями розвитку, духовної культури і цивілізації тих чи інших народів і держав.

Особливості людського капіталу визначають необхідність постійних інвестицій в його розвиток і порівняно довгим очікуванням віддачі вкладених коштів порівняно з іншими видами капіталу. Людський капітал багато в чому залежить від особливостей менталітету, добробуту, якості і безпеки життя людей, ефективності систем освіти і виховання, досягнень науки і високих технологій, правового забезпечення ринкової економіки і вільної конкуренції, інноваційної діяльності, від стану інтелектуальної, етичної, політичної, інформаційної, правової, управлінської, економічної, медичної та екологічної культури. Він також пов'язаний з культурою відповідальності і праці (перш за все, важливі такі її індикатори як якість і продуктивність), здоров'ям, з бажанням добре працювати, соціальними та матеріально-технічними умовами життя висококваліфікованих кадрів. Як показує світова практика, інвестиції у високотехнологічну економіку при низькому рівні інтелектуальної культури і відсталому менталітеті не дають очікуваних результатів. Так, людський капітал складає більше половини національного багатства кожної з країн, що розвиваються і понад 70-80% – розвинених країн світу.

До основних видів людського капіталу відносять виробничий капітал, споживчий та інтелектуальний. Існує й інший підхід до виділення видів

людського капіталу, який заснований на розмежуванні груп, необхідних для активної життєдіяльності людини: капітал здоров'я, освітній і трудовий капітал. Зауважимо, що людський капітал значним чином впливає на багатство країни: по-перше, він створює і поширює нові технології і продукти; по-друге, люди, які володіють високим людським капіталом швидше освоюють такі технології і впроваджують їх у виробництво та повсякденне життя, генеруючи тим самим попит на інновації. Більш освічені і кваліфіковані фахівці здатні до складнішої праці, а остання створює більше доданої вартості в одиницю часу, ніж праця низько кваліфікованого працівника. Все це дає як прямий внесок у ВВП, так і непрямий – через зростання сукупної факторної продуктивності, тобто здатності виробляти більше і дешевше на одиницю витрат праці і капіталу. Інша справа, що величина цього внеску визначається не тільки самим людським капіталом, а й діями тих, хто його використовує. Серед екстерналій людського капіталу – більш висока якість соціальних зв'язків, громадянської активності та культури суспільства.

Одним з аспектів, що найбільше впливають на людський капітал є освіта, а саме інвестиції в неї. Вона є основоположним чинником формування особистості, рівня її інтелекту та культури, дозволяє проявити нахил до певної сфери діяльності. Від якості освіти залежить подальше працевлаштування та заробітна плата працівника, які можуть надалі збагачувати людський капітал. Зміни в освіті повинні відповісти на три ключових виклики: підвищити якість людського капіталу в умовах технологічних і демографічних викликів; створити основу для технологічної модернізації, цифрової трансформації, підвищення продуктивності праці і зростання якісних робочих місць; зробити освіту інструментом збереження соціальної стабільності в умовах високої невизначеності майбутнього і прискорення змін в економіці і житті суспільства.

Українці – одна з найосвіченіших націй у світі: кожен третій українець має вищу освіту. За цим показником країна займає 11 місце в рейтингу розвитку людського капіталу серед країн світу. В Україні віддача від освіти дуже низька, на противагу розвиненим країнам, де рік навчання додає 5% до доходу працівника. У країнах Африки ця віддача ще більша через невелику кількість людей з вищою освітою. Розмір зарплати бакалавра, випускника ПТУ чи школи в Україні мало відрізняється: якщо подивитися, скільки отримує людина зі шкільною освітою, з профтехосвітою, після коледжу та університету, то значна віддача тільки від повної вищої освіти (рис. 1).

Цікаво, що люди з вищою освітою працюють менше: 193 дні у рік, тоді як працівники з профтехосвітою – 204 дні. Також випускники ВНЗ практично не працюють понаднормово та беруть більш тривалі відпустки: – 19 днів проти 16. Інвестиції в сферу освіти можуть бути формальними та неформальними. Формальними інвестиціями вважаються отримання початкової, середньої, спеціальної та вищої освіти, різні курси, а неформальними – самоосвіта. Освіта впливає на формування людського капіталу на особистісному, мікроекономічному та макроекономічному рівні.

Особистісний рівень формування людського капіталу передбачає набуття знань, навичок та інших продуктивних характеристик внаслідок освіти, професійної підготовки, практичного досвіду. Завдяки такій освіті такий власник такого капіталу може надавати цінні виробничі послуги

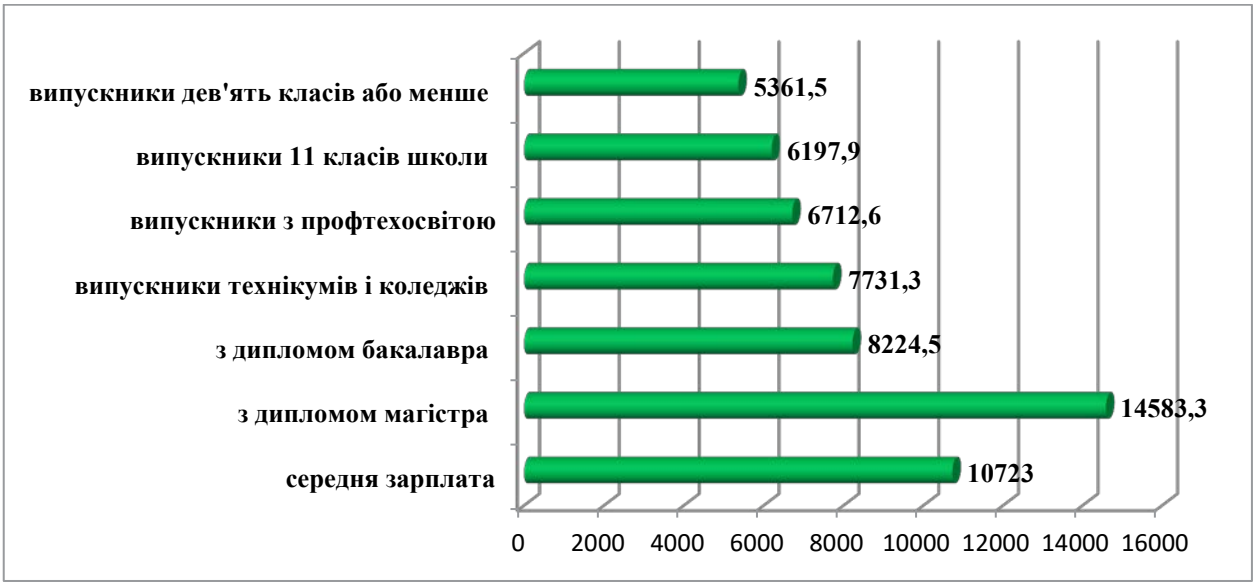


Рис. 1. Вплив освіти на рівень зарплати в Україні у 2018 р.

Джерело: складено авторами на основі [1]

іншим суб'єктам. Розрахунок економічної ефективності освіти на особистісному рівні здійснив Г. Беккер, при цьому для визначення доходу від вищої освіти вчений застосував таку методику: від довічних заробітків тих, хто закінчив коледж, віднімаються довічні заробітки працівників, котрі закінчили лише середню школу. У складі витрат на навчання Г.Беккер виділив як важливий елемент «втрачені заробітки», тобто дохід, недоотриманий студентами, за роки навчання, що фактично вимірює цінність часу учнів, витраченого на формування їхнього людського капіталу.

На мікроекономічному рівні людський капітал формується внаслідок кваліфікації, фізичних та професійних здібностей працівників підприємства. Згідно теорії людського капіталу доцільно розрізняти два типи професійного навчання: загальну освіту і спеціальне навчання. Під час загальної підготовки працівник набуває знання і навички, які можна застосувати на багатьох фірмах. Таку підготовку, як правило, оплачує сам працівник. Витрати працівника на освіту в Україні показано в таблиці 1. У загальній структурі споживчих витрат частка витрат на освіту зменшилась із 1,3% у 2010 р. до 1% у 2018 р., хоча у вартісному вираженні вона збільшилась із 35,9 грн. до 76,4 грн. за місяць на одне домогосподарство відповідно.

Витрати на спеціальну підготовку оплачує фірма, внаслідок чого працівник здобуває знання та навички, які можна застосувати лише на конкретному підприємстві, де вони були отримані.

Таблиця 1

Витрати домогосподарств на освіту у 2010-2018 рр.

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Сукупні витрати за місяць на одне домогосподарство, грн.	3073,3	3458,0	3592,1	3820,3	4048,9	4952,0	5720,4	7139,4	8308,6
Споживчі сукупні витрати, %	89,9	90,1	90,8	90,2	91,6	92,9	93,2	92,9	92,0
Витрати на освіту, %	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	1,1	1,0

Джерело: складено авторами на основі [4; 5]

Таблиця 2

Складові витрат на освіту на мікроекономічному рівні

Витрати підприємства на професійне навчання працівників	Витрати, пов'язані з оплатою навчання працівників у вищих навчальних закладах з метою підвищення їхньої кваліфікації, професійної підготовки та перепідготовки.
	Витрати, пов'язані з організацією навчального процесу на робочому місці: на утримання навчальних приміщень для проведення навчання та витрати на оплату викладачів.
	Витрати, пов'язані з виплатою зарплати працівникам підприємств за основним місцем роботи в період їхнього навчання з відривом від виробництва з метою підвищення кваліфікації і перепідготовки кадрів.
	Витрати навчальних відпусток, наданих працівникам, які навчаються на заочній формі у вищих і спеціальних освітніх закладах, аспірантурах.
	Витрати на стипендії студентам, які за направленням підприємств навчаються у вищих навчальних закладах, здійснені за рахунок коштів підприємства.

Таблиця 3

Витрати підприємств на робочу силу в розрахунку на 1 штатного працівника у 2014–2018 рр.

Показник	2014		2018	
	Сума, грн.	Частка витрат, %	Сума, грн.	Частка витрат, %
Середньомісячні витрати, всього	5297	100	11269	100
в тому числі: пряма оплата	3236	61,1	7663	68,7
оплата за невідпрацьований час	307	5,8	696	6,0
премії та нерегулярні виплати	185	3,5	548	4,8
заробітна плата у натуральній формі, пільги, послуги, допомоги у натуральній та грошовій формах	11	0,2	21	0,3
оплата житла працівників	-	-	5	0,1
соціальне забезпечення працівників	1414	26,7	2052	17,8
професійне навчання	5	0,1	14	0,2
витрати на культурно-побутове обслуговування	37	0,7	57	0,5
інші витрати , податки, що відносяться до витрат на робочу силу	102	1,9	213	2,2

Джерело: складено авторами на основі [4; 5]

До прикладу, працівник, який має великий стаж роботи на підприємстві і нагромадив значний запас специфічного людського капіталу, не може розраховувати на високу заробітну плату в інших місцях. Але для підприємця такий працівник є більш цінним, ніж «новачок», якого можна знайти на ринку праці. Спеціальна підготовка пов'язана зі специфікою конкретної фірми, тому вона не впливає на зростання граничного продукту навченого працівника в інших фірмах. Тому на інших підприємствах працівник не може розраховувати на більшу заробітну плату. Отож, і працівник, і підприємство виграють від спеціальної професійної підготовки, і за цих умов працівник не матиме підстав шукати інше місце роботи, бо в інших фірмах його спеціальна освіта не знадобиться і він отримає меншу заробітну плату. У працівників із спеціальною підготовкою менше стимулів звільнятися, а у фірм менше стимулів звільняти їх порівняно з працівниками із загальною або взагалі без усякої підготовки. Отримана освіта робить людину не лише більш ефективним працівником, а й більш ефективним учнем і, відповідно, може полегшити і прискорити нагромадження нових знань. Віддача від вкладень в людину в середньому набагато більша ніж від вкладень у фізичний капітал. Дедалі більше у створенні активів людського капіталу зростає роль окремих підприємств. Часто вони стають найефективнішими виробниками цього капіталу, оскільки здійснюють підготовку персоналу відповідно до поточних і перспективних потреб виробництва, а також мають достовірну інформацію про перспективні напрями капіталовкладень у навчання та професійну підготовку. Однак підприємствам притаманний прагматичний підхід: вони роблять інвестиції в людський капітал лише доти, доки вони приносять економічну віддачу. Моральні зиски, інтегрований соціальний ефект від цих інвестицій є в основному суспільним благом, у розвитку якого зацікавлена держава, а не конкретне підприємство. Саме тому в цивілізованому світі держава економічними методами заохочує підприємства до інвестування в людський капітал.

Інвестуючи у своїх працівників, підприємства активізують їхню трудову віддачу, підвищують продуктивність праці, скорочують витрати робочого часу, зміцнюють свою конкурентоспроможність. Кошти вкладаються в організацію професійної підготовки та підвищення кваліфікації, на профілактичні заходи для зміцнення здоров'я працівників, у цілому – на підвищення якості трудового життя. Економічна поведінка фірми, яка вкладає гроші в освіту працівників, визначається зіставленням вигод, отриманих від інвестицій у людський капітал, і витрат на їх здійснення. На рівні підприємства ефект від інвестицій в освіту визначається зростанням граничного продукту, обсягу прибутку, продажів або покращенням якості роботи (для неприбуткових організацій). Складовою інвестицій у людський капітал на мікрорівні є витрати на професійне навчання (табл. 2).

Аналіз середньомісячних витрат у розрахунку на одного працівника впродовж 2014-2018 рр. свідчить, що у 2018 р. у порівняно з 2014 р. вони зросли більш ніж удвічі (212,7%), однак частка витрат на професійне навчання у загальній сумі є надто мізерною і склала у 2018 році 0,2% (0,1% у 2014 р.), що у абсолютному вираженні становить 14 грн. (табл. 3). Для порівняння, провідні зарубіжні корпорації високорозвинених держав витрачають на професійне навчання персоналу мінімум 5% від фонду заробітної плати. Зокрема, в США витрати на професійне навчання персоналу перевищують 100 млрд. дол. [6, с. 21].

Періодичність професійного навчання працівників у розвинених країнах складає не більше 3-х років, в Японії – 1-1,5 року, в Україні в середньому 11 років. Розподіл областей України за інтенсивністю підвищення кваліфікації працівників свідчить про незмінно низький середній рівень підвищення кваліфікації працівників в Україні протягом останніх років, а саме: у 2002 р. значення показника дорівнювало 80 особам у розрахунку на 1000 найманих працівників (8,0%), у 2009 р. – 84 особам (8,4%). Водночас середній рівень даного показника для країн-учасниць ЄС становить біля 20%, для Японії – понад 80% [6, с. 41]

Отож, розміри інвестицій національних підприємств на професійне навчання протягом аналізованого періоду є незначними. Стримуючими чинниками інвестування у людський капітал виступають:

- недооцінка працедавцями значення професійного навчання та відсутність стимулів до його здійснення;
- недосконалість нормативно-правової бази та відсутність комплексної державної політики у сфері розвитку людського капіталу;
- нестача фінансових ресурсів на українських підприємствах та високі ціни на освітні послуги;
- використання застарілих технологій.

Поряд із чинниками, що стримують інвестиції у людський капітал, діють і ті, що обумовлюють необхідність безперервного навчання персоналу, а саме:

- розвиток новітніх технологій, впровадження нової техніки, збільшення комунікаційних можливостей, що змінюють структуру виробництва і сервісу;
- кардинальні зміни попиту та поведінки споживачів під впливом НТП;
- глобалізація економічного розвитку та висока конкуренція з боку іноземних товаровиробників;
- формування сучасних концепцій корпоративного управління.

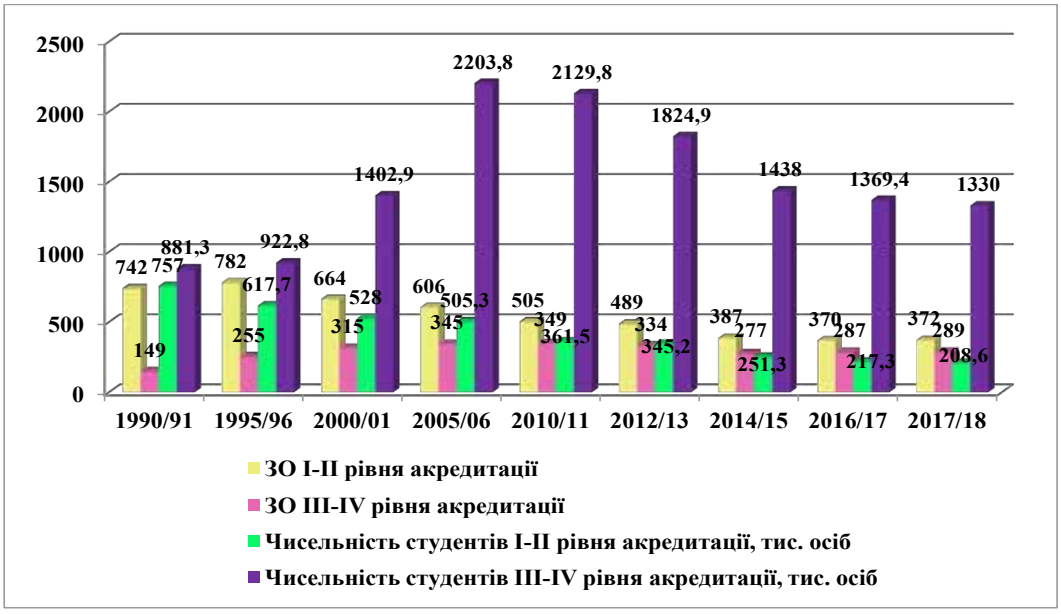


Рис. 2. Динаміка закладів освіти і чисельності студентів в Україні за 1990–2018 рр.
Джерело: складено авторами на основі [1]

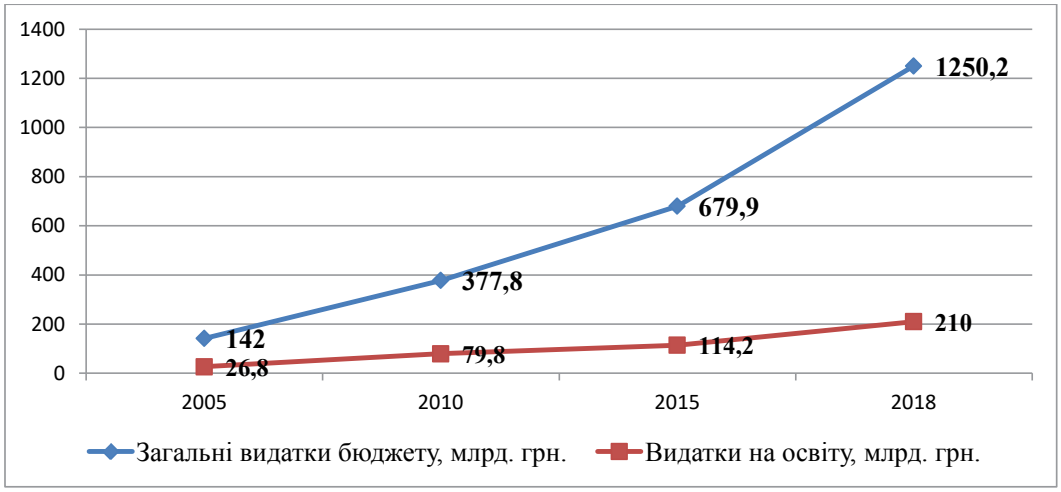


Рис. 3. Динаміка видатків Зведеного бюджету України на освіту впродовж 2005–2018 рр.
Джерело: складено авторами на основі [8]

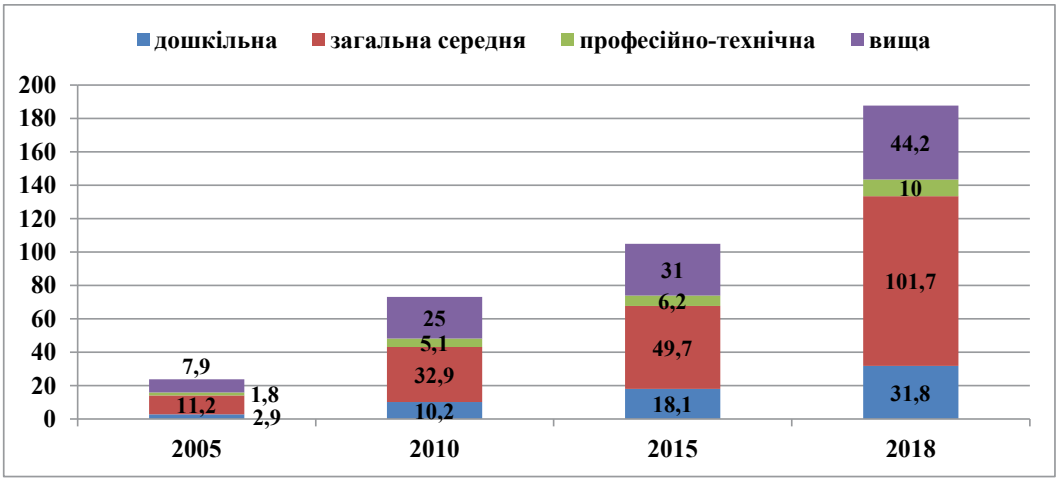


Рис. 4. Динаміка видатків на освіту за видами навчальних закладів впродовж 2005–2018 рр.
Джерело: складено авторами на основі [8]

Людський капітал на макроекономічному рівні формується на основі вкладень країни загалом в освіту, професійну підготовку компетентність, здоров'я, моральні принципи населення. Він дорівнює сумі людського капіталу всіх підприємств та всіх громадян держави.

Розглянемо окремі показники освітньої галузі впродовж 1990-2018 рр. Стосовно вищої освіти, то рис. 2 чітко демонструє зростання як чисельності студентів III-IV рівня акредитації, так і кількості закладів даного рівня: на 448,7 тис осіб і 140 закладів відповідно. Натомість відбувається зменшення як закладів, так і студентів I-II рівня акредитації. Частково таке зменшення відбулося за рахунок їх перетворення на підрозділи вищих навчальних закладів, частково – за рахунок «перепрофілювання» ПТНЗ на заклади вищої освіти. За аналізований період відбулося суттєве скорочення кількості випущених кваліфікованих робітників: у 2017 р. порівняно з 2010 р. – на 95703 особи або на 40%.

Нині в економіці України практично немає жодного сектору, у якому б не склалося катастрофічне становище з кадрами робітничих професій. Потреба підприємств України у кваліфікованих робітниках є надто великою. Так, у 2017 р. невідповідність між попитом і пропозицією таких фахівців склала 11,8 тис. осіб. і збільшилася порівняно з 2016 р. на 3,9 тис. осіб [8, с. 56]. Отож, попит промислових підприємств на таких працівників багатократно перевищує їх пропозицію. Така тенденція створює реальні загрози для подальшого економічного зростання. Внаслідок низької привабливості робітничих професій, найбільш здібні молоді люди ідуть вчитися до вищих навчальних закладів, в той час як у ПТНЗ вступають особи із низькою дисципліною, не схильні до високих навчальних результатів. Професійно-технічна освіта, фактично стала резервним варіантом для тих, хто не вступив до ВНЗ. За умов проведення модернізації такі робітники можуть виявити неспроможність до ефективної роботи на новітньому високотехнологічному обладнанні.

Витрати на освіту є основним видом інвестицій у людський капітал. Фінансування освіти здійснюється за кошти державного і місцевого бюджетів, юридичних осіб та приватних підприємців; благодійних пожертвувань, грантів, позик, кредитів, платежів приватних осіб тощо. Однак, основним джерелом в Україні залишаються бюджетні кошти, частка яких у фінансуванні освіти складає близько 85%, а частка домашніх господарств сягає 14%. Інвестиції бізнесу у вищу освіту надзвичайно низькі та складають приблизно 1% від усього фінансування вищої освіти [7, с. 15]. Законодавчо закріплено, що держава має забезпечити загальні асигнування на освіту у розмірі не менше 7% ВВП. Впродовж 2010-2018 рр. лише у 2010 р., 2012 р., та 2013 р. було витримане дане фінансування (7,4%), в інших роках даного проміжку фінансування освіти було менше – 2005 р. – 6,1%, 2015 р. – 5,8%, 2018 р. 5,9% від ВВП (рис. 3).

Оцінку обсягів інвестування людського капіталу в Україні розпочнемо з аналізу видатків Зведеного бюджету України на дошкільну, загальну середню, професійно-технічну та вищу освіту (рис. 4).

Впродовж 2005-2018 рр. спостерігалося значне зростання бюджетних видатків на освіту. Найбільші темпи зростання за аналізований період продемонструвала дошкільна освіта (майже у 11 разів), на другому місці – загальна середня освіта (у 9 разів), на третьому – вища, на останньому – професійно-технічна освіта. Рівень державних витрат на вищу освіту в Україні становить 1,1-1,4% ВВП. Якість вищої та середньої освіти із року в рік погіршується через неефективне використання коштів.

Розвиток людського капіталу в Україні супроводжується формуванням цілої низки парадоксів:

• невідповідність доходів працюючого населення належному рівню життя, внаслідок чого значна його частина перебуває на межі бідності;

• невиконання заробітною платою відтворювальної функції призвело до зменшення чисельності працівників із середнім рівнем доходів та перехід їх до категорії «бідних»;

• втрата інтелектуального потенціалу (обмеження можливостей для самореалізації молоді у своїй країні), що призводить до міграційних процесів;

• суперечності між рівнем отриманих професійних знань фахівців та реальним практичним досвідом, внаслідок чого не можуть працевлаштуватися за фахом як молоді кадри (оскільки роботодавець вимагає стажу роботи), так і спеціалісти старше 40-45 років (через відсутність навичок ускладнених видів діяльності). Майже третина працівників, котрі мають вищу освіту в Україні, працюють на посадах, які не потребують такого рівня освіти. Це вказує на те, що в умовах скорочення попиту на працю роботодавці віддають перевагу більш кваліфікованим кандидатам не тому, що на робочому місці потрібні саме їхні професійні навички, а тому, що вищий рівень освіти, окрім іншого, свідчить про кращі природні здібності, соціальні характеристики, про вищу мотивованість та про інші позитивні характеристики працівника (теорія освітніх сигналів). Майже кожен другий громадянин України, який отримав освіту, не працює за спеціальністю. Згідно з дослідженням Інституту персоналу та розвитку Україна знаходиться на п'ятій позиції серед країн Європи, де випускники з освітою працюють не за спеціальністю [1, с. 122].

Таким чином, освіта в формуванні людського капіталу відіграє найважливішу роль, а в умовах інформаційного і технологічного суспільства

його значення тільки зростає. В економіці XXI ст., заснованої на знаннях, продуктивні сили реалізуються у формі людського капіталу, і в науковому середовищі все більш популярним стає думка, що людський капітал – найцінніший ресурс сучасного суспільства, більш значущий, ніж території, природні копалини і нагромаджене багатство. Рівень підготовки фахівця, його освіта сьогодні стають головними чинниками як особистого успіху людини, так і підприємства, в якому він працює, поряд з економічним зростанням в державі і широким застосуванням досягнень науково-технічного прогресу. Вплив освітньої складової на розвиток людського капіталу забезпечує технологічний прорив, компенсує витрати старіння населення, забезпечує створення сучасних робочих місць, формує працівників з необхідними компетенціями (творчими, підприємницькими, цифровими), стимулює бізнес створювати нову зайнятість, при якій праця стає високопродуктивною.

Висновки з проведеного дослідження. Освіта є одним з ключових елементів людського капіталу. Без освіти, без формування конкурентного людського капіталу неможлива реалізація завдань економічного зростання. Освіті належить особлива роль унаслідок того, що вона має значний позитивний зовнішній ефект, і тому інвестиції в освіту слід розцінювати як з позицій доходів працівника, так і суспільства загалом. Крім можливості набуття професії, освіта виконує також і статусну функцію, пов'язану з ринком праці. У цьому аспекті освіти в Україні ставлення населення до отримання освіти є позитивним, що має прояв у сталому попиті на освітні послуги різного рівня. Зміни в освіті мають відповісти на три ключових виклики: підвищити якість людського капіталу в умовах технологічних і демографічних викликів; створити основу для технологічної модернізації, цифрової трансформації, підвищення продуктивності праці та зростання якості робочих місць; зробити освіту інструментом збереження соціальної сталості в умовах невизначеності майбутнього і прискорених змін в економіці та житті суспільства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Розвиток людського капіталу: на шляху до якісних реформ. 2018. 364 с. URL: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf (дата звернення 27. 01. 2020).

2. Becker G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis. N.Y.,1964.

3. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. URL: https://pon.org.ua/novyny/2446-nacionalna-strategiya-rozvitku-osviti-v-ukrayini.html (дата звернення 17. 01. 2020).

4. Витрати на робочу силу за 2014 рік: стат. бюлетень. Державний комітет статистики України. Київ, 2015. 65 с.

5. Витрати на робочу силу за 2018 рік: стат. збірник. Державний комітет статистики України. К., 2019. 74 с.

6. Захарова О. В. Методологічні основи визначення оцінки інвестування у людський капітал. Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра економ. наук за спец.08.00.07 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика». Донецьк, 2011. 41 с.

7. Освіта в Україні: базові індикатори. Інформаційно-статистичний бюлетень результатів діяльності галузі освіти у 2017/2018 н. р. ДНУ «Інститут освітньої аналітики», 2018. с.151.

8. Праця України у 2017 році: стат. збірник. Держкомстат України. – Київ. 2018. 268с.

9. Річний звіт про виконання Державного бюджету України за 2018 рік. URL: https://www.treasury.gov.ua/file-storage-richnij-zvit-pro-vikonannya (дата звернення 05. 01. 2020).

REFERENCES:

1. Rozvytok liudskoho kapitalu: na shliakhu do yakisnykh reform [Human capital development: Towards quality reforms]. Available at: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf (accessed 27 January 2020).

2. Becker G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis. N.Y.,1964.

3. Natsionalna stratehiia rozvytku osvity v Ukraini na period do 2021 roku. [National Strategy for the Development of Education in Ukraine until 2021]. Available at: https://pon.org.ua/novyny/2446-nacionalna-strategiya-rozvitku-osviti-v -ukrayini.html (accessed 17 January 2020).

4. Vytraty na robochu sylu za 2014 rik: stat. biuleten. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy [Labor Costs for 2014: Stat. bulletin. State Statistics Committee of Ukraine]. K., 2015 (in Ukrainian).

5. Vytraty na robochu sylu za 2018 rik: stat. zbirnyk. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy [Labor Costs for 2018: Stat. collection. State Statistics Committee of Ukraine]. K., 2019 (in Ukrainian).

6. Zakharova O. V. Metodolohichni osnovy vyznachennia otsinky investuvannia u liudskyi kapital. Avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekonom. nauk za spets.08.00.07 «Demohrafiia, ekonomika pratsi, sotsialna ekonomika i polityka» [Methodological bases of determination of estimation of investment in human capital. Author's abstract diss. for the sciences. degree in Economics. 08.08.07 Demography, Labor Economics, Social Economics and Politics]. D., 2011 (in Ukrainian).

7. Osvita v Ukraini: bazovi indykatory. Informatsiino-statystychnyi biuleten rezultativ diialnosti haluzi osvity u 2017/2018 n. r. [Education in Ukraine: basic indicators. Information and statistical bulletin of the results of activity of the branch of education in 2017/2018 years]. D., 2018 (in Ukrainian).

8. Pratsia Ukrainy u 2017 rotsi: stat. zbirnyk . Derzhkomstat Ukrainy [Labor of Ukraine in 2017: stat. collection. State Statistics Committee of Ukraine]. K., 2018 (in Ukrainian).

9. .Richnyi zvit pro vykonannia Derzhavnoho biudzhetu Ukrainy za 2018 rik [Annual Report on Implementation of the State Budget of Ukraine for 2018]. Available at: https://www.treasury.gov.ua/file-storage richnij-zvit-pro-vikonannya (accessed 05 February 2020).

РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

ЗАХОДИ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

ENVIRONMENTAL MARKETING MEASURES IN THE ACTIVITIES OF LOCAL GOVERNMENT

УДК 504.03
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-60

Косар Н.С.[1]
к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу і логістики
Національний університет
«Львівська політехніка»
Яричевська Я.І.[2]
студентка
Національний університет
«Львівська політехніка»

Kosar Natalia
National University «Lviv Polytechnic»
Yarychevska Yaryna
National University «Lviv Polytechnic»

Значна кількість відходів в Україні, недостатня увага до формування свідомого відношення людей до навколишнього середовища, передусім сортування та формування відходів, актуалізують проблему реалізації заходів екологічного маркетингу органами місцевого самоврядування. Це дасть змогу не лише поліпшити стан навколишнього середовища у регіоні, а й згуртувати громаду, сприятиме розвитку економіки конкретної територіальної одиниці, підвищенню її інвестиційної привабливості, рівня життя мешканців та задоволення їхніх екологічних потреб. У статті подано пропозиції щодо інформаційного забезпечення споживачів для формування їхньої екологічно свідомої поведінки на ринку, передусім шляхом розроблення органами місцевого самоврядування боту у популярному месенджері Telegram (бот повинен бути окремим для кожної області, оскільки інформує споживачів про місце розташування точок прийому сміття на утилізацію, екологічних магазинах тощо, а вони по-різному розташовані у різних регіонах), налагодження ними контактів із редакціями місцевих газет та продюсерами радіостанцій із пропозиціями введення в їхні програми циклу статей про екологію та сортування сміття, запровадження екологічних ініціатив, проведення екологічних акцій чи фестивалів.

Ключові слова: *екологічний маркетинг, забруднення довкілля, органи місцевого самоврядування, інформаційне забезпечення, екологічно свідома поведінка.*

Значительное количество отходов в Украине, недостаточное количество внимания к формированию сознательного отношения людей к окружающей среде, в первую очередь к сортировке и формированию отходов, актуализируют проблему реализации мер экологического маркетинга администрациями местного самоуправления. Это позволит не только улучшить состояние окружающей среды в регионе, но и поможет сплотить общество и поспособствует развитию экономики конкретной территориальной единицы, повышению ее инвестиционной привлекательности, уровню жизни жителей и удовлетворению их экологических нужд. В статье представлены предложения по информационному обеспечению потребителей для формирования их экологически осознанного поведения на рынке, в первую очередь благодаря разработке администрациями местного самоуправления бота в популярном мессенджере Telegram (бот должен быть отдельным для каждой области, поскольку информирует потребителей о месте расположения точек приема мусора на утилизацию, экологических магазинах и т. д., а их месторасположение является разным в разных регионах), налаживанию контактов с редакциями местных газет и продюсерами радиостанций с предложениями о введении в их программу цикла статей об экологии и сортировке мусора, внедрении экологических инициатив, проведении экологических акций или фестивалей.

Ключевые слова: *экологический маркетинг, загрязнение окружающей среды, администрация местного самоуправления, информационное обеспечение, экологически осознанное поведение.*

A significant amount of garbage in Ukraine, insufficient attention to the formation of conscious attitude of people and enterprises to the environment, especially sorting and forming of wastes actualises the problem of rationalisation of environmental marketing measures in the activities of local government. Environmental marketing performs many tasks due not only to the local self-government responsibility to promote effective development of the region, but also to their social responsibility through the development of public consciousness and raise of the level of the awareness of citizens and entrepreneurs in the field of more responsible attitude to the environment. Environmental marketing measures may help not only to improve the environment in the region, but also will unite the community and contribute to the development of the economy of a specific territorial unit, increase its investment attractiveness, level of life of the citizens and meet their environmental needs. It was figured out that citizens of Ukraine still treat the environment in the irresponsible way, despite of global trend of protection and care of the nature influences Ukrainians. The ecological consciousness of Ukrainians should be extended, especially the collecting, sorting and recycle of garbage. The article provides suggestions on consumer information to form their environmentally conscious behavior on the market, starting from the creation of Telegram bot by local administration (the bot should be individual for each region due to that it contains information on garbage collection points for further recycling, ecoshops etc, which are placed differently in different regions), establishment of contacts with local newspapers and producers of radios with offers for setting a series of articles on the ecology and sorting of garbage. These articles need to provide information to potential consumers about local ecological businesses. It is recommended for local governments to implement environmental initiatives, conduct their environmental actions or festivals, organize a cycle of learning lessons in schools and kindergartens on environmental problems and areas of their solution. Local governments should also facilitate the implementation of "profitable ecology" activities, actively use the sources of renewable energy in the region, production of ecologically clean products and food, use environmental packaging, recycle etc. To achieve this goal, they should engage other partners, such as community and religious organizations for realization of environmental marketing activities.

Key words: *ecological marketing, environmental pollution, local government, information support, environmentally conscious behaviour.*

[1] ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0640-3276
[2] ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9948-8621

Постановка проблеми. В Україні на сміттєзвалища потрапляє майже 95% відходів і лише незначна частка з них спалюється чи йде на вторинну переробку, тоді як у деяких країнах Європи ситуація суттєво відрізняється. Більше того, Данія, наприклад, переробляє не тільки своє сміття, а й закуповує його в сусідніх країнах. В Україні не існує чіткої державної програми, яка б зобов'язувала населення та підприємства сортувати сміття та передбачала жорстку відповідальність за порушення екологічних норм. Також не розроблено заходи щодо стимулювання і популяризації культури поводження зі сміттям. Проте є чимало громадських ініціатив, які пропонують альтернативні рішення, що зменшують кількість відходів. Очевидно, що сформувати у споживачів відповідальність за стан довкілля можуть органи державної влади і місцевого самоврядування у разі використанні ними заходів екологічного маркетингу з метою підвищення рівня обізнаності та відповідальності жителів у цій сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання екологічного маркетингу досліджували як зарубіжні вчені, так і вітчизняні. Серед зарубіжних слід відзначити публікації Дж. Гранта, А. Ендрюса, Дж. Моріса, Ж. Оттоман, К. Пітті, Д. Фуллера; серед вітчизняних – Н.В. Зіновчук, С.М. Ілляшенка, О.В. Малєй, Л.Ф. Кожушка, Є.В. Крикавського, А.В. Ращенка, О.В. Садченко, В.І. Яреми тощо. У науковій літературі досліджено не лише «екологічний» маркетинг, а й напрями його застосування в металургії, лісових та деревообробних галузях, туристичній галузі («зелений» туризм), агроіндустрії, маркетинг екологічних товарів тощо, проте недостатньо уваги приділено питанням реалізації заходів екологічного маркетингу органами місцевої влади та управління.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення рекомендацій щодо впровадження заходів екологічного маркетингу органами місцевого самоврядування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нещодавно ООН оголошено надзвичайний екологічний стан по всій планеті [1] внаслідок найвищого за всю історію людства рівня вуглецю в атмосфері. Споживання людством удвічі більшої кількості ресурсів, ніж планета здатна регенерувати, спричинило парниковий ефект, аномальну спеку, пожежі в лісових масивах по всій планеті, танення льодовиків, появу мікропластику в колись найчистішому регіоні планети – Антарктиді, затоплення берегів Канади, загибель критичної кількості видів тварин.

Підвищення рівня антропогенного впливу на об'єкти природи загострює проблеми стану довкілля також і в Україні. Це зумовлено передусім неякісною водою, забрудненням повітря, деградацією земельних ресурсів, знищенням лісів, безвідповідальним та нераціональним споживанням земельних ресурсів, наявністю стихійних сміттєзвалищ та наслідками Чорнобильської катастрофи.

Однією з найбільш серйозних екологічних проблем України сьогодні можна вважати проблему утилізації і переробки різних відходів. За інформацією Міністерства екології та природних ресурсів, загальна площа всіх полігонів із відходами вже займає 4% площі України [2]. Проте значна їх кількість – це стихійні сміттєзвалища [3]. Речовини, які виділяються в результаті хімічних реакцій на полігонах твердих побутових відходів, здатні перетворити територію України на одну суцільну зону екологічного лиха, адже небезпечні хімічні речовини і бактерії просочуються в ґрунт, потрапляють у повітря та ґрунтові води, отруюючи життя всього живого на відстані десятків кілометрів від звалища.

За інформацією Міністерства екології та природних ресурсів України, щорічно середньостатистичний українець викидає на смітник близько 250 кг побутових відходів [2]. Із цих 250 кг мінімум 50 кг можна відправляти не на звалища, а на пункти прийому вторинної сировини, що дало б змогу скоротити кількість твердих побутових відходів в Україні на 10 млн кубометрів.

Глобальні екологічні проблеми та соціальні виклики зумовлюють виникнення як проблем, так і можливостей. Підприємницька та політична діяльність усе більше орієнтується на вирішення екологічних та соціальних проблем, тому доцільним є використання у ній заходів екологічного маркетингу. Безумовно, це абсолютно необхідно для органів влади місцевого самоврядування, які мають найбільші повноваження у впливі на щоденні дії громадян, що прямо та негативно впливають на екологічну ситуацію у країні та світі: на вивіз та сортування сміття, забруднення парків та лісів, висадку нових насаджень, ведення просвітницької діяльності серед громадян. В їх компетенцію входить упровадження окремих вузькоспеціалізованих та пристосованих до окремої території законодавчих ініціатив, співпраця з громадськими організація та підтримка окремих ініціатив населення. На жаль, громадяни України досі ставляться до навколишнього середовища достатньо безвідповідально, хоча загальний світовий тренд захисту та турботи про навколишнє середовище впливає й на українців. У напрямі збирання, сортування та переробки сміття необхідно підвищити екологічну свідомість населення України.

Унаслідок використання морально та технологічно застарілого обладнання і технологій у галузі збирання та переробки сміття, недостатньої уваги до цих питань на рівні держави та відсутності належного контролю екологічної ситуації в країні, а також браку фінансування в Україні достатньо

складно ефективно впроваджувати сучасні методи переробки та збирання сміття. Звісно, для подолання цих проблем започатковують та реалізують національні проєкти за підтримки міжнародних організацій, проте найбільшу роль у їх виконанні відіграють органи місцевого самоврядування.

У містах та селищах України діє планово-регулярна система збирання побутових відходів у металеві контейнери, що встановлені на спеціально відведених для цього місцях, де компанії, що здійснюють обслуговування населеного пункту у збиранні, сортуванні та утилізації відходів, відбирають органи місцевої влади. В Україні поки відсутні сміттєпереробні заводи, які поширені в розвинених країнах, та існує недостатня кількість компаній, котрі провадять дану діяльність, що зумовлює недостатній рівень конкуренції у даній сфері та якості таких послуг.

Як уже відзначалося, у напрямі зменшення побутових відходів, їх сортування та подальшої переробки важливу роль відіграють заходи екологічного маркетингу органів місцевого самоврядування.

Загалом екологічний маркетинг можна представити як господарський процес, що [4]: має на меті задовольнити екологічні потреби споживачів; забезпечує певні переваги суб'єктам господарювання, зокрема підвищення їхнього іміджу; задовольняє вимоги щодо збереження довкілля; сприяє формуванню соціального, економічного та екологічного ефектів. Його основними завданнями є: розроблення та виробництво екологічно чистих товарів та послуг; забезпечення можливості повторного, багаторазового використання упаковки продукції; екологічно безпечна переробка відходів виробництва та споживання продукції; оптимізація способів та маршрутів транспортування продукції з урахуванням екологічного складника; використання упаковки, що піддається переробці або екологічному розкладанню; впровадження енергозберігаючої та ресурсозберігаючої технології; вдосконалення методів контролю над забрудненням довкілля.

Існує поняття «прибуткова екологія» [5, с. 110], що означає зменшення екодеструктивного впливу на довкілля водночас із поліпшенням економічних показників виробника внаслідок упровадження ним нової техніки та технології, підвищення конкурентоспроможності продукції, зниження собівартості й загалом підвищення ефективності виробництва. Прикладами товарів із цієї сфери є малогабаритні автоматичні газонаповнювальні компресорні станції, дефіцитні продукти та енергія, отримані під час утилізації твердих побутових, рослинних відходів тощо.

Практичні приклади впровадження екологічного маркетингу різноманітні [6]. Серед них можна виділити так звану «зелену» енергетику, тобто видобуток та використання енергії з відновлюваних джерел: сонячної, вітрової, біоенергії тощо. В Україні достатньо активно розвивається даний напрям, хоча через законодавчі обмеження це вигідно для крупних інвесторів. Сюди також відноситься «зелене» будівництво, тобто використання екологічно чистих матеріалів під час спорудження будинків. Такі ініціативи в Україні поки є недостатньо популярними.

Важливим напрямом екологічного маркетингу є виробництво екологічно чистої продукції та продуктів харчування. В Україні з кожним роком стає все більше підприємств, які працюють у цій галузі та навіть експортують товари за кордон. Важливою також є екологічна упаковка, створена згідно з ISO 18601: packing&environment [7]. Дана концепція в Україні поки не надто розвинена, оскільки часто тут виникає конфлікт між зручністю використання чи транспортування товару споживачами та інтересами суспільства щодо охорони довкілля [8].

Заслуговують уваги також reuse, тобто повторне використання, а також переробка вторинної сировини. Тут важливим є не лише зростання рівня свідомості громадян, а й соціальна відповідальність бізнесу, що підвищується з кожним роком. Наприклад, деякі мережі кав'ярень пропонують знижки клієнтам за каву у свою чашку.

Щоб ефективно застосовувати методи екологічного маркетингу, необхідно не лише розуміти особливості їх застосування на різних макро-, мезо- та мікрорівнях, а й знати, які його типи існують. Залежно від носіїв екологічних потреб та умов їх задоволення О.В. Садченко виділяє типи екологічного маркетингу, п'ять з яких подано в табл. 2 [9], оскільки шостий тип (концепцію) слід розглядати не як окремий процес, а як всеохопне явище системи відносин сталого суспільного розвитку, котре охоплює весь процес створення, споживання та утилізації товару з урахуванням наслідків цього процесу для навколишнього середовища.

Очевидно, що органи місцевого самоврядування можуть використовувати шостий тип маркетингу, хоча вони також можуть використовувати методи, властиві організаціям чотирьох інших типів, зокрема п'ятого типу, адже це не лише сприятиме формуванню їхнього позитивного іміджу, а й підвищить рівень обізнаності людей щодо екологічних проблемам та позитивно вплине на все суспільство.

Для досягнення цієї мети органам місцевого самоврядування доцільно надавати підтримку та здійснювати просування традиційних видів природокористування, історично культивованих у місцевій територіальній громаді, які сприяють збереженню біорозмаїття і вирішенню місцевих соціально-економічних проблем, таких як зайнятість населення; створювати умови для зародження й розвитку екологічних ініціатив бізнесу та громади; здійснювати пошук та залучення

Таблиця 1

Характеристика типів екологічного маркетингу

I тип	II тип	III тип	IV тип	V тип
Виробництво звичайних товарів та послуг з урахуванням екологічних нормативів, обмежень та вимог придоохоронного законодавства.	Задоволення екологічних потреб населення, які зумовлені погіршенням якості довкілля та підвищенням екологічної свідомості.	Маркетинг природних ресурсів та екологічних товарів, де споживачами є органи місцевої та державної влади.	Маркетинг природоохоронної діяльності для збереження середовища та генофонду біосфери, а також проведення відповідних заходів задля відновлення порушених екосистем.	Маркетинг екологічних знань та технологій.
До підприємств, які займаються цим видом екологічного маркетингу, належать ті, які дотримуються екологічних стандартів якості ISO, вдосконалюють виробничі процеси задля зменшення кількості відходів, шкідливих викидів, для переходу до використання екологічної сировини тощо.	Це підприємства, які виробляють свою продукцію з екологічно чистих матеріалів та роблять її якомога більш довговічною. Компанії дотримуються концепції сталого споживання (споживання відповідно до цілей сталого розвитку).	Це внутрішня торгівля сертифікатами викидів, тобто дозволами на забруднення навколишнього середовища парниковими газами, де кошти від продажу квот спрямовуються на фінансування екологічних проєктів.	Актуальний для місцевих органів влади, урядів, міжнародних суспільних організацій, політичних партій та рухів.	Товаром виступають екологічно безпечні технології, аналіз і моніторинг екологічного законодавства, проведення екологічної експертизи, аудит, консалтинг.

Джерело: складено на основі [9, с. 75–76]

Рис. 1. Модель екологічного маркетингу для органів місцевого самоврядування

Джерело: власна розробка авторів

інвесторів для створення екологічно сумісних підприємств або ж використання відновлювальних джерел енергії (ВДЕ) (органами місцевого самоврядування можливий повний перехід на забезпечення населеного пункту ВДЕ завдяки перерозподілу коштів); сприяти створенню екологічно сумісних кластерів на даній території або ж із залученням сусідніх; надавати підтримку малим локальним підприємствам, що функціонують на принципах екологічної сумісності з навколишнім природним середовищем та за рахунок близького розміщення до громади залишатимуть менший вуглецевий слід; удосконалювати законодавчі акти даної території; сприяти поширенню екологічних знань і технологій серед місцевого населення з метою підвищення його екологічної культури через соціальну рекламу, уроки в навчальних закладах, екофестивалі, екоакції тощо.

На рис. 1 зображено модель екологічного маркетингу для органів місцевого самоврядування.

Надання послуг органами місцевого самоврядування повинно відповідати концепції екологічного маркетингу. Їм доцільно провадити діяльність, застосовуючи методи III та IV типів екологічного маркетингу, наприклад надаючи споживачам достовірну, доцільну, актуальну та своєчасну інформацію про сортування сміття у вигляді інфографік як у форматі постерів, так і у цифровому форматі на сайті місцевого органу самоврядування. Сортування сміття слід зробити максимально простим та інтуїтивно зрозумілим для виконання за допомогою розміщення спеціальних баків. Також завдяки встановленим камерам на місцях збирання та сортування сміття можна виявити порушників, які не сортують сміття або здають його понад норму, яку оплачують, та застосувати щодо них санкції у вигляді додаткових зборів та стягнень. Санкції також органи місцевої влади повинні застосовувати щодо підприємств та фізичних осіб, чия діяльність умисно та свідомо наносить шкоду довкіллю. Важливо також вдосконалювати стосунки з партнерами та впевнитися, що вони діють згідно з принципами екологічного маркетингу. Наявність партнерів – це перший крок до нетворкінгу, який допоможе поширити впровадження концепції екологічного маркетингу серед усіх підприємств, що діють на території даної територіальної ланки, а також на сусідні територіальні ланки. Впровадження методів та принципів екологічного маркетингу багатьма підприємствами у цілому дасть змогу поліпшити рівень життя суспільства та сприятиме розвитку економіки, адже, зрештою, одним із принципів екологічного маркетингу є принцип комплексності, що означає його застосування в усіх сферах діяльності підприємства і суспільства у цілому. Оскільки часто рекламні кампанії є дорогими, фінансувати їх доцільніше спільно з органами влади інших територіальних одиниць. Об'єднання з партнерами дасть змогу налагодити також діалог із вищими органами державної влади для розроблення та реалізації ними більш логічної та поліпшеної екологічної політики.

Для людей, які постійно та правильно сортують сміття, доцільно розробити нову систему тарифів, яка дасть їм змогу зекономити, або ж проводити акції спільно з місцевими екологічними підприємствами, наприклад видавати безкоштовні проїзні за збір та здачу певної кількості сировини, що піддається вторинній переробці, тощо.

Органам місцевого самоврядування важливо підтримувати зв'язки з громадськістю за допомогою ведення діалогу з редакціями місцевих газет та продюсерами радіостанцій із пропозиціями введення в їхні програми циклу статей про екологію та сортування сміття зі згадкою про місцеві підприємства, що реалізують екологічні ініціативи, запровадження екологічних ініціатив, проведення акцій чи фестивалів або ж завдяки організації інтерв'ю щодо вирішення екологічних проблем тощо. Також органам місцевого самоврядування слід налагодити співпрацю з місцевими та регіональними державними та громадськими і релігійними організаціями. У рамках соціальної відповідальності влади доцільно провести цикл ознайомчих уроків у школах та дитячих садках, організовувати спільно з партнерами прибирання територій, висадку саджанців дерев тощо.

Завдяки поданій на рис. 1 моделі можна сформувати завдання екологічного маркетингу:

- проведення маркетингових досліджень для отримання детальної інформації про жителів підпорядкованого місцевому органу самоврядування населеного пункту та аналіз їх результатів;
- аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду у сфері застосування концепції екологічного маркетингу та впровадження його органами місцевого самоврядування, розроблення й упровадження нових методів діяльності;
- сприяння впровадженню підприємствами нових технологій виробництва, розвиток екотуризму, «зеленої» енергетики, «зеленого» будівництва тощо;
- вивчення та аналіз ринку рекламних послуг для подальшої їх оптимізації, спрямованої на збільшення обізнаності та свідомості місцевих жителів щодо стану навколишнього середовища;
- розроблення екологічно орієнтованих стратегій розвитку території;
- розроблення пропозицій для вдосконалення та розроблення законопроєктів, які можуть стосуватися охорони навколишнього середовища разом із громадськими обговореннями.

Органам місцевого самоврядування рекомендовано створити бот у популярному месенджері Telegram. Мета боту – надавати достовірну та легку для розуміння людей інформацію для досягнення

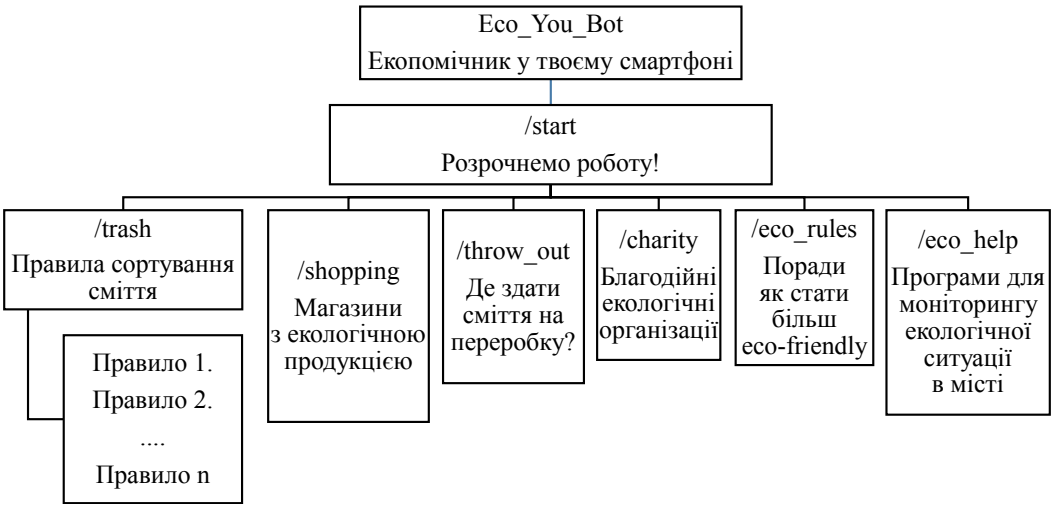


Рис. 2. Рекомендована блок-схема боту

Джерело: власна розробка авторів

ними більш екологічного способу життя, а саме: подати правила сортування сміття; карту місць, де можна здати на переробку сміття, що потребує спеціальної утилізації (термометри, батарейки тощо); посилання на програми для моніторингу рівня забрудненості повітря, води тощо; посилання на сайти та профілі у соціальних мережах благодійних організацій та магазинів з екологічною продукцією; поради для переходу на більш екологічний та zero-waste спосіб життя. Блок-схему розробленого боту представлено на рис. 2.

Розміщення посилання на цей бот на сайті органу місцевого самоврядування дасть йому змогу не лише стати ближчим до громадян, а й отримувати зворотну інформацію та встановити нові контакти з інфлюенсерами та стейкхолдерами, такими як благодійні організації та громадські активісти. Для жителів даної території такий бот буде вигідним завдяки отриманню ними своєчасної та достовірної, чіткої та зрозумілої інформації та інструкцій щодо переходу на більш екологічний спосіб життя.

Висновки з проведеного дослідження. Застосування екологічного маркетингу органами місцевого самоврядування дасть змогу не лише поліпшити стан навколишнього середовища, а й згуртувати громаду та сприятиме розвитку економіки конкретної територіальної одиниці, а також підвищить рівень життя мешканців. Екологічний маркетинг у цьому разі здатен та повинен виконувати багато завдань, що зумовлено не лише законодавчою відповідальністю органів місцевого самоврядування перед мешканцями сприяти розвитку регіону, а й їхньою соціальною відповідальністю завдяки розвитку суспільної свідомості та підвищення рівня обізнаності громадян у сфері більш відповідального відношення до довкілля.

Перспектива подальших досліджень пов'язана зі збиранням та обробкою первинної маркетингової інформації стосовно тих стимулів, які є вирішальними для людей під час формування ними екологічно свідомої поведінки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. В ООН оголосили «надзвичайний кліматичний стан». URL : https://tsn.ua/svit/v-oon-ogolosili-nadzvichayniy-klimatichniy-stan-1400778.html (дата звернення 18.09.2019).

2. Офіційний сайт міністерства енергетики та захисту довкілля України. URL : https://menr.gov.ua/ (дата звернення 19.11.2019).

3. Інтерактивна мапа стихійних сміттєзвалищ. URL : https://www.kmu.gov.ua/service/zvernennya-pro-stikhiyne-smittezvalishche (дата звернення 19.11.2019).

4. Зіновчук Н.В., Ращенко А.В. Екологічний маркетинг : навчальний посібник. Житомир, 2015. 190 с.

5. Хижнякова Н.О. Відображення екологічних аспектів у стратегії розвитку територіальної громади. *Економічний форум*. 2018. № 1. С. 106–111.

6. Косар Н.С., Гап'як Т.М., Федунь М.Р. Напрями реалізації концепції екологічного маркетингу в умовах соціалізації економіки. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2017. № 863. С. 94–100.

7. ISO 18601:2013. Packaging and the environment – General requirements for the use of ISO standardsinthefieldofpackagingandtheenvironment.URL: https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:18601:ed-1:v1:en (дата звернення: 03.12.2019).

8. Крикавський Є.В., Кузьо Н.Є., Косар Н.С. Фасування продуктів: маркетинг contra екологія. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 103–117.

9. Садченко О.В. Концепції екологічного маркетингу. *Економічний вісник НГУ.* 2009. № 3. С. 71–79.

REFERENCES:

1. V OON ogolosyly “nadzvychajnyj climatychnyj stan”. (2019) [UN announced “extraordinary climate state”] Available at: https://tsn.ua/svit/v-oon-ogolosili-nadzvichayniy-klimatichniy-stan-1400778.html (accessed 18 September 2019).

2. Oficijnyj sajt ministerstva energetyky ta zaxystu dovkillya Ukrayiny. (2019) [The official site of Ministry of energy and environment protection of Ukraine] Available at: https://menr.gov.ua/ (accessed 19 November 2019).

3. Interaktyvna mapa styxijnyx smittyezvalyshh. [Interactive map of illegal dumps] Available at: https://www.kmu.gov.ua/service/zvernennya-pro-stikhiyne-smittezvalishche (accessed 19 November 2019).

4. Zinovchuk, N. V., Rashhenko, A. V. (2015) Ekologhichnyj marketyngh: navch. posib. [Environmental marketing] Zhytomyr. (in Ukrainian)

5. Khyzhnjakova, N. O. (2018) Vidobrazhennja ekologhichnykh aspektiv u strateghiji rozvytku terytorialjnoji ghromady. [Reflection of the environmental aspects of the territory unit development strategy] Ekonomichnyj forum. [Economic forum] Vol.1, pp. 106-111

6. Kosar, N. S., Ghap'jak, T. M. and Fedunj, M. R. (2017) Naprjamy realizaciji koncepciji ekologhichnogho marketynghu v umovakh socializaciji ekonomiky. [Directions of implementation of ecological marketing concept in conditions of economy socialisation] Visnyk Nacionaljnogho universytetu «Ljvivsjka Politekhnika». [Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"] Vol 863, pp. 94-100.

7. ISO 18601:2013. Packaging and the environment – General requirements for the use of ISO standards in the field of packaging and the environment. Avalaible at: https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:18601:ed-1:v1:en (accessed 03 December 2019).

8. Krykavsjkyj, Je.V., Kuzjo, N.Je. and Kosar, N.S. (2018) Fasuvannja produktiv: marketyngh contra ekologhija. [Product Packing: Marketing contra ecology] Marketyngh i menedzhment innovacij. [Marketing and management of innovations] Vol. 1, pp. 103-117.

9. Sadchenko, O. V. (2009) Koncepciji ekologhichnogho marketynghu. [Concepts of environmental marketing] Ekonomichnyj visnyk NGhU. [Economic bulletin of NMU] Vol. 3, pp. 71-79.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

WAYS TO IMPROVE ECONOMIC ENVIRONMENTAL MECHANISM IN UKRAINE

УДК 338.23:502.1(477)
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-61

Удовиця О.Ф.
к.п.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та логістики
Одеська національна академія харчових технологій

Udovytsya Oleh
Odessa National Academy of Food Technologies

У статті розглянуто поняття економічного механізму природокористування. Визначена необхідність збереження навколишнього природного середовища, сприяння забезпеченню екологічної безпеки держави та життєдіяльності населення. Розглянуті основні державні нормативні документи щодо природокористування в Україні. Досліджені основні складники стратегії сталого розвитку України в контексті екологізації. Доведена необхідність ключової ролі політики у сфері охорони навколишнього природного середовища у процесі прийняття управлінських рішень на державному рівні. Обґрунтовано необхідність пошуку сучасних шляхів розроблення та вдосконалення ефективного економічного механізму природокористування. Визначено, що основною метою економічного механізму природокористування є раціональне використання природних ресурсів. Встановлено шляхи удосконалення економічного механізму природокористування в Україні.

Ключові слова: *шляхи удосконалення, сталий розвиток, економічний механізм природокористування, економічні інструменти, природоохоронні заходи, навколишнє природне середовище.*

В статье рассмотрено понятие экономического механизма природопользования. Определена необходимость сохранения окружающей природной среды, содействия обеспечению экологической безопасности государства и жизнедеятельности населения. Рассмотрены основные государственные нормативные документы по природопользованию в Украине. Исследованы основные составляющие стратегии устойчивого развития Украины в контексте экологизации. Доказана необходимость ключевой роли политики в сфере охраны окружающей природной среды в процессе принятия управленческих решений на государственном уровне. Обоснована необходимость поиска современных путей разработки и совершенствования эффективного экономического механизма природопользования. Определено, что основной целью экономического механизма природопользования является рациональное использование природных ресурсов. Установлены пути усовершенствования экономического механизма природопользования в Украине.

Ключевые слова: *пути усовершенствования, устойчивое развитие, экономический механизм природопользования, экономические инструменты, природоохранные мероприятия, окружающая природная среда.*

Sustainable economic and social development of the country is a priority for any country, and Ukraine is no exception. Presently, the key element of such development is the preservation of the natural environment, ensuring the ecological safety of the country and the life of the population. Thus, environmental policy should be the key element in government decision-making. Analysis of the current state of the economic mechanism of nature management and activities to preserve the natural environment in our country indicates a low productivity, as well as a certain inability to provide conditions for the normal functioning of economic entities. The main indicators of imperfection of the economic mechanism of nature management are: it may not be of interest to economic entities in terms of taking measures to preserve the natural environment at their own expense, that is, has low economic attractiveness; it is not flexible, that is, it does not respond effectively and promptly enough to turbulent changes in economic and environmental processes in a country; it may not be sufficiently integrated into other economic indicators and levers of economic activity. As the main purpose of the economic mechanism of nature management is the rational use of natural resources, it is necessary to develop and use such tools to stimulate the nature management, which will fully implement the main directions of reforming the economy of Ukraine and its regions, taking into account the ecological factor. That is why the overall strategy of sustainable development of Ukraine should be based on environmental, economic and social components under the conditions of regulatory and legal support. Thus, in order to achieve sustainable development, it is necessary to look for modern ways of developing and improving an effective economic mechanism of nature management. The identified ways of improvement should play an important role in the system of management and regulation of the economy in Ukraine.

Key words: *ways of improvement, sustainable development, economic mechanism of nature management, economic instruments, environmental measures, environment.*

Постановка проблеми. Сталий економічний та соціальний розвиток держави є пріоритетним завданням для будь-якої країни, не винятком є й Україна. Нині ключовим елементом такого розвитку є збереження навколишнього природного середовища, забезпечення екологічної безпеки держави та життєдіяльності населення. Таким чином, політика у сфері охорони навколишнього природного середовища повинна стати ключовою у процесі прийняття управлінських рішень на державному рівні.

Економічний механізм природокористування в Україні сьогодні є недосконалим, а саме він не має достатнього рівня розвитку; не є таким, що викликає інтерес у суб'єктів господарювання, щоби проводити заходи щодо раціонального природокористування; не має узгодженості з іншими економічними показниками та шляхами покращення результатів діяльності суб'єкта господарювання.

Оскільки основною метою економічного механізму природокористування є раціональне використання природних ресурсів, необхідним вважаємо розроблення та застосування таких інструментів стимулювання природокористування, які дадуть змогу повною мірою реалізувати основні напрями реформування економіки України та її регіонів з урахуванням екологічного фактору. Саме тому загальна стратегія сталого розвитку України повинна базуватися на екологічних, економічних та соціальних складниках за

умов нормативно-правового забезпечення. Таким чином, для досягнення сталого розвитку необхідним є пошук сучасних шляхів розроблення та вдосконалення ефективного економічного механізму природокористування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема пошуку шляхів удосконалення економічного механізму природокористування давно стала об'єктом економічних досліджень, але й досі не розкрита повною мірою. Серед учених, які працюють у цьому напрямі, можна виділити наукові роботи О. Стахова [3], С. Линника [4], Н. Андрєвої [5], А. Карпука [6], О. Величка [7]. Отримані наукові результати дали можливість обґрунтувати доцільність упровадження економічних інструментів у природоохоронну діяльність. Але залишається актуальним питання щодо пошуку шляхів, що сприятимуть раціональному та обґрунтованому природокористуванню.

Постановка завдання. Метою роботи є визначення можливих шляхів удосконалення економічного механізму природокористування в Україні, застосування таких інструментів стимулювання для суб'єктів господарювання, що спрямовані на узгодження їхніх інтересів та прийняття управлінських рішень на рівні держави у сфері раціонального використання природних ресурсів задля досягнення ефективного розвитку національної економіки у комплексі з позитивним впливом на стан навколишнього природного середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз сучасного стану економічного механізму природокористування та діяльності задля збереження природного середовища в нашій країні свідчить про вкрай низьку результативність, а також про певну неспроможність щодо забезпечення умов для нормального функціонування суб'єктів господарювання. Основними показниками недосконалості економічного механізму природокористування в Україні є:

– не може бути цікавим для суб'єктів господарювання з погляду проведення заходів для збереження природного навколишнього середовища за власні кошти, тобто має низьку економічну привабливість;

– не є гнучким, тобто не досить ефективно й оперативно реагує на турбулентні зміни економічних та екологічних процесів у державі;

– не може бути досить інтегрований в інші економічні показники та важелі господарської діяльності.

Таким чином, для економічного механізму природокористування в Україні характерними рисами можна вважати такі: не стимулює суб'єктів господарювання до впровадження таких способів реалізації своєї діяльності, які є екологічно безпечними; сковує природозберігаючу діяльність, обмежує впровадження інноваційних еколого-орієнтованих технологій, що призводить до закономірного погіршення якості довкілля [2].

Ситуація що склалася, частково може бути пояснена складністю поняття економічного механізму природокористування та різноманітністю його компонентів. Економічний механізм природокористування – це сукупність економічних структур, інститутів, форм і методів господарювання, за допомогою яких реалізуються чинні в конкретних умовах економічні закони та здійснюється погодження і коригування суспільних, групових і приватних інтересів. Економічний механізм відіграє надзвичайно важливу роль у реалізації цілей екологічної політики суб'єкта господарювання на будь-якому рівні: держави, галузі, території, підприємства [3, с. 309].

Згідно із Законом України «Про охорону навколишнього природного середовища», формування економічного механізму охорони навколишнього природного середовища передбачає:

– взаємозв'язок усієї управлінської, науково-технічної та господарської діяльності підприємств, установ та організацій із раціональним використанням природних ресурсів та ефективністю заходів щодо охорони навколишнього природного середовища на основі економічних важелів;

– визначення джерел фінансування заходів з охорони навколишнього природного середовища;

– встановлення лімітів використання природних ресурсів, скидів забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище та на утворення і розміщення відходів;

– встановлення нормативів збору і розмірів зборів (плати) за використання природних ресурсів, викиди і скиди забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище, на утворення і розміщення відходів та інші види шкідливого впливу;

– надання підприємствам, установам і організаціям, а також громадянам податкових, кредитних та інших пільг під час упровадження ними маловідходних, енерго- і ресурсозберігаючих технологій та нетрадиційних видів енергії, здійснення інших ефективних заходів щодо охорони навколишнього природного середовища;

– відшкодування в установленому порядку збитків, завданих порушенням законодавства про охорону навколишнього природного середовища [1].

Відповідно до Закону, основними компонентами економічного механізму природокористування є:

– система фінансування природоохоронних заходів;

– платність природокористування;

– ціноутворення з урахуванням екологічного фактора;

– створення механізму реалізації державних і регіональних екологічних програм;

– механізми зборів за забруднення навколишнього природного середовища та за спеціальне використання природних ресурсів;

– механізм відшкодування збитків, заподіяних унаслідок порушення законодавства про охорону довкілля [4, с. 173].

Наведені компоненти економічного механізму природокористування є засобом створення сприятливого середовища державою задля контролю діяльності суб'єктів господарювання під час провадження своєї діяльності з погляду захисту навколишнього природного середовища та недопущення або пом'якшення негативних наслідків для довкілля.

Економічний механізм природокористування ставить за мету вирішити завдання раціонального використання природних ресурсів, при цьому врахувати інтереси населення та суб'єктів господарювання за рахунок формування безпечного середовища з погляду екології, сприяти впровадженню і фінансуванню програм щодо збереження та покращення стану навколишнього природного середовища або недопущення згубних наслідків для нього.

Таким чином, економічний механізм природокористування є основою сталого розвитку України та може бути здійснений такими шляхами:

– шляхом покращення екологічного законодавства, збільшенням впливу екологічного права на провадження господарської діяльності;

– шляхом підвищення значення екологічних характеристик товарів та послуг не тільки на стадії виробництва а й під час використання та утилізації;

– шляхом підвищення рівня екологічної обізнаності громадськості, пропаганди екологічної відповідальності, нарощування природоохоронного потенціалу тощо [5, с. 24].

На основі вищенаведеного варто зазначити, що шляхи удосконалення економічного механізму природокористування мають бути зосереджені не тільки на використанні природо- та ресурсозберігаючих технологій, але й на створенні і вдосконаленні процедури прийняття управлінських рішень [6, с. 141].

У результаті проведеного дослідження вважаємо, що основними шляхами удосконалення економічного механізму природокористування в Україні є:

1) формування організаційної структури високої ефективності та дієвого законодавства у сфері охорони природного навколишнього середовища та раціонального використання природних ресурсів;

2) економічна реалізація повноважень держави як власника природних ресурсів;

3) застосування методів економічної оцінки природних ресурсів і визначення економічного збитку з орієнтацією на них ставок і платежів, упровадження відповідних комплексних оцінок у межах системи державних розрахунків;

4) реалізація комплексних цільових програм і проектів, що забезпечують скорочення обсягів ресурсоспоживання та розширене відтворення природних багатств;

5) цільове використання коштів, призначених на охорону та відтворення природних ресурсів, формування системи чинного фінансово-економічного контролю за таким використанням;

6) активне стимулювання і державна підтримка екопідприємництва, тобто ековиробництва та екопослуг (включаючи пряме державне регулювання);

7) впровадження моделі стійкого розвитку, основою якої мають стати поєднані екологічні та економічні цілі.

Шляхи удосконалення економічного механізму природокористування в Україні мають зайняти важливе місце в системі регулювання економіки [7, с. 37].

Висновки з проведеного дослідження. Сучасні проблеми у сфері екології, що притаманні Україні, характеризуються недосконалим законодавством та економічним механізмом регулювання природоохоронною діяльністю загалом, не менш важливим є також низький рівень обізнаності населення щодо стану навколишнього природного середовища та шляхів його збереження або мінімізації наслідків впливу. Не досить уваги приділяється питанням щодо усунення та недопущення негативних наслідків від провадження економічної діяльності суб'єктами господарювання.

Запропоновані шляхи удосконалення економічного механізму природокористування в Україні базуються на використанні нового досвіду та позитивного мотивування, а також спрямовані на раціональне природокористування за рахунок залучення та заохочення господарюючих суб'єктів. Запровадження запропонованих шляхів має забезпечити напрям сталого економічного розвитку, що означає не лише задоволення потреб населення нині, а й турботу про наступні покоління.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25 червня 1991 р. № 1264-XII // ВВР України. 1991. № 41. 546 с.

2. Макарова В.В. Еколого-економічний складник поняття «сталий розвиток». Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Електронне наукове фахове видання. Дніпро : Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. 2019. Вип. 3(20). 2019. С. 417–421. URL: www.easterneurope-ebm.in.ua (дата звернення : 05.12.2019).

3. Стахів О. А. Економічні механізми природокористування в Україні [Текст] / О.А. Стахів, С.А. Войтович Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону : фінансова політика та інвестиції : Збірник наукових праць. Рівне, 2011. Випуск XVII № 4. С. 308–318.

4. Линник С.О. Реформування системи фінансування екологічної діяльності та розвиток фінансових механізмів. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія: Державне управління. Донецьк, ДонДУУ, 2004. Т. V, вип. 42. С. 170–177.

5. Андрєєва Н. Технології стратегічного екологічного управління сучасним підприємством: методи та інструментарій впровадження/ Н. Андрєєва, О. Мартинюк. Економіст. 2013. № 1. С. 22–25.

6. Карпук А.І. Економічні інструменти регулювання господарської діяльності у сфері природокористування. Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 12. С. 139–144.

7. Веклич О.О. Шляхи і засоби запровадження екологічно економічно та фіскальноефективної системи / О.О. Веклич. Перспективи впровадження екологічного оподаткування в Україні : зб. матеріали науково-практичного круглого столу. Ірпінь : Національний університет ДПС України, 2010. – С. 35–42.

REFERENCES:

1. Law of Ukraine on the protection of the environment № 1264-XII. (1991, April 25). Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny, 41, 546 (in Ukrainian).

2. Makarova V.V. (2019) Ekoloho-ekonomichnyy skladnyk ponyattya «stalyy rozvytok» [Ecological and economic component of the concept of "sustainable development"]. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya [Eastern Europe: Economics, Business and Management] (electronic journal). Dnipro: Prydniprovska derzhavna akademiya budivnytstva ta arkhitektury, vol. 3(20), pp. 417–421. Available at: http:// srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/2249/1/Makarova.pdf (accessed 5 December 2019).

3. Stakhiv, O.A. (2011) Ekonomichni mekhanizmy pryrodokorystuvannia v Ukraini [Economic mechanisms of nature management in Ukraine]. Rivne: Problemy ratsional'noho vykorystannia sotsial'no-ekonomichnoho ta pryrodno-resursnoho potentsialu rehionu: finansova polityka ta investytsii, vol. 4, pp. 308–318. (in Ukrainian)

4. Lynnyk, S.O. (2004) Reformuvannia systemy finansuvannia ekolohichnoi diial'nosti ta rozvytok finansovykh mekhanizmiv [Reforming the system of financing environmental activities and developing financial mechanisms]. Donets'k: Derzhavne upravlinnia, vol. 42. pp. 170–177. (in Ukrainian)

5. Andrieieva, N. (2013) Tekhnolohii stratehichnoho ekolohichnoho upravlinnia suchasnym pidpryiemstvom: metody ta instrumentarij vprovadzhennia [Technologies of strategic environmental management of a modern enterprise: methods and tools for implementation]. Ekonomist, no. 1, pp. 22–25. (in Ukrainian)

6. Karpuk, A.I. (2011) Ekonomichni instrumenty rehuliuvannia hospodars'koi diial'nosti u sferi pryrodokorystuvannia [Economic instruments for regulating economic activity in the field of environmental management]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini, no. 12, pp. 139–144. (in Ukrainian)

7. Veklych, O.O. (2010) Shliakhy i zasoby zaprovadzhennia ekolohichno ekonomichno ta fiskal'noefektyvnoi systemy [Ways and means of introducing an environmentally cost effective and fiscal efficient system]. Irpin': Perspektyvy vprovadzhennia ekolohichnoho opodatkuvannia v Ukraini, pp. 35–42. (in Ukrainian)

МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ БІОСФЕРОСУМІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БУДІВНИЦТВІ

MECHANISMS OF PORTFOLIO FORMATION OF PROSPECTIVE BIOSPHERIC COMPATIBLE TECHNOLOGIES IN CONSTRUCTION

УДК 69.003:699.87:502.1:338.28
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-62

Шпакова Г.В.
к.т.н., доцент, доцент кафедри будівельних технологій
Київський національний університет будівництва і архітектури

Shpakova Hanna
Kyiv National University of Construction and Architecture

У статті розглядаються основні етапи вибору раціональних біосферосумісних виробничих технологій, які адаптовані до еколого-економічних обмежень, що діють відповідно до міжнародних нормативних актів про стан навколишнього середовища, а також ураховують соціальний складник як один із компонентів сталого розвитку. Представлено алгоритм поетапного відбору та оцінки оптимальних рішень із дотриманням екологічних, економічних та соціальних імперативів на засадах сталого розвитку. Запропоновано шляхи переходу будівельної галузі на нову концептуальну основу розвитку, у рамках якої пріоритетними є каскадне залучення природних ресурсів у цикл виробництва і мінімізація обсягів залишкових продуктів для забезпечення руху в напрямі циркулярної економіки з каскадним використанням ресурсів. Проаналізовано та запропоновано перспективні напрями застосування ІТ-інструментарію та біосферосумісних технологій для прогнозування життєвого циклу об'єкта з можливістю його збільшення.

Ключові слова: *екологізація економіки, екологічний аудит, вторинна сировина, рециклінг, біосферосумісні технології.*

В статье рассматриваются основные этапы выбора рациональных биосферосовместимых производственных технологий, которые адаптированы к эколого-экономическим ограничениям, действующим в соответствии с международными нормативными актами о состоянии окружающей среды, а также учитывают социальную составляющую как один из компонентов устойчивого развития. Представлен алгоритм поэтапного отбора и оценки оптимальных решений с соблюдением экологических, экономических и социальных императивов на принципах устойчивого развития. Предложены пути перехода строительной отрасли на новую концептуальную основу развития, в рамках которой приоритетными являются каскадное привлечение природных ресурсов в цикл производства и минимизация объемов остаточных продуктов для обеспечения движения в направлении циркулярной экономики с каскадным использованием ресурсов. Проанализированы и предложены перспективные направления применения ИТ-инструментария и биосферосовместимых технологий для прогнозирования жизненного цикла объекта с возможностью его увеличения.

Ключевые слова: *экологизация экономики, экологический аудит, вторичное сырье, рециклинг, биосферосовместимые технологии.*

Humanity has realized long ago that the coordination of efforts to collect, store and process information about the state of the environment is a necessity. Under the patronage of the UN, a concept and program for monitoring and assessing the state of the environment has been developed. Environmental controls are very similar to auditing. The most widespread today is a specialized environmental audit on waste accounting. The priority objective of environmental monitoring and enterprises auditing is to turn waste into resources and reduce their generation. Domestic legislation in this area does not fully or only partially comply with EU requirements. Ukraine needs to move to a new conceptual basis for economic development. Most industries are resource-intensive through direct dependence on the resource base. They are built on the basis of a linear model of the economy. Modernization of the construction industry in Ukraine, which produces significant volumes of residual wastes, is one of the pressing problems. EU directives aim to build a "recycling society". Renewable resource technologies and green energy are in trend. But in such conditions the economic development is difficult to provide. It is difficult to choose a cost-effective technology according to environmental standards for implementation in a particular region without the methodology and tools of environmental and economic analysis. A phased algorithm for the selection and adjustment of decisions on the selection of rational technology is proposed. The promising directions of adaptation to biosphere compatibility have been proposed for the construction industry. One of the directions in the greening of construction technologies is the recycling of building materials and structures. A wider introduction of IT technologies in the process of the object life cycle is proposed: when assessing the state of a construction object in order to extend the life of the facility; when designing the periods of time and scope of modernization, reconstruction, disposal of a construction site; when introducing new concepts during the initial design in order to simplify the modernization, reconstruction, disposal of the construction site. The choice of rational technologies does not depend only on economic choice and environmental restrictions. The social component of humanity, which is responsible for the dictatorship of the proposal and the artificial stimulation of secondary needs, which led to the environmental crisis, must change.

Key words: *economy greening, environmental audit, secondary raw materials, recycling, biosphere-compatible technologies.*

Постановка проблеми. Починаючи із 70-х років минулого століття людство зрозуміло, що інформація про стан навколишнього середовища, координація зусиль зі збору, зберігання та її переробки та аналізу є необхідністю для подальшого існування. У березні 1970 р. під егідою ООН пройшла Стокгольмська конференція з охорони довкілля, де була прийнята Програма з навколишнього середовища (UNEP). У ній було розроблено основну концепцію і програму моніторингу та оцінки стану довкілля, а також спільну термінологію, у тому числі визначення поняття «моніторингу» як комплексної системи спостережень, оцінки та прогнозу змін стану навколишнього середовища під впливом антропогенних чинників [1]. Із цього часу підприємства та компанії країн Європи й Америки несуть юридичну відповідальність за спричинення збитків навколишньому середовищу. Це призвело до значних додаткових фінансових утрат, які почали відчувати компанії. Фінансово-фіскальні інструменти спричинили зрушення у психології бізнесу в бік дотримання норм екологічного законодавства у своїй діяльності. Ззовні такі заходи дуже нагадували фінансовий аудит. Через це процедура екологічної експертизи одержала назву екологічного аудиту [2]. Першими компаніями, які

розробили та запровадили власні програми екологічної експертизи, були компанії US Steel, Allied Chemical і Occidental Petroleum. Лідерами з проходження екологічного аудиту початково були індустріально розвинені країни Нового світу, Західної та Північної та Європи. Сьогодні європейськими керманичами в екоекспертизі є Чехія та Польща. Процедура екологічного аудиту використовується під час урегулювання конфліктів між компаніями-правопорушниками і національними органами з охорони довкілля. Найбільш поширеним є спеціалізований екологічний аудит із питань обліку відходів виробництва тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що сучасний екологічний аудит – це не тільки перевірка стану підприємства на предмет відповідності вимогам природоохоронного законодавства, а й основа для розроблення комплексу заходів для запобігання його можливим порушенням [3; 4]. У такий спосіб екологічний аудит перетворюється зі звичайного адміністративного інструменту контролю над дотриманням закону на економіко-правовий інструмент стимулювання природоохоронної діяльності підприємства.

Ще одним видом недержавного екологічного аудиту можна вважати добровільні рейтингові сертифікації у виробничій галузі. Сучасні світові стандарти з питань нормування екологічних параметрів архітектурно-будівельної галузі стосуються переважно екологічної, енергетичної і економічної ефективності так званих «зелених будівель» (green building) і розробляються як системи. Найвідомішими з них є англійська BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method – Метод оцінки екологічної ефективності будівель) та американська LEED (Leadership in Energy and Environmental Design – Лідерство в енергетичному та екологічному дизайні) [5]. Сьогодні в Європі діє понад 50 міжнародних угод і директив Європейського Співтовариства, які безпосередньо стосуються питань моніторингу довкілля та аудиту стану підприємств і прилеглої території. Створено спеціальні робочі групи, завданням яких є розроблення рекомендацій та планів дій із питань моніторингу довкілля для країн – членів ООН.

Екологічна політика ЄС базується на завданні запобігти утворенню відходів, сприяти повторному використанню, вторинній переробці та переробці відходів в біологічно безпечні речовини. Пріоритетною метою при цьому постає перетворення відходів на ресурси і зниження обсягів їх утворення. Вітчизняне законодавство у цій сфері, незважаючи на досить розвинену нормативно-правову базу, не повністю або лише частково відповідає вимогам ЄС. Отже, імплементація зазначених директив пов’язана зі значними змінами і доповненнями в правовому полі. Передусім Україна стоїть перед необхідністю переходу на нову концептуальну основу економічного розвитку. Більшість галузей народного господарства, які є ресурсоємними через пряму залежність від сировинної бази, побудована на лінійній моделі економіки. Лінійна модель передбачає зростання витрат ресурсів прямо пропорційно до обсягів виробництва, що суперечить завданню збереження цінних природних ресурсів. На противагу лінійній модель кругової (циркулярної) економіки зорієнтована на безперервний або каскадний оборот технічних і біологічних матеріалів під час виробництва й мінімізацію обсягів залишкових продуктів. Такий підхід збігається з біосферосумісним орієнтуванням людської діяльності та екологічними імперативами [7; 8].

Постановка завдання. Механізми екологізації економіки, їх успішність залежатимуть від кореляції конкретних програм у кожній галузі народного господарства. Стратегія модернізації будівельної галузі як однієї з ресурсоємних, що продукує й значні обсяги залишкового лому, є однією з нагальних проблем сучасної України.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні основним складником системи екологічної оцінки є екологічна експертиза, яка виконується державними природоохоронними органами. «Екологічна експертиза в Україні – вид науково-практичної діяльності спеціально уповноважених державних органів, еколого-експертних формувань та об'єднань, що ґрунтується на міжгалузевому екологічному дослідженні, аналізі та оцінці передпроєктних, проєктних та інших матеріалів чи об'єктів, реалізація та дія яких може негативно впливати або впливає на стан навколишнього природного середовища та здоров'я людей» [6, с. 241]. Директивою 2008/98/ЄС Європейського Парламенту та Ради від листопада 2008 р. про відходи запроваджуються заходи із захисту довкілля та здоров’я людей шляхом попередження або зниження негативних впливів виробництва й поводження з відходами, а також зменшення загальних наслідків використання ресурсів та підвищення ефективності такого використання [3]. В основі цього документа закладено амбітну мету – наближення ЄС до «суспільства рециклінгу». Вона надає пріоритет заходам із рециклінгу, заохочує роздільне збирання відходів та повторне використання продуктів. Директива встановлює критерії віднесення відходів до категорії побічних продуктів і процедури, за якими настає кінець статусу відходів, коли відходи більше не вважаються відходами, а вважаються потенційними ресурсами. Переваги надаються технологіям, що ґрунтуються на енергоресурсах із відновлюваних джерел та вторинної сировини. Але така умова є обмеженістю не тільки у використанні первинних ресурсів довкілля (як причина), а й в економічному розвитку

(як слідство). Поняття обмеженості стосовно природного середовища має декілька векторів:

1) обмеженість основних природних ресурсів і джерел енергії, необхідних для продовження процесу розвитку та економічного зростання;

2) обмеженість основних компонентів природного довкілля, що характеризують його якісні параметри, оцінку стану, який є похідною, з одного боку, від величини емітованих забруднень, з іншого – від здатності до саморегулювання різних наземних екосистем;

3) обмеженість у соціально-економічному вимірі, який пов'язується з затребуваністю (попитом) на чисте довкілля, тобто обмеженість у задоволенні різними елементами природного середовища потреб психологічного, естетичного рекреаційного характеру;

4) обмеженість функцій наземних екологічних систем як природного капіталу планети [9, с. 34].

Головна проблема на мікроекономічному рівні, де локалізовані та просторово детерміновані еколого-економічні проблеми, – це необхідність

Рис. 1. Візуалізація вибору біосферосумісної технології за еколого-економічних обмежень

Джерело: розроблено автором

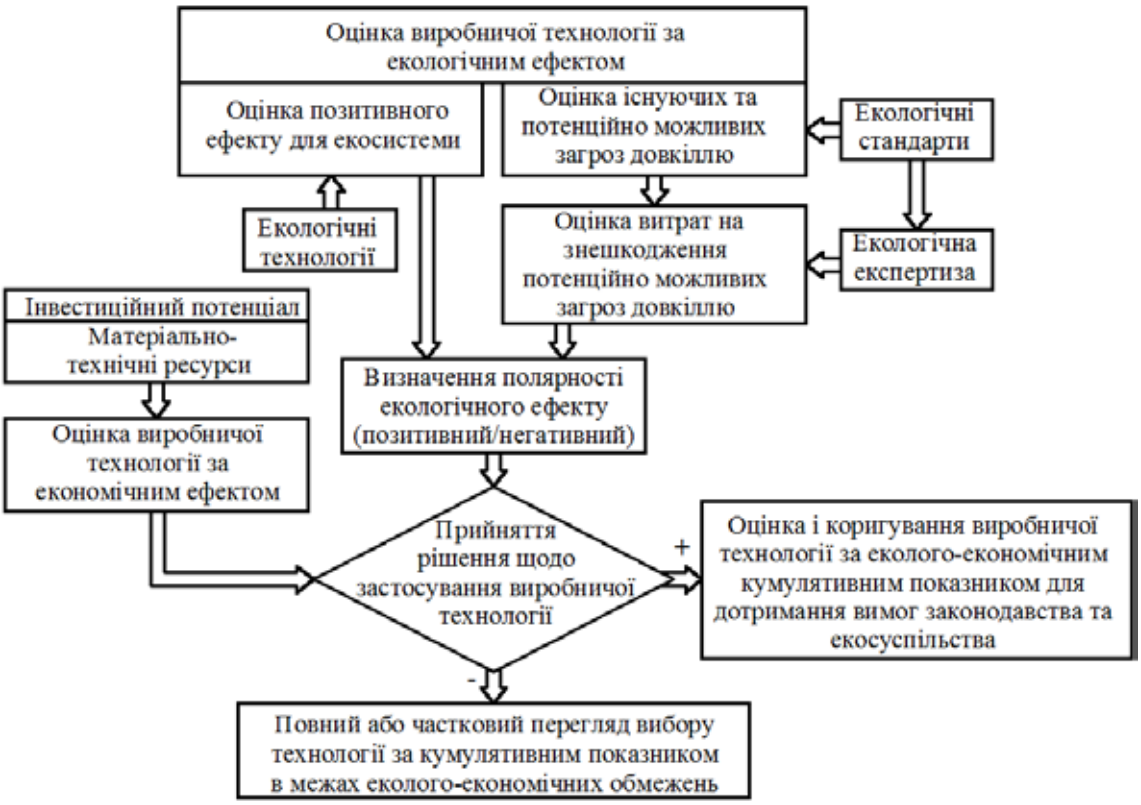


Рис. 2. Алгоритм вибору та оцінки раціональної виробничої технології в межах дії еколого-економічних обмежень

Джерело: розроблено автором

прийняття важкого вибору між «економічно екзальтованим» та біосферосумісним технічним прогресом. Не кожна нова технологія виробництва, яка є вигідна з погляду продуктивності праці і капіталу, є доцільною для довкілля. Це означає необхідність оцінки технології за екологічним стандартом за показником емітованих забруднень і/або показником використання первісних природних ресурсів. Таким чином, вибір, який у зв'язку з екологізацією нових технологій і продуктів здійснюють підприємства, залежатиме не лише від чисто економічних чинників (економічний розрахунок), а й від обов'язкового юридичного регулювання та екологічної експертизи і – особливо у разі продуктивних інновацій – від знань й екологічної свідомості споживачів та вироблених ними економічних благ.

Тобто оцінка нової технології суб'єктом господарювання полягає у визначенні балансу між вибором і обмеженнями. Зробити вибір на користь економічно ефективної технології, яка б задовольняла екологічним стандартам та могла бути впроваджена в життя в певному регіоні, базуючись на матеріально-технічні і людські ресурси, без якісно нової методики та інструментів еколого-економічного аналізу важко. На рис. 1 представлено виокремлення біосферосумісної виробничої технології за врахування обмежень із боку еколого-економічних аспектів розвитку.

Ускладнення вибору зумовлюється ще й багатовекторністю екологічної політики, тобто своєрідним надлишком цілей, які в умовах обмеженості фінансових, матеріальних і трудових ресурсів не можуть бути одночасно реалізовані. Тому потрібно оцінити перспективну технологію за таким кумулятивним показником, який ураховує еколого-економічні обмеження, фінансові можливості сьогодення та здатний до трансформації протягом часу відповідно до змін правового та технологічного середовища. Послідовність вибору та оцінки раціональної виробничої технології представлено на рис. 2.

Алгоритм може бути адаптовано до будь-якої галузі господарювання з додаванням специфічних блоків обмежень та варіативних блоків, які характеризують особливості та етапність вибору технологічних рішень. Для будівельної галузі України в алгоритм додається нормативна база (ДБН, ДСТУ), яка вже має посилання та узгодження з екологічними стандартами відповідно до Директиви 2011/92/ЄС про оцінку впливу окремих державних і приватних проєктів на навколишнє середовище (кодифікація) [3].

База екологічних технологій для будівельної галузі має формуватися за основоположним принципом законодавства ЄС у сфері управління відходами, а саме зменшення кількості відходів, які спрямовуються на остаточне захоронення. Для цього всі технології, пов'язані саме з будівництвом (проєктування будівель і споруд, випуск будівельних матеріалів напівфабрикатів, конструкцій та виробів, а також знешкодження), мають бути спрямовані на застосування чіткої ієрархії поводження з відходами. Пріоритетом є принцип запобігання утворенню будівельних відходів, мінімізації (або повної відсутності) утилізації. Згідно з Угодою про асоціацію, передбачається наближення галузевого законодавства України до вимог принаймні трьох джерел права ЄС у сфері управління відходами, а саме: Директиви 2008/98/ЄС про відходи (рамкова директива), Директиви 1999/31/ЄС про захоронення відходів та Директиви 2006/21/ЄС про управління відходами видобувної промисловості.

Основоположним принципом законодавства ЄС у сфері управління відходами є зменшення кількості відходів, які спрямовуються на остаточне захоронення, шляхом застосування ієрархії поводження з ними, а саме: запобігання утворенню; підготовка до повторного використання; перероблення (рециклінг); інша утилізація, зокрема відновлення енергії; видалення.

Процес повторного використання відходів за тим же призначенням після їх переробки – рециклінг будівельних матеріалів та конструкцій – один із напрямів екологізації будівельних технологій. Сьогодні в нашій країні немає єдиної вартісної оцінки проєкту з використанням переробленого будівельного сміття, а відсутність нормативної бази, яка б узаконювала (а інколи й спрощувала) застосування виробів із вторинних ресурсів, не сприяє масовому поширенню екологічних рішень. Слід також відзначити, що вартість переробки вторинної сировини занадто висока передусім через відсутність належного початкового сортування; по-друге, відсутня ефективно діюча система контролю та покарання за недотримання екологічних норм; по-третє, не сформована колективна соціально-екологічна свідомість спільноти, спрямована на підтримку нематеріальних цінностей. Шляхом подолання є централізоване запровадження системи обов'язкової переробки будівельного сміття і його рециклінга, підпорядкування проєктних технологічних та економічних рішень екологічним обмеженням і принципу збалансованого природокористування; технологічне переозброєння будівельного виробництва під екологічним контролем із боку держави і територіальної громади. Водночас слід більш широко впроваджувати ІТ-технології в процес усього життєвого циклу об'єкта – від стадії концептуального розроблення, проєктування через етапи зведення та експлуатації до демонтажу. Це дає можливості для реалізації багатьох аспектів еколого-економічного розвитку, а саме:

- своєчасної оцінки стану будівельного об'єкта з метою забезпечення гарантійного і постгарантійного терміну експлуатації для подовження життєвого циклу;

- проєктування термінів і обсягів проведення модернізації, реконструкції, утилізації будівельного об'єкта для прогнозування виробничих потужностей будівельних та переробних підприємств;

- упровадження нових концепцій у підході до проєктування будівель і споруд, які б ураховували зміни у функціональній доцільності об'єктів на ринку нерухомості – концепція функціональної трансформації [10].

Висновки з проведеного дослідження. Законодавство України потребує перегляду на предмет узгодження понятійного апарату, зокрема надання визначень понять «роздільне збирання», «запобігання утворенню», «повторне використання», «підготовка до повторного використання», «найкращі доступні технології», «утримувач відходів», уведення поняття суб'єктів дилера і брокера тощо.

Та для ефективної реалізації європейських стандартів в Україні недостатньо лише приведення у відповідність правових аспектів. Для будівельної галузі доречним було б стимулювання переробного виробництва, рециклінга, запровадження нових концепцій у проєктуванні, спрямованих на збільшення життєвого циклу об'єкта шляхом універсалізації первинних архітектурно-конструкторських рішень на основі парадигми біосферосумісності. У зв'язку із цим потребують розроблення та коригування будівельні норми, які б регламентували межі застосування будівельного лому як конструктивного матеріалу. Це призвело б до розповсюдження використання рециклінгу та виробів із вторинної сировини без уведення фіскальних механізмів екологічного аудиту. Технологія є необхідним чинником економічного розвитку і зростання. Немає ніяких сумнівів, що нові технології дають перевагу в економічному розвитку. Але в умовах екологічних обмежень, що накладаються на економічне зростання, було б невірно пройти повз соціальний складник сталого розвитку. Екологізація економіки супроводжується переміщенням центру економічного аналізу з витрат і проміжних результатів на кінцеві результати економічної діяльності і далі на прогнозовані тенденції розвитку відповідно до принципів соціальної відповідальності. Тому досягнення збалансованих соціально-еколого-економічних рішень повинне базуватися на зміні еколого-економічної орієнтація структури людських потреб і стандартів добробуту в бік відмови від диктату пропозиції і штучної стимуляції вторинних факультативних потреб.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Повестка дня на XXI век, 1992 г. / Конференция ООН по окружающей среде и развитию. Рио-де-Жанейро (Организация Объединенных Наций) Конф. 151/4. URL : https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf (дата звернення: 20.02.2020).

2. ОЕСР. Стан справ з розширеною відповідальністю виробників, можливостями і проблемами : проблемний документ Глобального форуму з навколишнього середовища, м. Токіо, 17–19 червня 2014 р. URL : http://www.oecd.org/environment/waste/Global%20Forum%20Tokyo%20Issues%20Paper%2030-5-2014.pdf (дата звернення: 20.02.2020).

3. Директива Європейського Парламенту та Ради 2008/98/ЄС від 19 листопада 2008 року про відходи та скасування деяких Директив. *Офіційний портал Міністерства енергетики та захисту довкілля*. URL : https://menr.gov.ua/ news/31288.html (дата звернення: 20.02.2020).

4. Національна стратегія управління відходами в Україні до 2030 року : Розпорядження КМУ № 820-р. від 8.11.2017. *Офіційний сайт КМ України.* URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/820-2017-%D1%80 (дата звернення: 20.02.2020).

5. Системы сертификации зеленого строительства. *Сайт компанії Commercial Property*. URL : https://commercialproperty.ua/cp-articles/sistemy-sertifikatsii-zelenogo-stroitelstva (дата звернення: 20.02.2020).

6. Смовженко Т.С., Скринник З.Е. Українська людина в європейському світі: виміри ідентичності : навчальний посібник. Київ : УБС НБУ, 2015. 609 с. ISBN 978-966-484-240-9.

7. Дедикоат К. Кругова економіка: що це значить, як туди добратися. URL : https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-importance-of-a-circular-economy (дата звернення: 20.02.2020).

8. Орловська Ю.В., Яковишина Т.Ф., Орловський Є.С. Зелене будівництво як складова політики ЄС щодо розвитку циркулярної економіки. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2014. № 5(05), С. 365–371. URL : http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/5_2016/70.pdf (дата звернення: 20.02.2020).

9. Гринів Л.С. Екологічна економіка: навчальний посібник. Львів : Магнолія 2006, 2010. 358 с.

10. Шпакова Г.В. Планувально-технологічна концепція одно- та багатоядерних будівельних об'єктів багатофункціонального призначення на принципах модульності. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2019. № 39. Ч. 1. С. 190–196. ISBN 978-617-7748-27-3.

REFERENCES:

1. Agenda 21, 1992 United Nations Conference on Environment & Development. Rio de Janerio (United Nations) A Conf. 151/4. Retrieved from https://sustainabledeve-lopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf (accessed 20 February 2020).

2. OECD. The State of Play on Extended Producer Responsibility, Opportunities and Challenges: Issues Paper of Global Forum on Environment, Tokyo, June 17–19, 2014 [Electronic source]. URL: http://www.oecd.org/environment/waste/Global%20Forum%20Tokyo%20Issues%20Paper%2030-5-2014.pdf (accessed 20 February 2020).

3. Dyrektyva Yevropejs'koho Parlamentu ta Rady 2008/98/YeS vid 19 lystopada 2008 roku pro vidkhody

ta skasuvannia deiakykh Dyrektyv [Directive of the European Parliament for the sake of 2008/98/ЄС від 19th of the list of fall 2008 in the year of 2008 on the issue of the passage of directives] // Ofitsijnyj portal Ministerstva enerhetyky ta zakhystu dovkillia. [The official portal of the Ministry of Energy and the Environment] Retrieved from: https://menr.gov.ua/news/31288.html (accessed 20 February 2020).

4. Natsionalna stratehiia upravlinnia vidkhodamy v Ukraini do 2030 roku, 2017. (Rozporiadzhennia KMU №820-r. vid 8.11.2017 r.) [Natsionalna stratehiia waste management in Ukraine until 2030. (Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine from 8.11.2017 p. № 820-p.)] Ofitsiinyi sait KM Ukrainy [Official website of CM of Ukraine] Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/820-2017-%D1%80 (accessed 20 February 2020).

5. Certification systems for green building. Commercial Property WebsiteCommercial Property [electronic source]. Retrieved from: https://commercialproperty.ua/cp-articles/sistemy-sertifikatsii-zelenogo-stroitelstva (accessed 20 February 2020).

6. Smovzhenko, T. S., Skrynnyk, Z. E. (2015). The Ukrainian person in the European world: dimensions of identity. Kyiv: NBU NBU. P. 609. (in Ukrainian).

7. Chris Dedicoat Circular economy: what it means, how to get there [electronic source]. Retrieved from: https://www.weforum.org/ agenda/2016/01/the-importance-of-a-circular-economy. (accessed 20 February 2020).

8. Orlovskaya, Yu. V., Yakovyshina, T. F., Orlovsky, E. S. (2014). Zelene budivnytstvo iak skladova polityky YeS schodo rozvytku tsyrkuliarnoi ekonomiky. [Green building as a component of the EU policy on circular economy development]. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia. [Eastern Europe: Economics, Business and Management]. [Electronic source], no. 5 (05), pp. 365–371. Retrieved from: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/5_2016/70.pdf. (accessed 20 February 2020).

9. Hryniv L. (2010). Ekolohichna ekonomika [Ecological Economics]. Lviv. Mahnoliia-2006. p. 358. (in Ukrainian).

10. Shpakova, H. V. (2019). Planuval'no-tekhnolohichna kontseptsiia odno- ta bahatoiadernykh budivel'nykh ob'iektiv bahatofunktsional'noho pryznachennia na pryntsypakh modul'nosti. [Planning and technological concept of single and multi-core multifunctional construction objects based on modularity principles]. Shliakhy pidvyschennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn. [Ways to increase the efficiency of construction in the conditions of formation of market relations], no. 39/1, pp. 190-196. (in Ukrainian).

РОЗДІЛ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РІВНЯ ЗАЛУЧЕНОСТІ ТА ЛОЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

STRATEGIC ANALYSIS OF THE LEVEL OF INVOLVEMENT AND LOYALTY OF STAFF IN THE ORGANIZATION

УДК 331.1:005.95
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-63

Чопко Н.С.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Львівський національний університет імені Івана Франка
Вівчар М.О.
магістр
Львівський національний університет імені Івана Франка
Смолій М.В.
магістр
Львівський національний університет імені Івана Франка

Chopko Nataliia
Ivan Franko National University of Lviv
Vivchar Mariia
Ivan Franko National University of Lviv
Smolii Marta
Ivan Franko National University of Lviv

У статті проаналізовано взаємозв'язок між залученістю персоналу та нематеріальною мотивацією, зокрема дослідження залученості показує ключові критичні зони, що здатні знизити мотивацію персоналу. Проведено стратегічну оцінку рівня залученості персоналу організації на прикладі IT- компанії «Імпулсіс», за допомогою методики Q12 визначено рівень лояльності персоналу до організації та оцінено ефективність працівника. Визначено, що організація щороку зазнає значних фінансових неявних витрат через недостатню вмотивованість та ефективність роботи усього її кадрового складу. На основі проведеного стратегічного аналізу рівня залученості персоналу розроблено рекомендації із застосування сучасних методів нематеріальної мотивації для організації як важливого чинника підвищення рівня залученості персоналу. Зокрема, авторами запропоновано максимально залучати працівників до всіх аспектів робочих рішень та планування, а саме до процесу визначення місії та формування цілей та стратегії розвитку організації.

Ключові слова: *лояльність, залученість персоналу, оцінка рівня залученості персоналу, нематеріальна мотивація персоналу, управління персоналом.*

В статье проанализирована взаимосвязь между вовлеченностью персонала и нематериальной мотивацией, в частности исследование вовлеченности показывает ключевые критические зоны, способные снизить мотивацию персонала. Проведена стратегическая оценка уровня вовлеченности персонала на примере ИТ-компании «Импулсис», с помощью методики Q12 определены уровень лояльности персонала к организации и оценка эффективность работника. Определено, что организация ежегодно терпит значительные финансовые неявные издержки из-за недостаточной мотивированности и эффективности работы всего ее кадрового состава. На основе проведенного стратегического анализа уровня вовлеченности персонала разработаны рекомендации по применению современных методов нематериальной мотивации для организации как важного фактора повышения уровня вовлеченности персонала. В частности, авторами предложено максимально привлекать работников ко всем аспектам рабочих решений и планирования, а именно к процессу определения миссии и формирования целей и стратегии развития организации.

Ключевые слова: *лояльность, вовлеченность персонала, оценка уровня вовлеченности персонала, нематериальная мотивация персонала, управление персоналом.*

The relationship between staff engagement and intangible motivation is analyzed in the article. In particular, engagement research shows key critical areas that can reduce staff motivation. There are certain advantages that the company provides for high level of staff involvement: it increases the level of customer loyalty to the products and services of the company, the increase of customer satisfaction, as well as reducing the costs of attracting and retaining talented employees. The strategic assessment of the level of involvement of the personnel of the organization is carried out on the example of the IT company "Impulsis". The Q12 methodology was used to determine the level of staff loyalty to the organization and to evaluate employee performance. The authors found that in the example of the IT company "Impulsis" 28.6% are not engaged and actively engaged employees, which, in turn, indicates that the company suffers significant financial implicit costs every year due to lack of motivation and efficiency the entire staff of the company. The survey showed that employees who work longer were less likely to receive praise or award for a job well done, and not a plan of their personal development. The authors, based on a strategic analysis of the level of staff involvement, have developed recommendations for the use of modern methods of intangible motivation for the organization as an important factor for increasing the level of staff involvement. In particular, it is proposed to involve employees as much as possible in all aspects of work decisions and planning, namely to determine the purpose and mission of the company and to hold a meeting at which it is necessary to tell the importance of each employee and each department in achieving the main goal of the organization. As well as increasing the personal responsibility of each employee by giving them the right to choose the methods of solving the tasks and publicly recognizing the success of employees in the work, confirming their value for the company. In addition, the level of employee involvement can be increased by paying for courses, training, business trips to improve the professional skills of employees and forming a system for collecting feedback, wishes, comments, ideas, innovations that will come from employees directly to management.

Key words: *loyalty, staff involvement, assessment of staff engagement level, intangible staff motivation, personnel management.*

Постановка проблеми. Сьогодні організації повинні реагувати на зміни швидше та з більшим ризиком, працюючи в умовах недосконалого внутрішнього та зовнішнього клімату. Важливими є питання ефективності роботи персоналу, рівня залученості працівників та їхньої мотивації, оскільки це безпосередньо впливає на рівень прибутковості компанії та, своєю чергою, на її конкурентоспроможність. Усе це підкреслює важливість інвестицій у розвиток працівників як засобів утримання та винагороди, а не грубої оплати праці, а також загальної передумови щодо формування стратегії управління персоналом, мотивації, винагород та стратегій розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання залученості персоналу досліджували багато іноземних учених, зокрема: Robert Bullock, Scontrino-Powell, John L.Cotton, Charles C. Heckscher. Питанням мотивації праці, побудови різноманітних систем заохочення займалися відомі зарубіжні та вітчизняні вчені: Герцберг, Э. Лоулер, Д. МакГрегор, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, М. Мескон, Л. Портер, А.О. Азарова, О.А. Грішнова, С.Л. Іванов, Г.В. Іванченко, О.В. Тужилкіна. Однак недостатньо дослідженими є питання, що стосуються безпосереднього зв'язку між залученістю працівників в організації через використання нематеріальних методів мотивації праці, без яких систему мотивації персоналу не можна вважати цілісною.

Постановка завдання. Метою дослідження є стратегічний аналіз та оцінка рівня залученості персоналу в організації; виявлення взаємозв'язку між залученістю персоналу та нематеріальною мотивацією; розроблення рекомендацій із застосування сучасних методів нематеріальної мотивації для організації як важливого чинника підвищення рівня залученості персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Персонал разом із технологіями є рушійною силою будь-якої організації. Чим більше працівники залучені у процеси, які відбуваються в організації, тим ефективніше вона зможе розкрити їхній потенціал для досягнення своїх цілей.

У XXI ст. персонал розглядається як найбільше багатство (капітал) організації, й, відповідно, керівництву потрібно створювати всі необхідні умови для того, щоб максимально розкрити та використати його творчий потенціал.

Організація повинна прагнути, щоб цілі співробітників були максимально наближені до цілей організації. Одну з найважливіших ролей тут відіграє матеріальна і нематеріальна мотивація. Суть мотивації працівників у сучасному менеджменті полягає у пізнанні та реалізації шляхів їхніх особистих інтересів, наданні їм можливостей реалізувати себе у процесі досягнення цілей організації. Саме тому нематеріальна мотивація працівників займає одне із центральних місць в управлінні персоналом, оскільки вона виступає безпосередньою причиною їхньої поведінки.

Основним завданням для підприємств сьогодні залишається сформувати цілісний механізм правильного застосування нематеріальних методів мотивації, їх пристосування до особливостей кожного окремого працівника [7, с. 218].

Кожен досвідчений керівник намагається переконати своїх працівників працювати краще, підтримувати зацікавленість до трудової діяльності, ініціювати переживання задоволення від отриманих результатів. Йому також важливо, щоб працівники хотіли досягати поставлених цілей організації добровільно і творчо.

Сучасні менеджери шукають різноманітні методи, за допомогою яких можна мотивувати персонал не лише заради одержання доходів, а й для задоволення, реалізації власного трудового та творчого потенціалів. Тому завжди важливо зрозуміти, які специфічні потреби дають поштовх виникненню мотивації у даної людини у даний час.

При цьому саме нематеріальне стимулювання спрямоване на підвищення лояльності співробітників до організації одночасно зі зниженням витрат на компенсацію співробітникам їхніх трудових витрат: можливість розвитку і навчання, планування кар'єри, визнання заслуг, оздоровлення, пільгове харчування тощо.

Основний ефект, який можна досягти за допомогою нематеріальної мотивації, – це підвищення рівня лояльності та залученості співробітників в організації [9, с. 140]. Бенджамін Шнайдер, професор Університету штату Меріленд, переконливо показав, що ставлення до лояльності працівника передує фінансовим та ринковим показникам фірми. Дослідники Пенсільванського університету встановили, що витрачання 10% доходу компанії на поліпшення капіталу збільшило продуктивність праці на 3,9%, проте якщо вкласти ті ж самі 10% у розвиток людських ресурсів, у збільшення ефективності та залученості працівника, у його навчання, у підвищення його нематеріальної мотивації, то продуктивність праці збільшиться більше ніж удвічі, до 8,5% [3].

Залучення працівників – це створення середовища, в якому люди мають вплив на рішення та дії, які впливають на їхню роботу. Залучення працівників не є ціллю і не є інструментом, як це практикується у багатьох організаціях. Це скоріше філософія менеджменту та лідерства щодо того, як люди отримують найбільшу можливість сприяти постійному вдосконаленню та постійному успіху організації праці.

Залученість – це інтегральний показник, який характеризує внутрішній стан співробітника: чи повністю чи він включений у життя компанії, чи поділяє він її цінності, чи задоволений своєю роботою, чи готовий проявляти ініціативу і докладати значних зусиль для досягнення високих результатів тощо [4].

Залученість персоналу в житті фірми – основна рушійна сила будь-якого бізнесу. У найкращих компаніях залученість персоналу – це набагато більше, ніж просто ініціатива HR-відділу, це передусім стратегічна основа ведення бізнесу [4]. Якщо говорити про бренд компанії як роботодавця, то без високого рівня залученості персоналу зберегти свою привабливість на ринку праці неможливо, незважаючи на витрати на PR-заходи або в роботу з навчальними закладами.

Якщо визначати інші переваги, які для компанії забезпечує високий рівень залученості персоналу, то можна відзначити такі:

- підвищення рівня лояльності клієнтів до продуктів і послуг компанії;
- зростання на 5–10% рівня задоволеності клієнтів;
- зростання на 10–20% прибутковості від роботи з клієнтами;
- зниження витрат на залучення й утримання талановитих співробітників;
- зростання майже вдвічі більш кваліфікованих заявок на відкриту вакансію.

Вартість же відсутності інтересу, тобто «не залученість» працівника, теж вражає. За оцінкою компанії Gallup, проведеної на підставі аналізу американських компаній, це обходиться економіці США в 270–343 млрд дол. збитків через низьку продуктивність праці байдужих співробітників.

Таким чином, стає очевидною необхідність стратегічної оцінки рівня залученості персоналу організації й особливо визначення того, скільки ж «вартує» компанії кожен незалучений у роботу працівник. Дослідження залученості показує ключові критичні зони, здатні знизити мотивацію персоналу. А це, своєю чергою, дає змогу визначити основні напрями роботи з управління залученням персоналу.

Свого часу дослідницька група Gallup запропонувала невеликий опитувальник, що складається всього з 12 питань (так званий Q12). Чим більше ствердних відповідей дає на них співробітник, тим більш високим рівнем залученості він характеризується.

Опитувальник розроблений на основі численних фокус-груп та інтерв'ю. Загалом у дослідженні взяли участь 87 тис підрозділів різних компаній і більше мільйона співробітників. У результаті були вибрані 12 питань, відповіді на які найбільшою мірою корелюють (пов'язані) з основними показниками ефективності персоналу [4]:

1. Чи знаєте ви, чого очікує від вас роботодавець?
2. У вас є матеріали та інструменти, необхідні для якісної роботи?
3. У вас є можливість кожен день робити те, що ви вмієте найкраще?
4. За останні сім днів ви отримували визнання або похвалу за хорошу роботу?
5. Чи вважаєте ви, що ваш керівник або хтось на роботі піклується про вас як про особистість?
6. Хто-небудь на роботі сприяє вашому розвитку?
7. Чи враховується ваша точка зору?
8. Місія і мета вашої компанії змушує вас відчувати, що ваша робота важлива?
9. Чи вважають ваші колеги своїм обов'язком якісно виконувати свою роботу?
10. У вас є кращий друг на роботі?
11. За останні півроку хтось на роботі говорив з вами про ваші успіхи?
12. У минулому році у вас були можливості вчитися і рости на роботі?

Дослідження показало, що ті співробітники, які дають максимальне число позитивних відповідей на ці 12 питань, меншою мірою схильні до звільнення з компанії; більш продуктивні у своїй діяльності; приносять компанії більш високий прибуток; більш успішні в продажах і встановлені взаємин із клієнтами (якщо йдеться про співробітників, зайнятих у продажах) [4].

Таким чином, дана методика дає змогу оцінити рівень залученості (а отже, і продуктивності) персоналу компанії у цілому, підрозділів і окремого співробітника.

Кожне із перелічених вище запитань має сім варіантів відповідей – від 7 балів (повністю згоден) до 1 (зовсім не згоден). Відповідно до вибраного варіанту отримуємо оцінку залученості для кожного працівника, де максимальне значення становить 7*12 = 84 бали та найнижчий можливий показник у 12 балів. Усі ті, хто отримав 64–84 бали, вважаються активно залученим персоналом; ті, хто відповів на 43–63 бали, вважаються залученим персоналом; 22–42 бали – недостатньо залучений персонал, і ті, хто отримав 0–21 бали, – абсолютно не залучений персонал.

Умовно всі питання можна поділити на чотири групи.

1. Кар'єра і розвиток. Опитування про залучення стосується не тільки ролі, яку відіграє співробітник, але і допоможе зрозуміти, що відчуває співробітник, чи реалізовує себе в роботі.

2. Місія і мета організації. Для членів команди життєво важливо бачити, як час і зусилля, які вони вкладають у щоденну роботу, сприяють місії компанії. Успіх місії компанії буде частково залежати від того, чи усвідомлюють члени команди не тільки саму місію, а й свою значимість. Аналітична компанія Gartner говорить, що питання місії та цілей є одними із найважливіших для будь-якого опитувальника щодо залученості співробітників.

3. Визнання і цінності. Кожен член команди хоче отримати визнання і похвалу за хорошу роботу, але бурхливий темп роботи у висококонкурентних галузях може вплинути на віддачу від компанії: похвала може бути непомітною або зовсім відсутньою. Цей блок питань допомагає оцінити, чи працює ваша програма визнання.

4. Міжособистісні відносини. Співробітники працюють краще, коли у них є друзі на роботі. Оцінка того, як колеги в загальному ставляться один до одного, також має величезне значення для продуктивності і визначення того, де ефективність може бути знижена важкими стосунками з токсичними колегами.

Дослідження рівня залученості компанії «Імпулсіс» було проведено у квітні 2019 р. шляхом опитування працівників. Деякі з дослідників уважають, що такого роду опитування повинні бути анонімними, дехто ж заперечує цю думку. Оскільки

дана компанія не є великою й її склад становить 30 працівників, було ухвалено рішення проводити опитування не анонімно, щоб краще розуміти потреби окремих відділів та кожного працівника зокрема.

Як і будь-який діагностичний інструмент, дане опитування дає змогу намітити шляхи поліпшення існуючої ситуації. У даному разі – розробити заходи підвищення залученості персоналу. Наприклад, якщо багато хто з працівників не знають, що чекає від них роботодавець (питання 1), керівництву необхідно чітко сформулювати свої уявлення про цілі й завдання роботи на кожній посаді і донести ці уявлення до співробітників; якщо співробітники відповідають негативно на питання 2, необхідно з'ясувати, яких саме матеріалів та інструментів бракує тому чи іншому співробітнику, і виправити ситуацію.

Під час розподілу працівників на тих, які мають досвід роботи понад 10 років і працюють у компанії більше ніж три роки, та тих, які мають загальний досвід роботи менше трьох років, було виявлено, що працівники, які працюють довше, найрідше отримують похвалу чи премію за добре виконану роботу, з ними майже не спілкується HR-менеджер та для них немає розробленої системи перегляду рівня заробітної плати, не розробляється матриця компетенцій, за якою можна оцінити їхнє зростання, а також не складається план їхнього особистого розвитку. Також такі працівники майже не відвідують конференцій за рахунок компанії чи якогось роду навчань. Після проведення тесту ті ж працівники під час розмови вказували на відсутність чітких планів організації, не зрозумілі місія й цінності, а також погано налаштовані процеси розроблення програмного забезпечення. Також було визначено, що для окремих працівників із цієї групи немає необхідного програмного забезпечення.

Якщо аналізувати працівників із загальним досвідом роботи в IT-сфері менше трьох років, то найбільш критичним для них було нерозуміння цілі та місії компанії. Загалом опитування показало, що в компанії активно залученими є 50% працівників, просто залученими – 21,4%, недостатньо залученими працівниками є 14,3% і стільки ж (14,3%) активно не залучених працівників (табл. 1). Необхідно зазначити, що в колонку активно не залучених працівників потрапили ті працівників, котрі взагалі не пройшли тестування через небажання витрачати на нього свій час.

Визначено, що рівень середньої заробітної плати в місяць на одного працівника становить 6 800 грн. Річна сума становить 81 600 грн. Відповідно, на 30 працівників на рік витрачається 2 448 000 грн. Виходячи із цього, визначимо умовні (неявні) витрати для компанії (табл. 2).

Із вищенаведених таблиць бачимо, що загалом залученість персоналу компанії «Імпулсіс» немає негативного показника, оскільки сумарний відсоток ефективності працівників становить 101,42, що в будь-якому разі забезпечує компанії відсутність від'ємних затрат на працівника, тобто таких, які не окуповуються його ефективністю роботи. Проте найбільшим можливим показником

Таблиця 1

Вплив рівня залученості працівників на на ефективність компанії

Рівень залученості	% людей у команді за результатами опитування	Пропорція ефективності (стале число), %	Вплив на ефективність компанії
Активно залучені	50,0	120	60
Залучені	21,4	Затрати на працівника = його ефективності	21,4
Недостатньо залучені	14,3	80	11,44
Активно залучені	14,3	60	8,58
Потенціал компанії			102,42

Таблиця 2

Вартість низької залученості працівників для компанії

Рівень залученості	% людей у команді за результатами опитування	Вплив у розрахунку на 1 працівника	Загальний вплив у розрахунку на 30 працівників
Активно залучені	50,0	40800	1224000
Залучені	21,4	Затрати на працівника = його ефективності впливу немає	Затрати на працівника = його ефективності
Недостатньо залучені	14,3	11669	350064
Активно не залучені	14,3	11669	350064
Поточний вплив		17462	523872
Якби % залученості був 120 (максимальний)		97920	2937600
Умовні (неявні) витрати для компанії			2413728

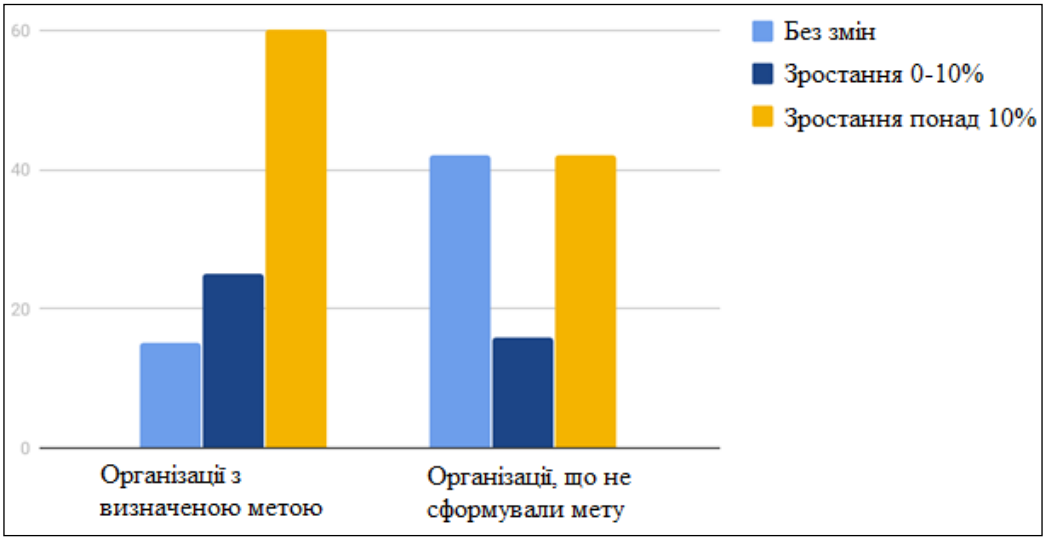


Рис. 1. Зв'язок між наявністю мети існування компанії та її фінансовими результатами

залученості та ефективності працівників, згідно з тестом Gallup Q12, є показник 120%. А отже, компанія все одно недоотримує максимальної віддачі від працівників. І це виливається їй у неявні втрати для компанії за рік у 2 413 728 грн.

Отже, для збільшення залученості персоналу ми пропонуємо використати такі методи нематеріальної мотивації:

– проводити наради, на яких розповідати про цілі та місію компанії, важливість працівників та кожного окремого відділу для їх досягнення;

– ґрунтовно підійти до формування корпоративної культури, корпоративного кодексу, традицій та свят;

– збільшити рівень залучення працівників до різних програм навчання і підвищення кваліфікації шляхом оплати участі у профільних курсах, оплати відряджень у зв'язку з навчанням тощо;

– частково делегувати працівникам управлінські повноваження;

– підвищувати персональну відповідальність кожного працівника з наданням права вибору методів вирішення поставлених завдань;

– публічно визнавати успіхи працівників у роботі, підтверджувати їх цінність для підприємства різними доступними для керівництва способами;

– збільшити увагу безпосереднього керівництва до думки працівників.

Надійною рекомендацією для тих організацій, які бажають створити розширення можливостей, є максимальне залучення працівників до всіх аспектів робочих рішень та планування. Це породжує відданість, зберігає найкращих співробітників та сприяє створенню середовища, в якому люди вирішують бути мотивованими та сприяти [8].

Для підвищення рівня залученості співробітників важливо, щоб керівництво було доступним, відкритим, щоб були побудовані чесні стосунки, коли відверто говорять навіть про неприємні речі, а також щоб працівник завжди мав зворотний зв'язок, розуміння стратегії компанії, поділяв її цінності.

Залучені співробітники, які мають можливість брати участь у розробленні ідей для бізнесу, сприймають цілі розвитку бізнесу як власні, що сприяє підвищенню рівня відповідальності персоналу, а це, своєю чергою, впливає на рівень задоволеності клієнтів. Залученість має неабияке значення як найвищий ступінь мотивації працівників для досягнення цілей компанії, і для її розвитку, і для утримання персоналу в складні часи [8].

Ми вважаємо, що першочерговим завданням для збільшення залученості персоналу не тільки в ТзОВ «Імпулсіс» а й у будь-якій організації є визначення місії, цілі та стратегії розвитку організації. І, відповідно, донесення цієї інформації до працівників. Про цей висновок говорить глобальне дослідження EY та HBR Business case for purpose, згідно з даними якого переважна більшість керівників уважає, що чітко визначена спільна мета визначає рівень задоволеності співробітників, впливає на здатність компанії ефективно адаптуватися до змін навколишнього середовища та допомагає підвищити лояльність клієнтів (89%, 84% та 80% респондентів відповідно). Крім того, компанії, що мають визначений та усвідомлений сенс існування, є фінансово більш успішними (рис. 1).

Водночас, відповідно до результатів цього дослідження, лише 46% компаній мають чітко визначену мету існування, 44% знаходяться в процесі її розроблення, інші 10% узагалі не розуміють її важливості для бізнесу.

Мотивуюча місія має охоплювати три ключові компоненти: люди (people), планета (planet) і прибуток (profit). При цьому слід пам'ятати, що для її успішної реалізації необхідні «правильні» співробітники, які розділяють корпоративні цінності компанії [6].

З проведеного дослідження можна чітко побачити, наскільки сильно нематеріальна мотивація пов'язана зі збільшенням залученості персоналу, а відповідно, і з підвищенням ефективності роботи працівника. Тому для підвищення рівня залученості ТзОВ «Імпулсіс» доцільно використовувати такі інструменти нематеріального стимулювання, як можливість самореалізації працівника та формування чіткої місії і корпоративної культури в компанії.

Висновки з проведеного дослідження. Згідно з оцінкою рівня залученості персоналу в ТзОВ «Імпулсіс», можемо сказати, що понад 70% персоналу є залученими та активно залученими працівниками, що загалом є дуже хорошим показником для компанії, котра існує вже більше 13 років на українському ринку ІТ-послуг із середнім віком працюючих 37 років. Проте 28,6% становлять не залучені та активно не залучені працівники, що, своєю чергою, свідчить про те, що компанія щороку зазнає значних фінансових неявних витрат через недостатню вмотивованість та ефективність роботи всього кадрового складу компанії.

Слід зазначити, що застосування сучасних методів нематеріальної мотивації для організації: визначення цілі та місії діяльності компанії та проведення наради, на якій необхідно розповісти важливість кожного працівника та кожного відділу для досягнення основної цілі організації, є ключовим чинником підвищення залученості персоналу, зокрема в ситуації, описаної вище.

Керівництву організацій доцільно приділити значну увагу формуванню корпоративної культури, корпоративного кодексу, традицій та свят, а також підвищенню персональної відповідальності кожного працівника з наданням права вибору методів вирішення поставлених завдань та публічного визнання успіхів працівників, підтвердження їх цінності для компанії, особливо працівників, що працюють у компанії більше п'яти років.

Загалом проведення такого роду опитування дасть змогу керівництву оцінити рівень залученості персоналу в організації та сформувати чіткі кроки з оптимального використання трудового та творчого потенціалу працівників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. 5 способів підвищення рівня залученості персоналу. 2019. URL : https://kauchuk.com.ua/uk/5-sposobiv-pidvishhennya-rivnya-zaluchenosti-personalu/ (дата звернення: 05.12.2019).

2. Analytics & Advice About Everything That Matters. URL : https://www.gallup.com/home.aspx (дата звернення: 15.12.2019).

3. Employee loyalty starts with employer loyalty. URL : https://hiring.monster.com/employer-resources/workforce-management/employee-performance/why-loyalty-matters/ (дата звернення: 16.12.2019).

4. The 12 Questions from the Gallup Q12 Employee Engagement Survey. 2018. URL : https://socialreacher.com/blog/the-12-questions-from-the-gallup-q12-employee-engagement-survey/ (дата звернення: 16.12.2019).

5. Owen E. What Are the Benefits of Practicing Employee Involvement & Empowerment? *Small Business Chron.com*. URL : https://smallbusiness.chron.com/benefits-practicing-employee-involvement-empowerment-1842.html (дата звернення: 02.01.2019).

6. Бойченко О. Залученість персоналу в умовах невизначеності. URL : https://www.sbr.in.ua/?p=2819 (дата звернення: 10.01.2019).

7. Двуліт З., Поліщук А. Ефективність нематеріальної мотивації на підприємствах. *Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління».* 2015. Вип. 32. С. 215–224.

8. Хвостенко Т. Залучення персоналу як інструмент бізнесу для покращення фінансових показників. 2017. URL : http://iqholding.com.ua/articles/zaluchennya-personalu-yak-instrument-biznesu-dlya-pokrashchennya-finansovikh-pokaznikiv-0 (дата звернення: 12.01.2019).

9. Скоропад А. Система мотивації персоналу підприємства. *Економіка України в умовах глобалізації і регіоналізації* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. студ. та молод. вчених, м. Тернопіль, 3–4 квітня 2014 р. Тернопіль : ТНЕУ, 2014. С. 138–141.

REFERENCES:

1. 5 sposobiv pidvyshchennia rivnia zaluchenosti personalu [5 ways to increase staff engagement] (2019) URL: https://kauchuk.com.ua/uk/5-sposobiv-pidvishhennya-rivnya-zaluchenosti-personalu/ (accessed 5 December 2019).

2. Analytics & Advice About Everything That Matters URL: https://www.gallup.com/home.aspx (accessed 15 December 2019).

3. Employee loyalty starts with employer loyalty URL: https://hiring.monster.com/employer-resources/workforce-management/employee-performance/why-loyalty-matters/ (accessed 16 December 2019).

4. The 12 questions from the Gallup Q12 employee engagement survey (2018) URL: https://socialreacher.com/blog/the-12-questions-from-the-gallup-q12-employee-engagement-survey/ (accessed 16 December 2019).

5. Owen E. What are the benefits of practicing employee involvement & empowerment? *Small Business* – Chron.com, URL: http://smallbusiness.chron.com/benefits-practicing-employee-involvement-empowerment-1842.html. (accessed 02 January 2020).

6. Boichenko O. Zaluchenist personalu v umovakh nevyznachenosti [Involvement of staff under uncertainty] URL: https://www.sbr.in.ua/?p=2819 (accessed 10 January 2020).

7. Dvulit Z., Polishchuk A. (2015) Efektyvnist nematerialnoi motyvatsii na pidpryiemstvakh [The effectiveness of intangible motivation in enterprises] Zbirnyk naukovykh prats Derzhavnoho ekonomiko-tekhnolohichnoho universytetu transportu. Seriia «Ekonomika i upravlinnia» [Collection of scientific works of the State University of Economics and Technology of Transport. *Economics and Management* Series], Vol. 32, pp. 215-224.

8. Khvostenko T. (2017) Zaluchennia personalu yak instrument biznesu dlia pokrashchennia finansovykh pokaznykiv [Engaging staff as a business tool to improve financial performance].URL: http://iqholding.com.ua/articles/zaluchennya-personalu-yak-instrument-biznesu-dlya-pokrashchennya-finansovikh-pokaznikiv-0 (accessed 12 January 2020).

9. Skoropad A. Systema motyvatsii personalu pidpryiemstva [The system of motivation of the personnel of the enterprise]. Proceedings of the *Ekonomika Ukrainy v umovakh hlobalizatsii i rehionalizatsii* [International Science Pract. Conf. Economy of Ukraine in the conditions of globalization and regionalization]. Ternopil, 2014, pp. 138-141.

РОЗДІЛ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

ДЕРЖАВНА БОРГОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ СУЧАСНОГО ЕТАПУ

IMPLEMENTATION OF FOREIGN EXPERIENCE OF FINANCIAL PLANNING OF UKRAINE'S PUBLIC SECTOR ENTITIES

УДК 336.76
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-64

Зозуля Д.С.
аспірант кафедри фінансів
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Zozulia Denys
SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

Стаття присвячена прагматичним аспектам державної боргової політики України на сучасному етапі. Аргументовано, що надзвичайно висока залежність української держави від зовнішнього боргового фінансування визначена відвертими «провалами» економічної політики, нездатністю створити умови для розвитку бізнесу і як наслідок – проблемами у бюджетній та фіскальній політиці. Встановлено, що проблематика державної боргової політики в українських реаліях має значну політичну складову. Особливо це стосується взаємодії нашої держави з міжнародними фінансовими організаціями. З точки зору стану публічних фінансів 2019-2021 роки є періодом надзвичайно високого тиску через необхідність здійснення значних виплат. Акцентовано, що вирішення проблем державної боргової політики залежить не тільки від ефективності боргового менеджменту, але й у значній мірі від просування економічних реформ в нашій державі. Обґрунтовано ряд заходів, спрямованих на удосконалення системи управління державним боргом в Україні.

Ключові слова: *держава, фінансова політика держави, державні запозичення, державний борг, державний борговий менеджмент, державні цінні папери.*

Статья посвящена прагматическим аспектам государственной долговой политики Украины на современном этапе. Аргументировано, что чрезвычайно высокая зависимость украинского государства от внешнего долгового финансирования определена откровенными «провалами» экономической политики, неспособностью создать условия для развития бизнеса и как следствие – проблемами в бюджетной и фискальной политике. Установлено, что проблематика государственной долговой политики в украинских реалиях имеет значительную политическую составляющую. Особенно это касается взаимодействия нашего государства с международными финансовыми организациями. С точки зрения состояния публичных финансов, 2019-2021 гг. является периодом чрезвычайно высокого дольового давления из-за необходимости осуществления значительных выплат. Акцентировано, что решение проблем государственной долговой политики зависит не только от эффективности долгового менеджмента, но и в значительной степени от продвижения экономических реформ в нашем государстве. Обосновано ряд мероприятий, направленных на совершенствование системы управления государственным долгом в Украине.

Ключевые слова: *государство, государственная финансовая политика, государственные заимствования, государственный долг, государственный долговой менеджмент, государственные ценные бумаги.*

The article is devoted to pragmatic aspects of Ukraine's state debt policy at modern stage. It is argued that extremely high dependence of Ukrainian state on external debt financing is determined by outright "failures" of economic policy, inability to create conditions for business development and, as a consequence, problems in budgetary and fiscal policy. Many years of attempts to create effective mechanisms of capital accumulation in domestic market have been largely unsuccessful, which in times of crisis forces Ukraine to place financial instruments on the foreign market again. It is established that the problem of state debt policy in Ukrainian realities has a significant political component. This is especially true for our country's interaction with international financial institutions. It is this aspect of Ukraine's state borrowing that is the subject of intense debate and is not perceived by large portion of Ukraine's population. In terms of public finances, 2019-2021 is a period of extremely high pressure due to the need for significant payments. In such circumstances, the question arises of the possibility of the state to reduce its dependence on external borrowing. It is emphasized that the solution of the problems of the government debt policy depends not only on the effectiveness of debt management, but also to a great extent on the promotion of economic reforms in our country. Number of measures aimed at improving of the system of state debt management in Ukraine are justified. In particular, the state should pay particular attention to the currency structure of borrowings, which will avoid additional risks to the hryvnia exchange rate and other macro indicators of Ukraine. Also worthy of note are proposals aimed at improving of mechanisms of funds' use raised in the debt market. A separate aspect of the problem is stimulation of demand for government securities in domestic market, including by households. In the context of debt risk management, particular attention should be paid to the possibility of using derivative financial instruments, which will influence the cost of borrowing.

Key words: *state, state financial policy, state loan, state debt, state debt management, state securities.*

Постановка проблеми. Економічна політика з часу здобуття незалежності Україною рясніє як прикладами певних проміжних успіхів, так і відвертими провалами. Разом з тим, в кінці третього десятиліття реформ можна констатувати, що в цілому їх результати є незадовільними, як з погляду суспільних оцінок, так і в контексті глобальної конкурентоспроможності нашої держави. Яскравим підтвердженням цього висновку є ситуація з державною борговою політикою. Кожна криза (а їх було в історії української економіки немало) вкотре детермінує неспроможність нашої держави обійтися без колосальних зовнішніх запозичень, які досить часто є чи не останнім шансом для втримання економічної ситуації від колапсу. Постійне перебування «на межі» є абсолютно неприпустимим з погляду стратегічного розвитку України. Більше того, саме державна боргова

політика досить часто засвідчує наявність глибоких розколів в українському суспільстві, якими користуються різноманітні політики для нагнітання ситуації. 2019-2021 рр. є особливо значимими в цьому контексті, адже саме на цей період припадають значні виплати, що робить проблематику управління державним боргом надзвичайно актуальною та своєчасною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління державним боргом та його впливу на економічні тенденції в Україні розглядалися в роботах І. Алєксєєва, В. Базилевича, Л. Бенч, Т. Єфименко, Н. Ковалко, В. Копилова, С. Корабліна, В. Кудряшова, В. Макогон, В. Опаріна, Н. Федірко, В. Федосова, І. Чугунова та ін. Разом з тим, питання управління держаним боргом містять достатньо

Постановка завдання. Мета статті – детермінувати особливості державного боргового менеджменту в Україні на сучасному етапі та обґрунтувати заходи, спрямовані на його вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Активізація досліджень боргової політики України на сучасному етапі визначена надзвичайно високим рівнем прогнозних платежів, що мають бути здійснені для обслуговування боргу у наступні 5 років (рис. 1).

Як видно з наведених даних, саме на період 2021-2025 рр. припадають пікові виплати за державним боргом України. Не можна обійти увагою той факт, що загальна сума прогнозних виплат за вказаний термін складає 1,89 трлн грн. Зрозуміло, що настільки колосальна сума викликає природні побоювання і в середовищі науковців, і у фахівців-практиків. Тим більше, що боргова тематика штучно «підігрівається» окремими політичними силами, які таким чином намагаються здобути додаткові електоральні симпатії виборців. Разом з тим, очевидно, що відповідні суспільні настрої мають вагоме підґрунтя, адже набутий досвід свідчить, що з цілого ряду причин держава Україна так і не змогла позбутися залежності від зовнішніх кредиторів. Для прикладу, на 2020 рік передбачені доходи Державного бюджету України у розмірі 1,095 трлн грн., що нижче прогнозної суми, яку потрібно погасити в наступні п’ять років. Невипадково, що в таких умовах численні «експерти» намагаються переконати громадян України про необхідність повного розриву з міжнародними кредиторами загалом, та насамперед з міжнародними фінансовими організаціями. Наводять дуже сумнівні приклади, коли начебто дефолт за зобов’язаннями дав можливість різко активізувати економіку, наростити інвестиції і т.п. На наш погляд, в таких «рекомендація» немає нічого іншого окрім популізму. Тим більше, що на сьогодні обсяг накопичених зовнішніх боргів та необхідних для їх обслуговування платежів є настільки великим, що відмова від виконання зобов’язань може на довгі роки підірвати довіру до нашої держави на світочвих ринках капіталу (рис. 2).

З даних рис. 2 видно, що до 2026 року Україна має спрямувати на обслуговування зовнішнього боргу колосальні суми. В таких умовах не може навіть йти мови щодо оголошення дефолту, як би цього не хотілося окремим політикам. Інша справа, що нашій державі слід сформувати ефективну боргову стратегію і чітко дотримуватися її. В існуючому варіанті державний борговий менеджмент скоріше нагадує спорадичні та фрагментарні спроби подолати кризові явища у сфері публічних фінансів ніж виважену, послідовну та обґрунтовану політику. За поширеною в Україні практикою, держава приймає відповідні концепції, спрямовані на покращення ситуації [4]. Проте реальний стан справ з реалізацією таких документів на має як правило нічого спільного з задекларованими цілями та діями. Досить складними є питання, що

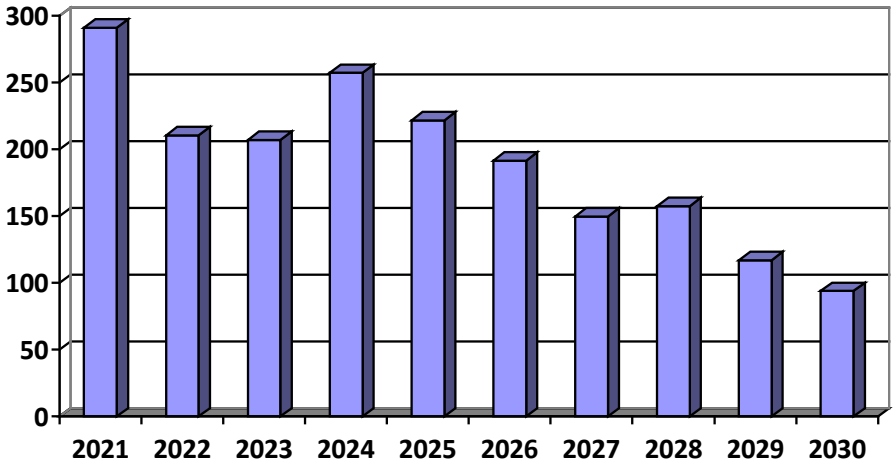


Рис. 1. Прогноз бюджетних платежів за діючими позиками у 2021-2030 рр., млрд. грн.

Джерело: складено автором за [1]

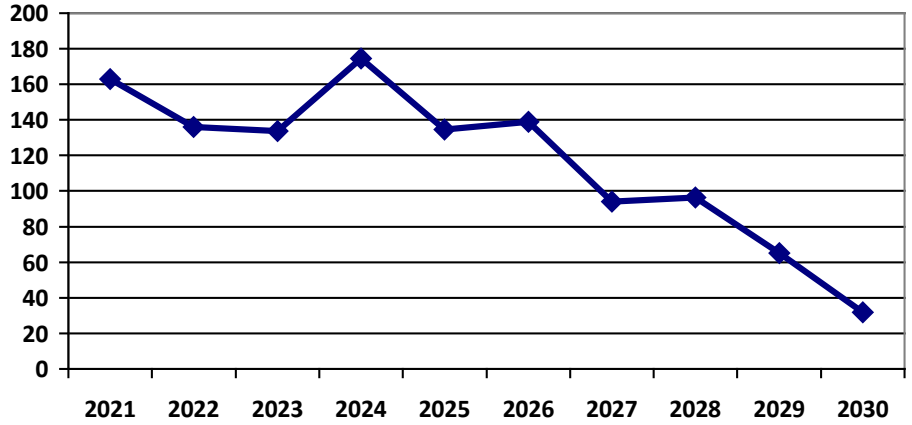


Рис. 2. Прогноз бюджетних платежів за діючими зовнішніми позиками у 2021-2030 рр., млрд. грн.

Джерело: складено автором за [1]

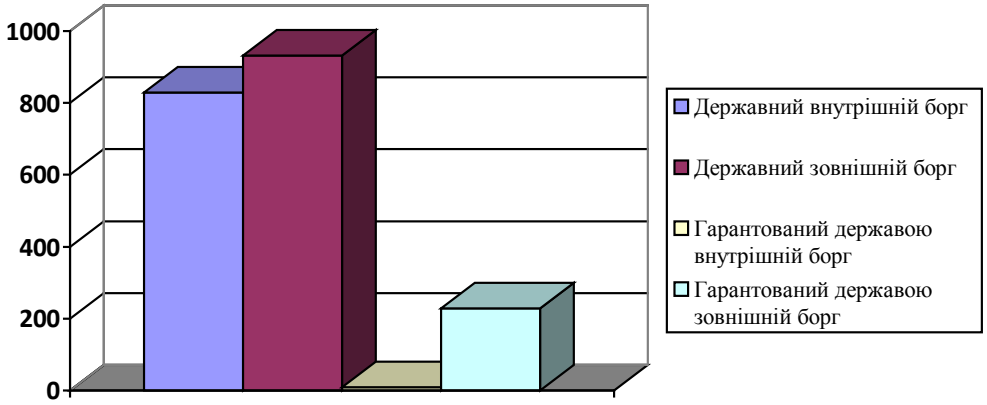


Рис. 3. Структура державного боргу України, станом на 1 січня 2020 року, млрд. грн.

Джерело: складено автором за [2]

пов'язані зі структурою державного та гарантованого державою боргу. В найбільш формалізованому варіанті така структура виглядає наступним чином (рис. 3).

Як бачимо, на сьогодні в структурі державного боргу переважає зовнішній борг. Аналогічний висновок можна зробити і щодо гарантованого державою боргу (в цьому випадку частка зовнішніх запозичень є на порядок вищою). Привертають увагу і аналіз структури державного боргу України за іншими критеріями:

• за інструментами. Частка ринкових інструментів (цінних паперів) коливається в межах 45 %, неринкових (26 %). Привертає висока питома вага в структурі інструментів категорії «Інше». За цією статтею відображаються ОВДВ, які були емітовані для ре капіталізації державних банків та державних підприємств. Загалом, зазначена практика використання державних облігацій в процесі додаткового випуску акцій суб'єктами господарювання державного сектору економіки є скоріше вимушеною і засвідчує відсутність у держави ресурсів, для поповнення статутного капіталу;

• за валютами. Близько 50 % фінансових інструментів державного боргу України номіновані у доларах США, ще 33 % - у гривні. Внаслідок такої структури виникає додатковий тиск на курс гривні, проте різко змінити зазначену валютну структуру складно через недостатню ємність внутрішнього фінансового ринку;

• в розрізі строків погашення та ставок. Позитивно можна сприймати факт, що фінансові інструменти зі строком погашення більше 10 років займають частку близько 40 %. Аналогічний висновок можна зробити і щодо переважання фінансових інструментів з фіксованою ставкою.

Висновки з проведеного дослідження. Загалом можна зробити висновок, що ситуація у сфері державної боргової політики в Україні формує численні ризики для економічної динаміки. Ці ризики пов'язані насамперед: з колосальними обсягами ресурсів, які мають бути витрачені для обслуговування державного боргу у 2020-2021 рр.; з домінуванням зовнішніх запозичень за умови слабкості внутрішнього фінансового ринку; невиправданим використанням державних цінних

паперів в процесі випуску акцій суб'єктами господарювання державного сектору економіки України; насамкінець, з волатильною макроекономічною динамікою та високим рівнем недовіри потенційних інвесторів до нашої держави. Виправлення існуючої ситуації має ґрунтуватися на комплексному підході, який би враховував не тільки застосування новітніх управлінських технологій в державному борговому менеджменті, але й чіткі та ефективні реформи в економічній сфері загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Боргові платежі та прогнози. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL : https://www.mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg (дата звернення 27.02.2020).

2. Державний борг та гарантований державою борг. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL.: https://www.mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg (дата звернення 27.02.2020).

3. Закон України «Про державний бюджет України на 2020 рік» №294-IX від 14.11.2019 р. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/294-20 (дата звернення 27.02.2020).

4. Середньострокова стратегія управління державним боргом на 2019-2022 рр. Кабінет Міністрів України. Постанова № 473 від 5.06.2019 р. URL : https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-serednostrokovoyi-strategiyi-upravlinnya-derzhavnim-borgom-na-20192022-roki (дата звернення 27.02.2020).

REFERENCES:

1. Ministerstvo finansiv Ukrainy (2020). Borhovi platezhi ta prohnozy [Debt payments and forecasts]. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg (accessed 27 February 2020).

2. Ministerstvo finansiv Ukrainy (2020). Derzhavnyi borh ta harantovanyi derzhavoiu borh. [Public debt and government guaranteed debt]. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg (accessed 27 February 2020).

3. Verkhovna rada Ukrainy (2019). Zakon Ukrainy «Pro derzhavnyi biudzhet Ukrainy na 2020 rik» [About the State Budget of Ukraine for 2020]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/294-20 (accessed 27 February 2020).

4. Kabinet Ministriv Ukrainy (2019). Serednostrokova stratehiia upravlinnia derzhavnym borhom na 2019-2022 rr. [Medium-Term Strategy for Public Debt Management for 2019-2022]. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-serednostrokovoyi-strategiyi-upravlinnya-derzhavnim-borgom-na-20192022-roki (accessed 27 February 2020).

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

IMPLEMENTATION OF FOREIGN EXPERIENCE OF FINANCIAL PLANNING OF UKRAINE'S PUBLIC SECTOR ENTITIES

УДК 336.61
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-65

Малиновська Ю.Б.
аспірант кафедри корпоративних фінансів і контролінгу
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Malynovska Yuliya
SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

У статті розглядаються питання удосконалення фінансового планування на підприємствах державного сектору економіки України. Акцентовано увагу на відсутніх та неповноцінних компонентах чинних прагматичних підходів до фінансового планування на підприємствах державного сектору економіки на сучасному етапі. Аргументовано, що низький рівень фінансового планування на підприємствах державного сектору економіки визначає серед іншого і недостатню ефективність їхньої фінансової стратегії. Розкрито ключові інновації у фінансовому плануванні, що характерні для діяльності підприємств у країнах із розвиненими економіками. Визначено можливості запровадження зазначених інноваційних підходів у фінансову діяльність підприємств державного сектору економіки України. Обґрунтовано необхідність змін у нормативно-правовому, організаційному, інформаційному та аналітичному забезпеченні фінансового планування на підприємствах державного сектору економіки України. Охарактеризовано можливі позитивні канали впливу інновацій у фінансовому плануванні на функціонування державного сектору економіки.

Ключові слова: *державний сектор економіки, підприємство, корпоративна фінансова стратегія, фінансове планування, цілі корпорації, інновації.*

В статье рассматриваются вопросы усовершенствования финансового планирования на предприятиях государственного сектора экономики Украины. Акцентировано внимание на отсутствующих и неполноценных компонентах актуальных прагматических подходов к финансовому планированию на предприятиях государственного сектора экономики на современном этапе. Аргументировано, что недостаточная эффективность финансового планирования на предприятиях государственного сектора экономики определяет среди прочего и низкие результаты их финансовой стратегии. Раскрыты ключевые инновации в финансовом планировании, характерные для предприятий в странах с развитой экономикой. Определены возможности внедрения инновационных подходов в финансовую деятельность предприятий государственного сектора экономики. Обоснована необходимость изменений в нормативно-правовом, организационном, информационном и аналитическом обеспечении финансового планирования на предприятиях государственного сектора экономики Украины. Охарактеризованы возможные позитивные каналы влияния инноваций в финансовом планировании на функционирование государственного сектора экономики.

Ключевые слова: *государственный сектор экономики, предприятие, корпоративная финансовая стратегия, финансовое планирование, цели корпорации, инновации.*

The relevance of this article is determined by analysis of issues related to the improvement of financial planning at enterprises of Ukraine's public sector of economy. At modern stage, there are a number of missing and defective components of current pragmatic approaches to financial planning in economy's public sector enterprises. In turn, the low level of financial planning in economy's public sector enterprises determines, among other things, lack of effectiveness of their financial strategy. Methods of modern science – system axiomatic, deduction, analysis and synthesis, comparative analysis are used in the research process. The key innovations in financial planning that characterize the activities of enterprises at modern stage in the countries with developed economies are revealed. In particular, the use of goal management concept to improve financial planning, its advantages and disadvantages, is characterized. The essential characteristics of balanced scorecard system and its use in financial planning of modern enterprises are revealed. Implementation possibilities of these innovative approaches into financial activity of public sector enterprises of Ukrainian economy have been determined. The current regulatory approaches to financial planning of such enterprises are in fact anachronistic and do not reflect the modern view of corporate financial management. In addition, the shortcomings of regulatory framework are prerequisite for corruption from the side of management and activities of public sector enterprises in the "shadow" sector. Possible positive effects of innovations in financial planning of economy's public sector functioning of our country are characterized. The practical significance of obtained results is that they can be used both directly at the level of public sector enterprises and at the level of entities. Besides, implementation of modern approaches to financial planning will increase the market value of public sector enterprises as potential objects of privatization. It will give an opportunity to increase the incomes of state budget in the process of state stock of shares sell.

Key words: *public sector, enterprise, corporate financial strategy, financial planning, corporate goals, innovations.*

Постановка проблеми. Криза 2013–2016 рр. вкотре висвітлила основоположні проблеми, що притаманні економічному розвиткові нашої держави. Серед них – суттєві деформації, що притаманні суб'єктам господарювання державного сектору економіки України. У цьому контексті ми маємо справу з надзвичайно цікавим парадоксом – і у суспільстві, і серед можновладців панує переважно критичне ставлення до діяльності держави- власника. Проте це жодним чином не впливає на державну політику – підприємства державного сектору економіки продовжують функціонувати з надзвичайно низьким рівнем результативності.

У підсумку суспільству багато в чому штучно нав'язується ідеологія щодо об'єктивної слабкості держави як власника, необхідності реалізації сценарію масштабного та швидкого розпродажу належних державі акцій. Водночас, як свідчить досвід інших країн, суб'єкти господарювання державного сектору економіки можуть відігравати надзвичайно важливу роль, забезпечуючи сталий

розвиток тих галузей, де приватна ініціатива та капітал є не досить ефективними.

Подальше функціонування підприємств державного сектору економіки України очевидно пов'язане із трансформацією управлінських підходів, зміною в корпоративних стратегіях, формуванням принципово нової позиції щодо персонального складу органів управління таких бізнес-одиниць. Все зазначене окреслює і важливість питань, що визначені необхідністю удосконалення прагматичних підходів до фінансового планування підприємств державного сектору економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання фінансового планування загалом та на підприємствах державного сектору економіки України зокрема розглядалося в роботах Г. Аніловської, М. Білик, О. Білої, О. Білоусової, А. Даниленка, О. Капкайкіної, В. Коваленко, Н. Петришиної, Є. Удовицької, О. Чумак та ін. Абсолютна більшість науковців виділяють ключові проблеми фінансового планування на підприємствах державного сектору економіки та пропонують власний погляд на шляхи їх подолання. Водночас швидкі зміни, що притаманні зовнішньому середовищу діяльності таких підприємств, визначають необхідність подальшої актуалізації підходів до розвитку фінансового планування з урахуванням зарубіжного досвіду.

Постановка завдання. Мета статті – обґрунтувати напрями вдосконалення методичних та практичних підходів до фінансового планування суб'єктів господарювання державного сектору економіки (ДСЕ) України з урахуванням зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу. Поточний стан державного сектору вітчизняної економіки не залишає байдужим ні науковців та фахівців, ні пересічних громадян. Функціонування суб'єктів господарювання державного сектору економіки (далі – ДСЕ) відбувається на інформаційному тлі постійних скандалів, пов'язаних із корупцією, опортуністичною поведінкою менеджерів, ігноруванням державницьких інтересів на користь приватних, діяльністю в «тіньовому» секторі тощо. Очевидно, що багато в чому сучасний стан суб'єктів господарювання ДСЕ визначений стратегічними прорахунками у приватизації, які неодноразово описувалися у вітчизняній фаховій літературі [1–3]. При цьому тон негативних оцінок зберігається протягом багатьох років. Водночас надто багато факторів пов'язані із сучасним станом таких бізнес-одиниць, їхньою неефективною фінансовою політикою. Проте держава досить пасивно ставиться до зазначених проблем, не реалізовуючи наявні у неї управлінські повноваження.

У цьому контексті слід звернути увагу на роль фінансового планування, за допомогою якого (в сукупності з іншими чинниками) можна досить швидко змінити ключові принципи корпоративного фінансового менеджменту підприємств ДСЕ. Актуальні наукові позиції свідчать, що сучасні вчені виділяють особливу роль фінансового планування в управлінні суб'єктами господарювання та їхніми фінансами [4–6]. Усі без винятку вчені підкреслюють складність та багатоетапність процесу фінансового планування. Ще один важливий момент – існування на підприємстві відповідних управлінських, організаційних, інформаційних та

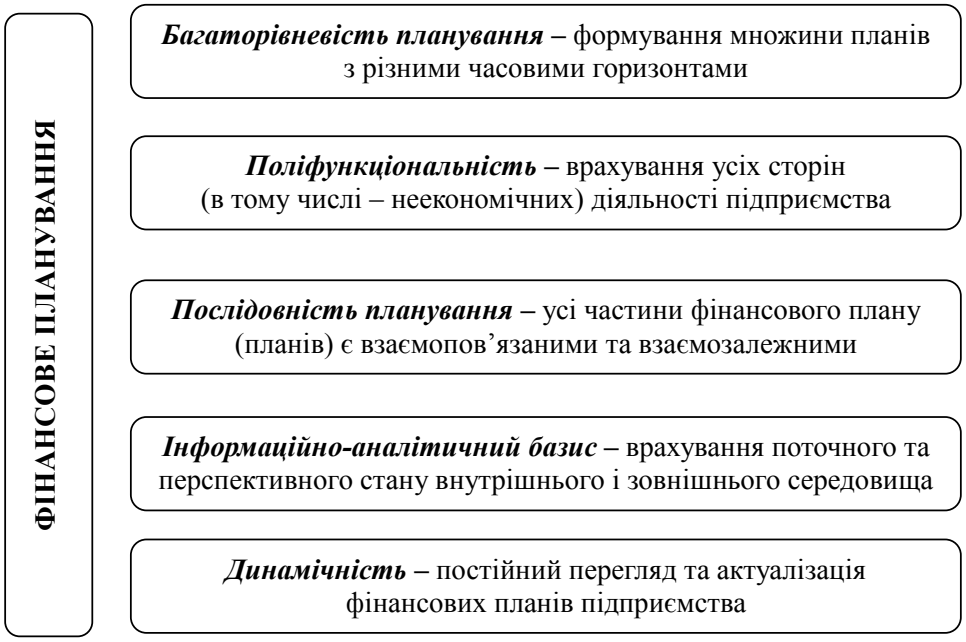


Рис. 1. Базові принципи фінансового планування на підприємстві

Джерело: складено автором

Таблиця 1

Відсутні та неповноцінні компоненти фінансового планування підприємств державного сектору економіки України

№ з.п.	Базові принципи	Відсутні та неповноцінні компоненти
1	Багаторівневість	Фінансовий план складається на наступний рік із поквартальною розбивкою, тому вимога багаторівневості фінансового планування не дотримується.
2	Поліфункціональність	Фінансовий план має забезпечувати збільшення показників рентабельності діяльності підприємства, активів та власного капіталу порівняно з плановими та прогнозними показниками на поточний рік. Держава як власник акцентує увагу виключно на фінансових показниках та ігнорує інші критерії.
3	Послідовність	Передбачено існування фінансового плану у вигляді єдиного документу, що має відносно просту структуру.
4	Інформаційно-аналітичний базис	Використовується тільки фінансова звітність та стратегічний план підприємства, а також інформація щодо судових справ майнового характеру.
5	Динамічність	Можливість внесення змін до фінансового плану не більше двох разів на рік.

Джерело: розроблено автором на основі [7]

інших передумов, які формуються у вигляді відповідного внутрішнього середовища для ефективного фінансового планування. У цій площині науковці говорять про принципи і завдання фінансового планування. Узагальнено їх можна навести таким чином (рис. 1).

Зрозуміло, що у зв'язку з цим виникає питання про відповідність чинних підходів та принципів фінансового планування на підприємствах державного сектору економіки виокремленим критеріям. Для пошуку відповіді слід оцінити нормативно-правову базу, яка регулює фінансове планування на підприємствах державного сектору економіки [7]. Зауважимо, що не всі положення, зафіксовані в цьому нормативному документі, можна оцінити однозначно відповідно до принципів, наведених на рис. 1. Проте такий аналіз дає можливість чітко детермінувати більшість відсутніх та неповноцінних компонентів фінансового планування суб'єктів господарювання державного сектору економіки.

Оцінка відповідності наведена у табл. 1.

Як видно з табл. 1, держава-акціонер встановила досить спрощені вимоги до фінансового планування суб'єктів господарювання ДСЕ. Внаслідок цього фінансове планування таких бізнес-одиниць не відповідає більшості базових принципів та є не досить результативним. Відповідно, на часі перегляд наявних нормативних підходів та розроблення принципово нових засад фінансового планування для таких підприємств. Зазначені зміни мають ґрунтуватися на широкому використанні зарубіжного досвіду фінансового планування та корпоративного фінансового менеджменту загалом.

Зокрема, важливим аспектом є запровадження в практику управління підприємствами ДСЕ концепції «управління за цілями». У найбільш поширеному варіанті вона передбачає таку послідовність дій [8]: встановлення цілей діяльності підприємства та їх узгодження з іншими стейкхолдерами; розроблення планів та визначення способів їх досягнення; контроль за виконаннями планів; порівняння результатів із планами та коригування. На наш погляд, у контексті удосконалення фінансового планування на підприємствах ДСЕ використання управління за цілями визначає:

а) чітку детермінацію фінансових, економічних та неекономічних цілей та їх узгодження з іншими акціонерами. Також треба звернути увагу на той факт, що діяльність підприємств ДСЕ може бути спрямована на досягнення соціальних цілей;

б) суттєве розширення інформаційного та аналітичного забезпечення процесу фінансового планування;

в) створення можливості для постійного коригування фінансових планів відповідно до змін внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Аналогічний висновок можна зробити і щодо запровадження в діяльність підприємств ДСЕ менеджменту на основі системи збалансованих показників. Як зазначають учені, використання системи збалансованих показників дає можливість досягти швидких змін у корпоративному менеджменті [9]. Проте, як і у разі управлінням за цілями, держава має реалізувати комплекс дій, які дадуть змогу запровадити у фінансове планування підприємств ДСЕ цей управлінський підхід.

Висновки з проведеного дослідження. Сучасний стан фінансового планування суб'єктів господарювання ДСЕ деструктивно впливає на їхню результативність та визначає необхідність змін у нормативно-правовому забезпеченні. Нині держава досить спрощено вирішує ці питання, ігноруючи надбання світової фінансової науки та практичний досвід підприємств країн із розвиненими економіками. Запровадження управління за цілями та на основі збалансованих показників визначає необхідність радикальних змін як наявних нормативних актів, так і трансформації стратегії управління державною власністю.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Редзюк Є. Приватизація здорової людини. Дзеркало тижня. 2019. Випуск №48. URL.: https://dt.ua/macrolevel/privatizaciya-zdorovoyi-lyudini-332873_.html. (дата звернення 18.01.2019 р.)
2. Українські реформи після Революції Гідності : Що зроблено, чому не більше та що робити далі. Європ. Банк Реконструкції та Розвитку, Strategic Advisory Group for Support of Ukrainian Reforms. 2019. 213 с.
3. Пасхавер О., Верховодова Л., Агеєва К. Приватизація та реприватизація в Україні після «помаранчевої» революції. Центр економічного розвитку. К.: «Міленіум», 2006. 106 с.
4. Фінансовий менеджмент. ДВНЗ «Укр. акад. банк. справи НБУ». Київ : Центр учб. літ., 2019. 485 с.
5. Непочатенко О., Мельничук Н. Фінанси підприємств. Київ : Центр учб. літ., 2017. 504 с.
6. Терещенко О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана». Київ : КНЕУ, 2004. 556 с.
7. Порядок складання, затвердження та контролю виконання фінансового плану суб'єкта господарювання державного сектору економіки. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 205 від 02.03.2015 р. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0300-15 (дата звернення 27.02.2020 р.).
8. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1992. 702 с.
9. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: Олимп-Бизнес, 2004. 320 с.

REFERENCES:

1. Redziuk Ye. (2019) Pryvatyzatsiia zdorovoi liudyny [Privatization of a healthy person]. Dzerkalo tyzhnia. Vypusk №48. URL.: https://dt.ua/macrolevel/privatizaciya-zdorovoyi-lyudini-332873_.html. (accessed 18.01.2019 p.).
2. Strategic Advisory Group for Support of Ukrainian Reforms (2019) Ukrainski reformy pislia Revoliutsii Hidnosti: Shcho zrobleno, chomu ne bilshe ta shcho robyty dali [Ukrainian Reforms After the Dignity Revolution: What is Done, Why Not More, and What to Do Next]. EBRR. 213 p.
3. Paskhaver O., Verkhovodova L., Aheieva K. (2006) Pryvatyzatsiia ta repryvatyzatsiia v Ukraini pislia «pomaranchevoi» revoliutsii [Privatization and re-privatization in Ukraine after the Orange Revolution]. Tsentr ekonomichnoho rozvytku. K.: «Milenium», 2006. 106 p.
4. Finansovyi menedzhment [Financial Management]. DVNZ «Ukr. akad. bank. spravy NBU». Kyiv : Tsentr uchb. lit., 2019. 485 p.
5. Nepochatenko O., Melnychuk N. (2017) Finansy pidpryiemstv [Business finance]. Kyiv : Tsentr uchb. lit., 2017. 504 p.
6. Tereshchenko O. (2004) Finansova diialnist subiektiv hospodariuvannia [Financial activity of economic entities]. DVNZ «KNEU imeni Vadyma Hetmana». Kyiv.: KNEU, 556 p.
7. Poriadok skladannia, zatverdzhennia ta kontroliu vykonannia finansovoho planu subiekta hospodariuvannia derzhavnoho sektoru ekonomiky. Nakaz Ministerstva ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy № 205 vid 02.03.2015 r. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0300-15 (accessed 27.02.2020 p.).
8. Meskon M., Albert M., Hedouri F. (1992) Osnovi menedjmenta [Management basics]. M.: Delo, 1992. 702 p. (in Russian)
9. Kaplan R., Norton D. (2004) Sbalansirovannaja sistema pokazatelej. Ot strategii k dejstviju. [Balanced scorecard. From strategy to action]. M.: Olimp-Biznes. 320 p. (in Russian)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

THEORETICAL BASIS OF COMPANY PROFIT MANAGEMENT

УДК 336.67
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-66

Мордань Є.Ю.
к.е.н., старший викладач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Сумський державний університет
Малиш Д.О.
к.е.н., асистент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Сумський державний університет
Рябуха А.Ю.
студентка
Сумський державний університет

Mordan Yevgeniya
Sumy State University
Malysh Dmitrii
Sumy State University
Ryabukha Alyona
Sumy State University

У статті розглянуто роль та сутність прибутку підприємства як об'єкта управління. Систематизація наукових поглядів щодо сутності поняття «прибуток» дала змогу виокремити три підходи до його трактування. На цій основі сформовано авторське бачення категорії прибутку, яке розглядає його не тільки в межах кількісного аспекту, що ґрунтується на зіставленні доходів та витрат, а й розкриває його економічний зміст. Доведено, що ефективне управління прибутком підприємства можливе за дієвої та правильно сформованої системи управління прибутком підприємства, яка розглядалася з використанням системного підходу, що характеризує її в розрізі цільової та організаційно-функціональної підсистем. Охарактеризовано всі складники кожної з підсистем, а саме мета, завдання, суб'єкти, об'єкт, функції, принципи, методи, внутрішнє та зовнішнє середовища реалізації управлінських дій. Розглянуто структурно-логічну схему здійснення процесу управління прибутком підприємства. Практична реалізація всіх етапів дасть змогу забезпечити досягнення вибраної мети підприємства щодо рівня бажаного прибутку.

Ключові слова: *прибуток, прибуток підприємства, управління прибутком підприємства, система управління, системний підхід.*

В статье рассмотрена роль и сущность прибыли предприятия как объекта управления. Систематизация научных взглядов относительно сущности понятия «прибыль» позволила выделить три подхода к его трактовке. На этой основе сформировано авторское видение категории «прибыль», которое рассматривает его не только в пределах количественного аспекта, основанный на сопоставлении доходов и расходов, но и раскрывает его экономическое содержание. Доказано, что эффективное управление прибылью предприятия возможно при действенной и правильно сложившейся системе управления прибылью предприятия, которая рассматривалась с использованием системного подхода, характеризует ее в разрезе целевой и организационно-функциональной подсистем. Охарактеризованы все составляющие каждой из подсистем, а именно цель, задачи, субъекты, объект, функции, принципы, методы, внутренняя и внешняя среды реализации управленческих действий. Рассмотрена структурно-логическая схема осуществления процесса управления прибылью предприятия. Практическая реализация всех этапов позволит обеспечить достижение выбранной цели предприятия по уровню желаемой прибыли.

Ключевые слова: *прибыль, прибыль предприятия, управление прибылью предприятия, система управления, системный подход.*

The article deals with the role and essence of the enterprise profit as an object of management. The systematization of scientific views on the essence of the concept of "profit" allowed us to distinguish three approaches to its interpretation. The first approach considers profit in the political economy aspect, the second - as a financial result from the main activity of the enterprise, and the third - as a positive result from the entire set of operations of the enterprise. The own determination of profit of the enterprise which substantive filling provides the basis for formation of an effective system of its management is offered in the enterprise. The author's definition of profit examines it not only within the quantitative aspect, based on the comparison of income and expenses, but also reveals its economic content. It is proved that effective management of profit of the enterprise is possible with an effective and properly formed system of profit management of the enterprise, which was considered using a systematic approach that characterizes it in terms of target and organizational-functional subsystems. System approach to profit management involves the study of ways to organize subsystems as a whole and the impact of the processes of the system as a whole on its individual units. The target subsystem defines the main purpose and tasks of management. Achieving the goal will simultaneously harmonize the interests of business owners with those of the state and staff. The organizational and functional subsystem includes the entities and objects of management, as well as the functions they perform. Each element of this subsystem is characterized. Economic, organizational, administrative and social-psychological methods of management are considered. It has been determined that the profit management system is based on the principles of integration, continuity, systematicity, complexity, dynamic management and variability. The structural and logical scheme of realization of process of management of profit of the enterprise is considered. Practical implementation of all stages will help to achieve the chosen goal of the company in terms of desired profit.

Key words: *profit, enterprise profit, enterprise profit management, management system, systematic approach.*

Постановка проблеми. В умовах розвитку ринкових відносин ефективність діяльності підприємств пов'язана з раціональним формуванням та розподілом фінансових ресурсів з метою досягнення високих фінансових результатів. Враховуючи різні аспекти планування діяльності підприємства, найважливішим є процес управління прибутком як процес дослідження і прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу і використання. Прибуток є головною метою підприємницької діяльності, основним показником ефективності діяльності, основним джерелом розвитку підприємства та індикатором банкрутства. Значна роль прибутку у розвитку підприємства, забезпеченні інтересів його власників та персоналу, а також держави визначають необхідність дослідження питань створення та реалізації ефективної системи управління прибутком підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні засади щодо питання забезпечення ефективного управління прибутком підприємства в частині його формування, оптимального розподілу та використання закладені в роботах закордонних та вітчизняних вчених, а саме І.А. Бланка [8], Л.О. Денисенко [13], Ж.М. Жигаркевич [14], С. Ногіна [23], О.О. Рибалка [25], В.В. Худа [26], І.О. Школьник [27] та інших.

Попри значну кількість ґрунтовних досліджень із цієї проблематики питання побудови ефективної системи управління прибутком підприємства (далі – УПП) потребує постійного удосконалення, зважаючи на динамічність змін внутрішніх та зовнішніх умова функціонування підприємств. Тому науковий та практичний пошук шляхів покращення системи управління прибутком підприємства (далі – СУПП) є завжди актуальним.

Постановка завдання. Мета статті полягає в уточненні поняття «прибуток підприємства» як об'єкта управління, вивченні та удосконаленні теоретичних та практичних засад системи управління прибутком підприємства у сучасних умовах розвитку економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система управління прибутком підприємства повинна базуватися на глибокому розумінні природи поняття прибуток як об'єкта управління, що вимагає попереднього вивчення його економічної сутності та змісту.

Результат критичного аналізу існуючих підходів до сутності поняття «прибуток» показав, що єдина точка зору щодо формування його змісту відсутня. Тому вважаємо за необхідне систематизувати існуючі в економічній літературі трактування сутності цієї категорії за певними підходами.

Перший підхід розглядає прибуток у політекономічному аспекті з використанням категорій, що не мають чіткого законодавчого трактування, а саме це «додаткова праця», «додана вартість», «додатковий продукт», «додаткова вартість». Представниками цієї групи є Л.І. Антошкіна [3], П.І. Багрій [4], Г.І. Башнянин [6], Е.Ф. Борисов [10], І.Ю. Матюшенко [21], А.М. Поддєрьогін [24] та інші. Науковці, які дотримуються цього погляду, вивчають прибуток через взаємозв'язок вищезазначених категорій таким чином: додатковий продукт створюється додатковою працею і виступає як додаткова вартість. Цей підхід не дає можливості чіткого визначення кінцевого фінансового результату з причини відсутності пояснень щодо методики його розрахунку, також він не розглядає взаємозв'язку між доходами та витратами і не зазначає особливості їх відображення в обліку та звітності.

Такі автори як А.Н. Азріліян [1], В.Д. Базилевич [5], А.Б Борисов [9], М.А. Корольов [18], Л.М. Лазовський [19], А.А. Ратновський [19], прибуток розглядають як фінансовий результат від основної (операційної) діяльності підприємства. У цьому підході для визначення сутності прибутку та алгоритму його розрахунку використовуються дві основні категорії, це «виручка» та «витрати виробництва». Представники цього підходу розглядають прибуток як різницю між виручкою від реалізації продукції та витратами, понесеними на їх виробництво. На нашу думку, за такою методикою визначається не кінцевий фінансовий результат – прибуток, а проміжний – валовий прибуток. Зокрема, на законодавчому рівні валовий прибуток розраховується як позитивна різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) [22]. Відповідно, такий підхід до трактування терміну прибутку є неправильним, оскільки враховує тільки результати від основного виду діяльності і виключає результати від фінансової та інвестиційної діяльності підприємства.

Представники третього підходу характеризують прибуток як позитивний результат від усієї сукупності проведених операцій підприємства. Такого погляду дотримуються Ф.Ф. Бутинець [11], Д.Д Гордієнко [12], В.В Лащак [20], А.Г Загородній [15] та інші. Такий піідхід найкраще описує сутність поняття «прибуток» і збігається з нормативно-правовим забезпеченням організації та ведення бухгалтерського обліку згідно Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [22].

Проведене дослідження дає можливість сформувати низку висновків щодо трактування сутності прибутку в системі функціонування підприємства. Зокрема, прибуток неможливо розглядати як додатковий продукт, створений додатковою працею і виражений додатковою вартістю. Такий підхід жодним чином не розкриває змісту прибутку, оскільки не враховує взаємозв'язку між доходною та витратною частиною та не містить алгоритму його розрахунку. Прибуток як позитивний кінцевий фінансовий результат повинен включати в себе не тільки результати від основної діяльності підприємства, а й від фінансової та інвестиційної.

Результати проведених досліджень дають можливість сформувати авторське визначення поняття «прибуток підприємства». Його варто трактувати як сукупність економічних відносин між підприємцями, власниками засобів виробництва, та найманими працівниками, які виникають у процесі здійснення операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства з метою отримання чистого доходу підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризики здійснення підприємницької діяльності і являє собою різницю між отриманими доходами та понесеними витратами.

Запропоноване визначення розглядає прибуток не тільки в межах кількісного аспекту, що ґрунтується на зіставленні доходів та витрат, а й розкриває його економічний зміст.

Зважаючи на роль прибутку у забезпеченні стабільного функціонування підприємства та подальшого його розвитку, задоволенні інтересів власників та працівників, постає необхідність у побудові та реалізації ефективної системи управління прибутком підприємства.

Таблиця 1

Систематизація наукових підходів щодо трактування категорії «управління прибутком»

Автор	Трактування поняття
І. А. Бланка	Процес розробки і прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу і використання [8].
С. Ногіна	Процес вироблення та прийняття управлінських рішень по всіх основних аспектах його формування, розподілу, використання і планування на підприємстві [23].
О. О. Рибалка	Складний багатофункціональний механізм, який складається з окремих елементів, тісно пов'язаних між собою» [25].
В. В. Худа	Цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських рішень з усіх питань його формування, розподілу та використання на конкретному підприємстві [26].

Перш ніж розглядати СУПП, варто уточнити сутність категорії «управління прибутком». Наявні трактування в економічній літературі цього поняття наведені в таблиці 1.

Узагальнивши розглянуті визначення, під управлінням прибутку підприємства будемо розуміти процес розроблення та прийняття ефективних управлінських рішень щодо формування, розподілу і використання прибутку на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах [27].

Ефективне управління прибутком підприємства можливе за дієвої та правильно сформованої системи управління прибутком підприємства.

Відповідно, система управління прибутком підприємства – це сукупність узгоджених між собою принципів, завдань, елементів та методів, які регулюють процес розроблення та реалізації управлінських рішень щодо ефективного формування, розподілу та використання прибутку підприємства з метою забезпечення прийнятного рівня рентабельності його фінансово-господарської діяльності.

Вважаємо, що СУПП варто розглядати з використанням системного підходу, що поєднує цільову та організаційно-функціональну підсистеми в єдиний цілісний механізм. Системний підхід до управління прибутком передбачає вивчення способів організації підсистем в єдине ціле і вплив процесів функціонування системи загалом на окремі її ланки.

Цільова підсистема визначає головну мету та завдання УПП. Метою управління прибутком підприємства є визначення шляхів найбільш ефективного його формування, розподілу та використання, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості [25]. Досягнення мети забезпечить одночасно гармонізацію інтересів власників підприємств з інтересами держави і персоналу.

Виходячи з головної мети, СУПП дає змогу вирішувати такі завдання щодо забезпечення:

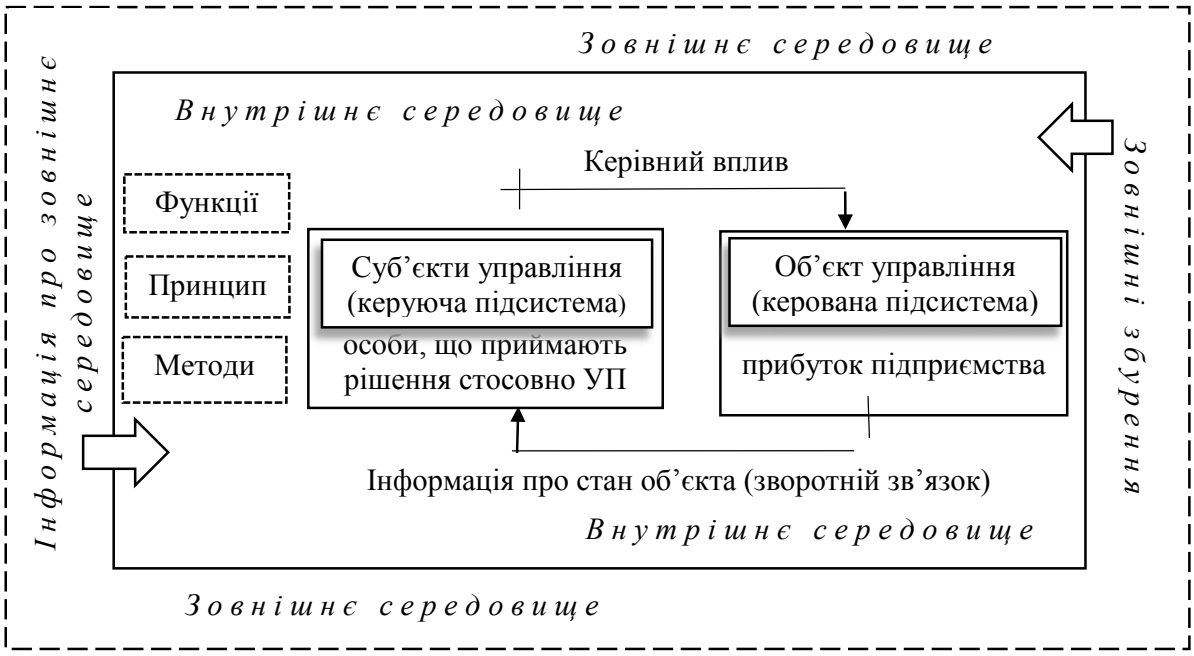


Рис. 1. Елементи організаційно-функціональної підсистеми СУПП

Джерело: складено авторами

– максимізації розміру прибутку, що формується відповідно до ресурсного потенціалу підприємства;

– оптимальної пропорційності між рівнем прибутку і допустимим рівнем ризику;

– високої якості прибутку, що формується;

– виплат необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства;

– формування відповідного обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до завдань розвитку підприємства на майбутній період;

– постійного зростання ринкової вартості підприємства;

– ефективності програм участі персоналу щодо прибутку [13].

Організаційно-функціональна підсистема УПП включає суб'єкти та об'єкти управління, а також функції що вони виконують. Елементи організаційно-функціонального складниа СУПП та їхні взаємозв'язки наведлені на рис. 1.

Суб'єкти управління (керуюча система) – це взаємозалежна сукупність внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, що забезпечують розроблення і прийняття управлінських рішень щодо окремих аспектів формування, розподілу та використання прибутку та несуть відповідальність за результати цих рішень. Персоніфікація відповідальності за прийняття рішень є вихідним моментом створення СУПП.

До групи функцій УПП як керуючої системи відносять розроблення цілеспрямованої комплексної стратегії керування прибутком, створення організаційних структур, що забезпечують прийняття і реалізацію управлінських рішень на різних рівнях; формування ефективних інформаційних

Таблиця 2

Принципи СУПП

Принцип	Трактування
Інтеграції	Передбачає узгодженість цілей системи УПП і стратегічних цілей розвитку підприємства.
Безперервності	Пояснюється необхідністю постійного функціонування системи УПП, оскільки діяльність підприємств має безперервний характер.
Системності	Метою розроблення управлінських рішень з питань УПП є досягнення найбільшого економічного ефекту при існуючих ресурсних обмеженнях.
Комплексності	Система УПП забезпечує високу результативність формування та використання прибутку підприємством загалом.
Динамічності управління	Швидке пристосування системи УПП до постійних змін зовнішнього й внутрішнього середовища.
Варіативності	Полягає в розробленні та аналізі альтернативних сценаріїв розвитку господарської діяльності підприємства та прийняття на їх основі управлінських рішень стосовно УПП.

Джерело: складено авторами на основі [14]

Рис. 2. Елементний склад об'єкта управління

Джерело: узагальнено авторами на основі [2; 17]

систем; здійснення аналізу, планування різних аспектів формування і використання прибутку, розроблення діючої системи стимулювання формування прибутку і її ефективного використання; здійснення ефективного контролю за реалізацією прийнятих управлінських рішень в області формування і використання прибутку [26].

У процесі управління прибутком підприємства важливе місце займають методи управління, які є способами і прийомами впливу керуючої системи. У роботі І.І. Бершадської [7] виокремлюються такі методи:

– економічні (планування, економічний аналіз, економічне стимулювання, цінова та податкова політика);

– організаційно-розпорядчі (розпорядчі, організаційно-стимулюючі, дисциплінарні);

– соціально-психологічні (морально-етичні, моральні цінності, взаємовідносини між людьми).

Принципи, що покладені в основу СУПП представлені в таблиці 2.

Вплив суб'єкта управління на об'єкт управління здійснюється шляхом обміну надійної і достатньої інформації для прийняття рішення в умовах постійної зміни умов внутрішнього та зовнішнього середовища. Одержання, передача, переробка та використання інформації є важливими процесами у інформаційному потоці між керуючою та керованою підсистемами.

Інформаційним забезпеченням ефективного функціонування СУПП є дані про зовнішнє середовище, про стан суб'єкта та об'єкта управління, тобто економічна, статистична, комерційна, фінансова та інша інформація.

Побудова СУПП вимагає формування систематизованого переліку об'єктів управління, які поділяються на три основні види, а саме управління формуванням, розподілом і використанням прибутку.

На рис. 2 наведено елементний склад об'єкта управління в межах організаційно-функціональної підсистеми.

Під час управління формуванням прибутку важливим аспектом є визначення необхідного рівня майбутнього прибутку, який забезпечить ефективний розвиток підприємства; прогнозування можливостей одержання прибутку в розрізі окремих видів його діяльності; визначення цільових критеріїв норми прибутку і забезпечення їх досягнення.

Під час управління розподілом і використанням прибутку забезпечується своєчасна сплата податків; формується система розподілу прибутку на капіталізуючу і споживану його частини; забезпечується формування фінансових ресурсів за рахунок прибутку для розвитку окремих видів діяльності, а усередині них – за окремими напрямами використання.

Політика управління розподілом та використанням прибутку передбачає формування дивідендної політики в акціонерних товариствах, що полягає в оптимізації пропорцій між капіталізованою частиною та частиною прибутку, яка

Рис. 3. Структурно-логічна схема процесу УПП

Джерело: складено авторами

направляється на споживання з метою максимізації ринкової вартості підприємства.

Процес УПП має відбуватися в певній послідовності і забезпечувати реалізацію головної мети та основних задач. З цією метою нами запропонована структурно-логічна схема здійснення процесу УПП (рис. 3).

Перший етап передбачає формування інформаційної бази, зокрема аналіз і моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства та фінансових результатів його діяльності у попередній період.

Наступним кроком є прогнозування величини прибутку від різних напрямів діяльності підприємства залежно від стратегічних пріоритетів його розвитку.

На третьому та четвертому етапах відбувається прийняття рішень та їх реалізація щодо УПП із застосуванням різних інструментів та методів впливу, що спрямовані на досягнення цілей. На основі сформованих інвестиційних потреб та отриманої аналітичної інформації здійснюються заходи, що спрямовані на досягнення заданого рівня прибутку.

На етапі контролю та моніторингу відбувається перевірка відповідності реалізованих заходів плановим та проводиться оцінка їх результативності відповідно до поставлених цілей.

За результатами попереднього етапу робиться висновок щодо необхідності корегування управлінських заходів впливу для досягнення цілей і завдань сформованих на попередніх етапах, а можливо і зміна самих цільових орієнтирів щодо обсягу планового прибутку.

Висновки з проведеного дослідження. Визначено, що прибуток є основною ціллю підприємницької діяльності та певним гарантом успішного її розвитку. Детальне дослідження вже наявних трактувань сутності прибутку дало можливість виокремити три підходи щодо його розуміння. Перший підхід розглядає прибуток у політекономічному аспекті, другий – як фінансовий результат від основної (операційної) діяльності підприємства, а третій – як позитивний результат від всієї сукупності здійснюваних операцій підприємства. Запропоноване власне визначання прибутку підприємства як об’єкта управління, змістовне наповнення якого закладає основу для формування на підприємстві ефективної системи його управління. Авторське визначення прибутку розглядає його не тільки в межах кількісного аспекту, що ґрунтується на зіставленні доходів та витрат, а й розкриває його економічний зміст.

Визначено, що СУПП – це сукупність узгоджених між собою принципів, завдань, елементів та методів, які регулюють процес розробки та реалізації управлінських рішень щодо ефективного формування, розподілу та використання прибутку підприємства з метою забезпечення прийнятного рівня рентабельності його фінансово-господарської діяльності.

Доведено, що СУПП варто розглядати з використанням системного підходу, що характеризує її в розрізі цільової та організаційно-функціональної підсистем. Системний підхід до управління прибутком передбачає вивчення способів організації підсистем в єдине ціле і вплив процесів функціонування системи в цілому на окремі її ланки.

Цільова підсистема визначає головну мету та завдання УПП. Метою управління прибутком підприємства є визначення шляхів найбільш ефективного його формування, розподілу та використання, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Досягнення мети забезпечить одночасно гармонізацію інтересів власників підприємств з інтересами держави і персоналу.

Організаційно-функціональна підсистема УПП включає суб’єкти та об’єкти управління, а також функції, які вони виконують. Надано характеристику кожному елементу даної підсистеми.

У процесі УПП важливе місце займають методи управління, які є способами і прийомами впливу керуючої системи. Розглянуті економічні, організаційно-розпорядчі та соціально-психологічні методи УПП.

Визначено, що СУПП базується на принципах інтеграції, безперервності, системності, комплексності, динамічності управління та варіативності.

Сформовано структурно-логічну схему здійснення процесу УПП, яка складається з реалізації таких етапів, як: формування інформативного забезпечення; визначення планового обсягу, складу та структури прибутку; розроблення та прийняття управлінських рішень; контроль та моніторинг; коригування управлінських рішень за результатами контролю УПП. Практична реалізація послідовних етапів дасть змогу забезпечити досягнення вибраної мети підприємства щодо рівня бажаного прибутку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Азрилиян А.Н. Большой экономический словарь : 5-е изд. доп. и перероб. Москва : Институт новой экономики, 2002. 1280 с.

2. Андріяш А.С., Могилова А.Ю. Особливості управління прибутком підприємства. *Молодий вчений*. 2014. № 6(1). С. 68–70.

3. Антошкіна Л.І., Вороновська О.В., Рунчева Н.В. Словник-довідник бухгалтера : навчальний посібник. Донецьк : Юго-Восток, 2005. 70 с.

4. Багрій П.І., Дорогунцова С.І. Економічний словник. Київ, 1973. 621 с.

5. Базилевич В.Д., Базилевич К.С. Ринкова економіка: основні поняття і категорії : навчальний посібник. Київ : Знання, 2006. 263 с.

6. Башнянин Г.І., Іфтемічук В.С. Генеза ринкової економіки : терміни, поняття, персоналії. Київ : «Магнолія плюс», 2004. 688 с.

7. Бершадська І.І., Тульчинська С.О. Методи управління прибутком підприємства. *Збірник наукових праць «Сучасні проблеми економіки і підприємництво»*. Випуск №20. 2017 року. С. 181–188.

8. Бланк И.А. Управление прибылью. Киев : Ника-Центр, 1998. 544 с.

9. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. Москва : Книжный мир, 2001. 895 с.

10. Борисов Е.Ф., Жамин В.А., Макарова М.Ф. Политэкономический словарь. Москва : Издательство политической литературы, 1972. 368 с.

11. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський словник. Житомир : ПП «Рута», 2001. 224 с.

12. Гордієнко Д.Д. Економічний тлумачний словник. Понятійна база законодавства України у сфері економіки. Київ : КНТ, 2006. 308 с.

13. Денисенко Л.О., Кучерявенко Ю.О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2014. № 1. С. 145–153.

14. Жигалкевич Ж.М., Фісенко Е.С. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. №4. С. 145–148.

15. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. Львів: Видавництво «Центр Європи», 1997. 576 с.

16. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : ЦНЛ, 2004. 531 с.

17. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : Знання, 2005. 485 с.

18. Королев М.А. Статистический словарь. Москва : Финансы и статистика, 1989. 623 с.

19. Лазовский Л.М., Райзберг Б.А., Ратновский А.А. Универсальный бизнессловарь. Москва : ИНФРА, 1999. 640 с.

20. Марценяк Н.О., Лащак В.В. Понятійно-термінологічний словник з контролю, аудиту та ревізії. Чернівці, 2005. 103 с.

21. Матюшенко І.Ю. Фінансовий менеджмент : навчальний посібникКиїв : ЦНП, 2003. 320 с.

22. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73. *База даних «Законодавство України».* URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13 (дата звернення: 20.01.2020).

23. Ногіна С.В. Шляхи вдосконалення формування і розподілу прибутку. *Економічний аналіз*. 2011. № 8. С. 283–286.

24. Поддєрьогін А.М., Білик М.Д., Буряк Л.Д. Фінанси підприємств : підручник. Київ : КНЕУ, 2006. 552 с.

25. Рибалка О.О. Підходи до управління прибутком банку. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 11. С. 161–165.

26. Худа В.В. Управління прибутком торговельних підприємств : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2007. 22 с.

27. Школьник І.О., Кремень В.М. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Суми, 2014. 427 с.

REFERENCES:

1. Azrylyian A. N. (2002), *Bolshoi Ekonomycheskyi Slovar* [Big economic dictionary], Ynstytut Novoi Ekonomyky. (in Russian)

2. Andriiash A. S. (2014), «Features of enterprise profit management», «*Molodyi vchenyi»,* № 6(1), pp. 68–70. (in Ukrainian)

3. AntoshkinaL. I. (2005), *Slovnyk-dovidnyk bukhhaltera* [Accountant's Dictionary Directory], «Yuho-Vostok», Donetsk. (in Ukrainian)

4. Bahrii P. I. (1973), *Ekonomichnyi slovnyk* [Economic Dictionary], *za redaktsiieiu P. I. Bahriia, S. I. Dorohuntsova.* (in Ukrainian)

5. Bazylevych V. D. (2006), *Rynkova ekonomika: osnovni poniattia i katehorii* [Market economy: basic concepts and categories], «Znannia». (in Ukrainian)

6. Bashnianyn H. I. (2004), *Heneza rynkovoi ekonomiky : terminy, poniattia, personalii* [Genesis of a market economy: terms, concepts, personalities], «Mahnoliia plius».(in Ukrainian)

7. Bershadska I. I. and Tulchinska S. O. (2017), *«Methods of the company's profit management»*, Suchasni problemy ekonomiky ta pidpryiemnytstvo, [Online], vol.20, available at sb-keip.kpi.ua/article/view/113947/118761

8. Blank I. A. (1998) *Upravlenie pribylyu* [Profit management], «Nika-Tsentr». (in Russian)

9. Borisov A. B. (2001), *Bolshoy ekonomicheskiy slovar* [Big economic dictionary], «Knizhnyy mir». (in Russian)

10. Borisov Ye. F. (1972), *Politekonomicheskiy slovar [Political Economics Dictionary],* Izdatelstvo politicheskoy literatury. (in Russian)

11. Butynets F. F. (2001), *Bukhhalterskyi slovnyk* [Accounting vocabulary], PP «Ruta», Zhytomyr. (in Ukrainian)

12. Hordiienko D. D. (2006), *Ekonomichnyi tlumachnyi slovnyk. Poniatiina baza zakonodavstva Ukrainy u sferi ekonomiky* [Economic Explanatory Dictionary. Conceptual basis of the legislation of Ukraine in the sphere of economy], KNT. (in Ukrainian)

13. Denysenko L. O. (2014), «Ways to improve the enterprise profit management process», *«Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu»*, №1, pp. 145–153. (in Ukrainian)

14. Zhyhalkevych Zh. M. (2016), «Profit management system as a condition for effective functioning of the enterprise», *«Ekonomika i suspilstvo»,* vol. 4, pp. 145-148. (in Ukrainian)

15. Zahorodnii A. H., Vozniuk H.L., Smovzhenko T.S. (1997), *Finansovyi slovnyk* [Financial dictionary], «Tsentr Yevropy», Lviv. (in Ukrainian)

16. Kireitsev H. H. (2004), «Financial management», *«Min-vo osvity i nauky Ukrainy», «TsNL»*, vol. 3. (in Ukrainian)

17. Kovalenko L. O. (2005), *Finansovyi menedzhment* [Financial management], «Znannia». (in Ukrainian)

18. Korolev M. A. (1989), *Statystycheskyi slovar* [Statistical Dictionary], vol. 2, *Finansy i statistika* [Finance and Statistics] (in Russian)

19. Lazovskiy L. M. (1999), *Universalnyy biznesslovar* [Universal Business Dictionary], «INFRA». (in Russian)

20. Martseniak N. O. (2005), *Poniatiino-terminolohichnyi slovnyk z kontroliu, audytu ta revizii* [Con-

ceptual glossary of control, audit and audit], Chernivtsi. (in Ukrainian)

21. Matiushenko I. (2003), *Finansovyi menedzhment* [Financial management], TsNP. (in Ukrainian)

22. Ministry of Finance of Ukraine (2013) *«Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti»* [General Requirements for Financial Reporting], National accounting standard, available at : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13 (accessed 20 January 2020). (in Ukrainian)

23. Nohina S. (2011), «Ways to improve the formation and distribution of profits», *«Ekonomichnyi analiz»*, № 8, pp. 283–286. (in Ukrainian)

24. Poddierohin A. M. (2006), *Finansy pidpryiemstv* [Business Finance], KNEU, Kyiv. (in Ukrainian)

25. Rybalka O. O. (2007), «Approaches to Bank Profit Management», *«Aktualni problemy ekonomiky»,* № 11, pp. 161–165. (in Ukrainian)

26. Khuda V. V. (2007), *Upravlinnia prybutkom torhovelnykh pidpryiemstv : avtoref. dys... kand. ekon. nauk* [Profit management of trading enterprises: abstract. PhD in Economics], Kyiv, 60p. (in Ukrainian)

27. Shkolnyk I. O. (2014), *Finansovyi menedzhment* [Financial management], Sumy. (in Ukrainian)

АНАЛІЗ ГРОШОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ
ANALYSIS OF THE MONEY MARKET OF UKRAINE

УДК 336.74
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-67

Рудь І.Ю.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів та обліку
Миколаївський національний
університет імені В. О. Сухомлинського
Лазаренко В.О.
студентка
Миколаївський національний
університет імені В. О. Сухомлинського
Новак К.С.
студентка
Миколаївський національний
університет імені В.О. Сухомлинського

Rud Inna
Lazarenko Vlada
Novak Katerina
Mykolaiv V.O. Sukhomlynskyi
National University

У статті здійснено аналіз грошового ринку та грошових агрегатів. Визначено сутність грошового ринку та його функції. Надано оцінку та аналіз грошової маси. Розглянуто грошові агрегати та їхні складники. Проаналізована динаміка грошових агрегатів, рівень монетизації економіки та темпи проросту грошових агрегатів в Україні. Також додатково проведений аналіз темпів приросту грошових агрегатів. Аналіз показав, що все більша частина грошової маси перебуває поза межами банків, тобто знаходиться на руках у населення в готівковій формі. Відбулося швидке зростання маси готівкових грошей, кількість строкових вкладень різко зменшилася. Поява надлишкової маси грошей приводить до зростання сукупного попиту та загальних цін на товари та послуги, що приводить до зменшення купівельної спроможності національної валюти. Для покращення ситуації на грошовому ринку доведена необхідність дотримування зазначених принципів.

Ключові слова: *грошовий ринок, функції грошового ринку, структура грошового ринку, грошові агрегати, грошова маса, рівень монетизації.*

В статье осуществлен анализ денежного рынка и денежных агрегатов. Определена сущность денежного рынка и его функции. Дана оценка и анализ денежной массы. Рассмотрены денежные агрегаты и их составляющие. Проанализирована динамика денежных агрегатов, уровень монетизации экономики и темпы прироста денежных агрегатов в Украине. Также дополнительно проведен анализ темпов прироста денежных агрегатов. Анализ показал, что все большая часть денежной массы находится вне банков, то есть находится на руках у населения в наличной форме. Состоялся быстрый рост массы наличных денег, количество срочных вложений резко уменьшилось. Появление избыточной массы денег приводит к росту совокупного спроса и общих цен на товары и услуги, что приводит к уменьшению покупательной способности национальной валюты. Для улучшения ситуации на денежном рынке доказана необходимость соблюдения указанных принципов.

Ключевые слова: *денежный рынок, функции денежного рынка, структура денежного рынка, денежные агрегаты, денежная масса, уровень монетизации.*

The article analyzes the analysis of the money market and monetary aggregates. The essence of the money market and its function are determined. The money market is an important segment of the financial market as it ensures the balance of short-term supply and demand. Money valuation and analysis help economists and political experts to shape policies or modify existing ones to increase or decrease the money supply. Money supply is assessed and analyzed. The monetary aggregates and their components are considered. Monetary aggregates are compiled by central banks based on surveys of monetary and financial institutions. A monetary aggregate is a specific grouping of liquid assets that may serve as alternative meters of money, as defined by the law according to the degree of liquidity. The dynamics of monetary aggregates, the level of monetization of the economy and the pace of germination of monetary aggregates in Ukraine are analyzed. Additionally, monetary aggregate growth rates were analyzed. The activity of the National Bank of Ukraine is aimed at meeting the needs of economic entities in terms of cash, therefore, the monetization coefficient is used to analyze the provision of the economy with the money needed to make payments and payments. The analysis showed that a large part of the money supply is outside the banks, it is in the hands of the population in cash. There was a rapid increase in the mass of cash, the number of term investments sharply decreased. The appearance of excess money leads to an increase in aggregate demand and overall prices for goods and services, which in turn leads to a decrease in the purchasing power of the national currency. The analysis showed that the country has an unstable economic climate, which is manifested in the volatility of the national currency and its low positions in the international market. In order to improve the money market situation, it is necessary to adhere to the following principles, namely that interest rates should be clearly distinguished to maintain price stability, central banks should help to support well-functioning financial markets as a whole, and monetary policy should always be resolutely oriented. and maintaining price stability.

Key words: *money market, money market functions, money market structure, monetary aggregates, money supply, level of monetization.*

Постановка проблеми. В Україні нині залишається багато проблем, які стосуються розвитку і становлення грошового ринку, таких як дослідження теоретичних аспектів та загальних характеристик грошово-кредитного ринку та політики в період кризи, визначення та систематизування можливих заходів монетарної політики. Постійні зміни грошово-кредитної політики спричиняють економічну нестабільність у державі, через що є актуальним дослідження грошового ринку в умовах нестійкої національної валюти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження грошового ринку та його складників здійнені у працях вітчизняних учених: О. Лаврушина, С. Мошенського, О. Божанова, Ю. Бабічева, А. Гальчинського. Серед зарубіжних учених можна назвати таких економістів, як Дж. Хікса, Л. Харріс, Дж. Робінсон, Р. Лукас, М. Фрідман.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз динаміки грошового ринку в Україні у розрізі зміни грошових агрегатів протягом 2008–2018 рр., рівня безпеки функціонування грошового ринку, рівня монетизації економіки та швидкості обертання грошей протягом 2008–2018 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. У загальному розумінні грошовий ринок – це сфера економічних відносин між суб'єктами ринку в процесі формування та реалізації попиту і пропозиції грошових активів [5, с. 150].

Зокрема, один із найбільш авторитетних науковців у сфері фінансів в Україні М.І. Савлук зазначає, що грошовий ринок можна розглядати як механізм балансування попиту та пропозиції, що забезпечує зрівноваженість і стабільність процента як ціни грошей [6].

Невід'ємною частиною функціонування грошової системи, її ключовим елементом є грошовий

ринок. Механізм функціонування грошового ринку є ланкою, що підтримує стійкість між усіма економічними агентами ринкової економічної системи. Відтворення в умовах ринкової економіки стимулює розвиток виробництва.

Грошовий ринок є важливим сегментом фінансового ринку, оскільки він забезпечує збалансованість короткострокового попиту на пропозицію коштів. Він також відіграє важливу роль у механізмі передачі грошово-кредитної політики, оскільки виступає середовищем, завдяки якому центральний банк може впливати на короткострокову ліквідність та процентні ставки у фінансовій системі.

У більш широкому масштабі, за нашим розумінням, грошовий ринок є одним із стовпів світової фінансової системи і передбачає перенесення значних грошових мас між банками та урядом. Фізична особа може інвестувати в грошовий ринок, купуючи кошти грошового ринку, короткострокові депозитні сертифікати, векселі або казначейські зобов’язання.

Сутність грошового ринку проявляється в таких функціях, як:

– мобілізація тимчасово вільних фінансових ресурсів;

– розподіл акумульованих вільних коштів між численними кінцевими споживачами;

– прискорення обороту капіталу, що сприяє активізації економічних процесів у державі;

– забезпечення умов для мінімізації фінансових ризиків [6, с. 70].

Структуру грошового ринку за видами фінансових інструментів можна розподілити на три сегменти:

– ринок позичкових зобов’язань;

– ринок цінних паперів;

– валютний ринок [6, с. 70].

Певна маса грошей забезпечує грошовий оборот, а її величина характеризує стан грошового обороту та кон’юнктуру ринку. Загальна кількість грошей, що циркулюють в економіці – це грошова маса. Оборотні гроші включають валюту, друковані банкноти, гроші на депозитних рахунках та у формі інших ліквідних активів.

Оцінка та аналіз грошової маси допомагають економістам та політичним експертам формувати політику або змінювати наявну для збільшення або зменшення пропозиції грошей. Оцінка важлива, оскільки в кінцевому рахунку вона впливає на діловий цикл і тим самим впливає на економіку.

Періодично центральний банк кожної країни публікує дані про грошову масу на основі встановлених ним грошових агрегатів. В Україні Національний банк стежить за грошовими агрегатами М0, М1, М2 та М3.

Дізнаємося детальніше про грошові агрегати, їхню роль у функціонуванні грошового ринку. Грошові агрегати складаються центральними банками на основі опитувань грошово-кредитних та фінансових установ. Вони вимірюють кількість грошей, що циркулюють в економіці, і зазвичай їх представляють як серії акцій національної валюти на кінець місяця.

Є багато грошових агрегатів. Статистично вони є позиціями в балансі банківської системи. Вони можуть бути взяті з будь-якого сторони (оскільки кредитні серії, які є банківськими активами, іноді позначаються грошовими агрегатами), але зазвичай беруться із зобов'язань. У балансі статті зобов'язань вони впорядковуються, починаючи з дуже вузьких визначень грошей (таких як банкноти та монети), та поступово розширюються через різні типи банківських рахунків (наприклад, депозити до запитання, строкові депозити), які включають складні продукти, такі як фінансові деривативи.

Більше того, окремі сучасні економісти та центральні банки до грошової маси відносять будь-які активи, яким властива певна ліквідність (облігації державних позик, векселі, страхові поліси тощо) [1].

Грошовий агрегат – це визначене законодавством відповідно до ступеня ліквідності специфічне угрупування ліквідних активів, які можуть слугувати альтернативними вимірниками грошової маси [5, с. 135].

Складниками грошового агрегату є фінансові активи у формі готівкових коштів у національній валюті, переказних депозитів, інших депозитів, коштів за цінними паперами, крім акцій, що емітовані депозитними корпораціями та належать на правах власності іншим фінансовим корпораціям, нефінансовим корпораціям, домашнім господарствам та некомерційним організаціям, що обслуговують домашні господарства. Залежно від зниження ступеня ліквідності фінансові активи групують у різні грошові агрегати – М0, М1, М2 та М3. Грошовий агрегат М0 включає готівкові кошти в обігу поза депозитними корпораціями. Грошовий агрегат М1 – грошовий агрегат М0 та переказні депозити в національній валюті. Грошовий агрегат М2 – грошовий агрегат М1 і переказні депозити в іноземній валюті та інші депозити. Грошовий агрегат М3 (грошова маса) – грошовий агрегат М2 та цінні папери, крім акцій [7].

Розглянемо динаміку грошових агрегатів та ВВП в Україні за період 2008–2018 рр.

З наведених даних ми бачимо, що з кожним наступним роком зростає агрегат М0. Це свідчить про те, що з часом все більша частина грошової маси перебуває поза межами банків, тобто знаходиться на руках у населення в готівковій формі. У кризовому 2014 році відбулося швидке зростання маси готівкових грошей, кількість строкових вкладень різко зменшилася.

Агрегат М1 також має тенденцію постійного росту, що означає збільшення грошової маси на поточних рахунках клієнтів у банках.

Це відображає поступовий перехід населення на безготівкові розрахунки. У 2017 році відбулося зростання швидкими темпами переказних депозитів, що свідчить про різкий перехід на безготівкові розрахунки.

Із року в рік зростає і кількість коштів на всіх строкових рахунках та на рахунках капітальних вкладень, а також на інших спеціальних рахунках. Винятком є лише 2009 рік, адже у цьому році агрегат М2 різко зменшився. У 2011 році простежується тенденція до активного заощадження. Це помітно зі швидкого темпу росту агрегатів М2 та М3.

Стрімкий ріст має і агрегат М3, який, окрім готівки поза банками, запасів коштів на поточних рахунках клієнтів банків, коштів на всіх видах строкових рахунків включає й кошти на вкладах за трастовими операціями.

Для кращого розуміння динаміки приросту грошових агрегатів визначено їхній темп приросту (за ланцюговим методом).

Діяльність Національного банку України спрямована на задоволення потреб суб'єктів економіки у грошових коштах, тому для аналізу забезпечення економіки грошима, потрібними для реалізації розрахунків і платежів, застосовується коефіцієнт монетизації. Також цей коефіцієнт показує забезпеченість процесів виробництва та споживання потрібною кількістю грошей. Характеризує рівень кредитної активності. Чим більше значення монетизації, тим більшим буде попит на реальні гроші. Рівень розвитку економіки визначає рівень монетизації. Цей коефіцієнт розраховується як відношення грошового агрегату М2 до показника ВВП.

Аналізуючи наведені дані, можна помітити, що у період 2008–2013 років спостерігається тенденція до нерівномірного характеру рівня монетизації економіки («зростання – зменшення – зростання»), а починаючи з 2013 року рівень монетизації економіки стрімко знижується. За шість років показник

Таблиця 1

Динаміка грошових агрегатів та ВВП в Україні

Рік	Агрегат М0, млн. грн.	Агрегат М1, млн. грн.	Агрегат М2, млн. грн.	Агрегат М3, млн. грн.	ВВП, млн. грн.
2008	154727	225128	512528	515727	948056
2009	157029	233748	484772	487298	913345
2010	182990	289894	596841	597872	1082569
2011	192700	311100	681800	685500	1316600
2012	203200	323200	771100	773200	1408889
2013	237800	383900	906300	909100	1454931
2014	282900	435500	955300	956700	1566728
2015	282673	572217	993812	994462	1979458
2016	314392	529928	1102391	1102700	2383182
2017	332546	601631	1208557	1208859	2982920
2018	363629	671285	1273772	1277635	3558706

Джерело: розроблено на основі [3; 4]

Таблиця 2

Рівень монетизації економіки та темпи проросту грошових агрегатів в Україні

Рік	Рівень монетизації економіки, %	Темп приросту грошових агрегатів, %			
		М0	М1	М2	М3
2008	54,06	–	–	–	–
2009	53,08	101,49	103,83	94,58	94,49
2010	55,13	116,53	124,02	123,12	122,69
2011	51,78	105,31	107,32	114,23	114,66
2012	54,73	105,45	103,89	113,10	112,79
2013	62,29	117,03	118,78	117,53	117,58
2014	60,97	118,97	113,44	105,41	105,24
2015	50,21	99,92	131,39	104,03	103,95
2016	46,26	111,22	92,61	110,93	110,88
2017	40,52	105,77	113,53	109,63	109,63
2018	35,79	109,35	111,58	105,40	105,69

зменшився майже у два рази. Це свідчить про постійне погіршення стану економіки в Україні. Причиною є економічна криза, яка виникла через революційні події у країні, такі як Євромайдан наприкінці 2013 року, а згодом і Революція гідності на початку 2014 року.

Також додатково була проведена аналітика темпів приросту грошових агрегатів із року в рік у відсотках.

Як бачимо, обіг готівки кожного року має тенденцію до зростання, крім 2015 року, де показник мав тенденцію до зменшення. Найбільший приріст грошового агрегату М0 можна спостерігати у 2014 році проти 2013 року – 118,97%. Через нестабільність економіки у державі, яка викликана зміною влади та воєнним конфліктом на Сході країни, населення більше використовує саме готівку поза банками, що свідчить про відсутність довіри до державних банків та фінансових установ загалом, щоб зберігати свої заощадження на рахунках. У 2015 показник становив 99,92%, тобто спостерігалося незначне скорочення тієї тенденції, що була у попередньому році. Протягом 2016–2018 років в країні стабільно зростає показник темпу приросту за агрегатом М0.

Грошовий агрегат М1 містить грошові кошти поза банками, в касах юридичних осіб та вклади резидентів та нерезидентів у національній валюті, що можуть бути використані у будь-який момент часу. Як бачимо за підрахунками, що були виконані за даними НБУ, найбільший приріст спостерігається у 2015 році, після чого – стрімке зменшення у 2016 році. Це свідчить про те, що держава не мала достатніх кредитних ресурсів.

Важливе значення має дослідження агрегату М2. Після економічної кризи у 2008 році спостерігається такий показник, як 94,58%, після чого – тенденція до зростання, і найбільш помітна вона у 2010 році порівняно з 2009 роком. Збільшення агрегату М2 характеризує довіру населення до банківських і небанківських установ, що дає змогу банкам утримувати своїх клієнтів та залучити нових на підставі вигідних умов.

Як бачимо за даними таблиці, грошова маса зменшилась у 2009 році, що пов'язано зі світовою економічною кризою. Протягом 2009–2018 років відбувалося стабільне зростання грошової маси в країні, що не можна пов'язувати з позитивної тенденцією. Адже поява надлишкової маси грошей приводить до зростання сукупного попиту та загальних цін на товари та послуги, що приводить до зменшення купівельної спроможності національної валюти.

Для покращення ситуації на грошовому ринку необхідно дотримуватися таких принципів:

– по-перше, грошово-кредитна політика завжди повинна рішуче орієнтуватися на досягнення та підтримку стабільності цін;

– по-друге, центральні банки повинні сприяти підтримці добре функціонуючих фінансових ринків загалом і добре працюючих грошових ринків зокрема, визнаючи при цьому обмеження їхньої здатності гарантувати, що будь-який ринок, який врешті-решт складається з приватного сектору, діє в особливій манері;

– по-третє, слід чітко розрізняти рішення щодо процентних ставок, ухвалених для підтримки стабільності цін (тобто визначення позиції грошово-кредитної політики), та рішень щодо ліквідності, прийнятих у процесі реалізації цієї позиції, що також може підтримувати функціонування грошового ринку.

Висновки з проведеного дослідження. У статті був проведений аналіз грошового ринку України у період 2008–2018 років, який показав, що в країні нестабільний економічний клімат. Насамперед це проявляється у нестійкості національної валюти та її низьких позиціях на міжнародному ринку. Проаналізувавши дані, взяті на сайті НБУ, ми дійшли висновку, що після Світової економічної кризи 2008 року країна починала набирати обертів щодо стабілізації економічної ситуації, але з початком революційних подій наприкінці 2013 року та воєнних подій середини 2014 року ці амбіції зазнали краху. Спираючись на досвід європейських країн, можна стверджувати, що навіть після закінчення збройного конфлікту на території держави економіка країни перебуватиме у хиткому стані мінімум 5 років. Тому й надалі є актуальним питання дослідження тенденції змін стану грошового ринку України та стабільності купівельної спроможності національної валюти.

БІБЛІОГРАФИЧНИЙ СПИСОК:

1. Пономаренко ВС., Колодізєв О.М. Гроші та кредит: компетентність і реалізація грошово-кредитної політики в Україні: [монографія]. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2014. 416 с.

2. Пшик Б.І., Неклюдова Т.М. Інфраструктура грошового ринку: теоретичні засади дослідження. Вісник університету банківської справи Національного банку України. 2014. № 2. С. 9–12.

3. Статистичні матеріали Національного Банку України. Монетарний огляд. URL: https://www.bank.gov.ua/ (дата звернення 10.12.2019)

4. Статистичні матеріали Мінфіну. URL: https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/ (дата звернення 10.12.2019)

5. Івасів Б.С. Гроші та кредит. Підручник. Київ. 2008. 528 с.

6. Стельмах В.С. Енциклопедія банківської справи України. Київ. 2001. 680 с.

7. Національний банк України. Грошові агрегати URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=123272& showTitle=true (дата звернення 11.12.2019)

REFERENCES:

1. Ponomarenko V.S., Kolodizev O.M. (2014) Groshi ta kredy't: kompetentnist' i realizaciya groshovokredy'tnoyi polity'ky' v Ukrayini [Money and credit: competence and implementation of monetary policy in Ukraine]: [monograph]. – X .: VD "INZHEK". (in Ukrainian)

2. Pshik B.I., Neklyudova T.M. (2014) Infrastruktura groshovogo ry'nku: teorety'chni zasady' doslidzhennya [Money market infrastructure: theoretical background]. Bulletin of the National Bank of Ukraine's Banking University. № 2. Pp. 9–12.

3. Statistical materials of the National Bank of Ukraine. Monetary review. URL: https://www.bank.gov.ua/ (accessed 10 December 2019).

4. Statistics of the Ministry of Finance. URL: https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/ (accessed 10 December 2019).

5. Ivasiv B.S. (2008) Groshi ta kredy't [Money and credit]. Textbook. Kiev. (in Ukrainian)

6. Stelmakh V.S. (2001) Encyclopedia of Banking of Ukraine. Kiev. (in Ukrainian)

7. National Bank of Ukraine. Monetary aggregates URL: https://bank.gov.ua/control/en/publish/printable_article? Art_id = 123272 & showTitle = true (accessed 11 December 2019).

КЛЮЧОВІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В БАНКАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

KEY FACTORS OF IMPACT ON BUSINESS PLANNING IN BANKS OF UKRAINE UNDER UNCERTAINTY

УДК 336.7:338.47

https://doi.org/10.32843/infrastruct40-68

Сергєєва О.С.
к.е.н., доцент кафедри банківської справи
Одеський національний економічний університет
Бєгматов Р.Б.
студент
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»

Sergeeva Elena
Odessa National University of Economics
Biehmatov Rustam
PJSC «HEE «Interregional Academy of Personnel Management»

У статті проведено аналіз ключових чинників впливу на бізнес-планування в банках України в умовах нестабільності. Проаналізована економічна ситуація, в якій працюють банки України. Визначені ключові чинники зовнішнього середовища, в якому банки не мають впливу і вимушені пристосовуватися, та чинники, до яких банки зможуть адаптуватися. Визначено роль бізнес-планування діяльності банків, яка дає змогу досягти більш значних економічних результатів, активно розвивати бізнес, бути більш привабливим для інвесторів, партнерів, клієнтів, ніж без систематичного планування. Авторами зазначено, що запровадження бізнес-планування діяльності банків дасть можливість проаналізувати операційне середовище функціонування та виявити сильні і слабкі сторони банків. Зроблені висновки, що виявлення цільових чинників має здійснюватися на основі аналізу та прогнозів макроекономічних показників, показників розвитку банківської системи та показників розвитку банків-конкурентів, урахування найкращих практик стійкого та ефективного ведення банківського бізнесу, цільових пріоритетів акціонерів.

Ключові слова: *чинники, бізнес-планування, банк, економічна нестабільність, прибуток.*

В статье проведен анализ ключевых факторов влияния на бизнес-планирование в банках Украины в условиях нестабильности. Проанализирована действующая ситуация, в которой функционируют банки Украины. Выделены ключевые факторы внешней среды, в которой банки не имеют возможности влиять на ситуацию и вынуждены приспосабливаться, а также факторы, к которым банки могут адаптироваться. Авторами определена роль планирования деятельности банков, которая позволяет достичь более значительных экономических результатов, активно развивать бизнес, быть более привлекательными для инвесторов, партнеров, клиентов, чем без систематического планирования. Обосновано, что внедрение бизнес-планирования деятельности банков даст возможность проанализировать операционную среду функционирования и выявить сильные и слабые стороны банков. Сделаны выводы, что определение целевых факторов должно совершаться на основе анализа и прогнозов макроэкономических показателей, показателей развития банковской системы и показателей развития банков-конкурентов, учитывая наилучшие практики устойчивого и эффективного ведения банковского бизнеса, целевых приоритетов акционеров.

Ключевые слова: *факторы, бизнес-планирование, банк, экономическая нестабильность, прибыль.*

The article deals with the key factors of impact on business planning in banks in Ukraine under uncertainty. The current economic situation in which banking institutions operate is analyzed. The authors define the key factors of the external environment on which banks have influence and the factors on which they have no influence and are forced to adapt. The experience of planning in the world banking practice proves that at present it is absolutely important and necessary to carry out this management function for the successful functioning of the bank. Numerous studies prove a strong correlation between the planning and the financial performance results of banks. Moreover, the researches indicate the importance of planning not only at the level of a bank management but also at the level of its branches and other structural units. In order to improve business planning in banks under uncertainty the following procedures should be included: eliminating the negative effect of uncertainty, concentrating of the top managers on the main task of banks' activities, and constant monitoring of the activities of the structural units of banks. Without planning it is difficult to get coordinated actions within a banking institution and to maintain one area of activity in priority without undermining others. The paper determines the role of planning of bank activities which allows to achieve more significant economic results, to develop business, and to be more attractive to investors, partners and clients. In this context, the introduction of business planning for banks will enable them to analyze the operating environment and identify the strengths and weaknesses of banks in order to achieve the determined goals; analyze the actual quantitative and qualitative parameters of banks' cash flows (for the past and current periods); make management decisions to achieve the set goal in the form of specific plans based on the analysis data. Management effectiveness in a bank depends on the quality of the business planning process, since this component ensures a clear coordination of all actions, unity of internal goals, allows to choose the most rational ways of development, reduces the risk of making wrong decisions, and creates preconditions for effective control.

Key words: *factors, business planning, bank, economic uncertainty, profit, business competition.*

Постановка проблеми. В умовах політичної та економічної невизначеності сучасного стану економіки актуальним питанням є стабільний, динамічний розвиток і надійність банків, який насамперед залежить від ефективного процесу планування діяльності. Адже в процесі бізнес-планування визначається мета діяльності, стратегія, умови та засоби її досягнення, а сам бізнес-план є ключовою функцією управління в процесі прийняття рішень банками. У сучасних умовах українські банкіри стикаються з недостатністю вітчизняного досвіду планово-прогнозної діяльності та недосконалістю методичних підходів до її практичної реалізації. У зв'язку з цим проблема визначення ключових чинників впливу на формування ефективної системи бізнес-планування стає актуальною і значущою як для керівництва окремих підрозділів кредитної організації та банківського менеджменту загалом, так і для клієнтів. Отже, правильно побудований механізм розроблення планових завдань, моніторингу їх виконання і своєчасного коригування дає змогу оцінити поточний стан справ у банку, переглянути і виявити необхідні точки зростання в перспективі, сформувати позитивний імідж та підвищити надійність банківського бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній економічній літературі питанню управління бізнес-плануванням банківської діяльності присвячено обмежене число публікацій, серед яких варто виділити роботи Н.В. Данік, Ж.М. Довгань, В.Ю. Дудченка, Л.В. Кузнєцової, Т.В. Корнієнка, В.В. Коваленко, Л.О. Примостка, Ю.Л. Овдій. Узагальнення праць вітчизняних та зарубіжних науковців щодо визначення сутності бізнес-планування включають загальноекономічний та управлінський аспекти (функція менеджменту, що полягає у здатності прогнозувати діяльність банків та використовувати цей прогноз у цілях її подальшого розвитку). Однак у зв'язку з економічною та політичною невизначеністю, що відбувається в економіці України та безпосередньо в галузі бізнес-планування, дослідження ключових чинників, які впливають на бізнес- планування банків, набуває ще більшої актуальності.

Зважаючи на зазначене, з погляду управління бізнес-планування в банках – це сукупність організаційно-структурної та функціональної підсистем, пов'язаних на основі процесного підходу таким чином, що забезпечується прогнозування, розроблення та затвердження кількісних та якісних параметрів діяльності банків, формалізованих у системі планів, реалізація яких сприятиме підтримці ліквідності та ефективності діяльності банків на цільовому рівні за урахування ключових чинників.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення ключових чинників впливу на бізнес-планування у сучасних банках в умовах невизначеності та можливостей подальшого розвитку банківського сектору України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна ситуація в Україні і світі від впливу різноманітних чинників постійно змінюється. Досить динамічно розвивається і ситуація на ринку банківських послуг. Характерною особливістю планування у банківських установах, що зумовлено специфікою їхньої діяльності, є відсутність збитковості [1].

У сучасних умовах дуже гостро відбувається перерозподіл часток банківського ринку між його учасниками, змінюється їх склад і кількість; значно зростає рівень вимог з боку клієнтів; на ринок виходять нові банківські послуги та способи їх надання; держава періодично вдосконалює політику у сфері регулювання ринкових відносин. Банківська установа, яка збирається продовжувати свою діяльність та бути конкурентоспроможною на банківському ринку, повинна адекватно і швидко реагувати на сучасні зміни. Отже, якщо крім виживання перед банками стоять завдання розвитку і досягнення лідируючих позицій на ринку, то, крім оперативного реагування на економічну ситуацію, необхідно здійснювати постійний прогноз змін і планування відповідних заходів для досягнення поставлених цілей.

Саме тому особливої актуальності набуває вивчення процесів бізнес-планування діяльності банків під впливом ключових чинників. Виходячи з цього, якісне бізнес-планування діяльності банків дає змогу досягти більш значних економічних результатів, активно розвивати бізнес, бути більш привабливим для інвесторів, партнерів, клієнтів, ніж без систематичного планування.

Як відомо, у міжнародну банківську практику планування прийшло в 60-ті роки минулого сторіччя. Основним чинником, що змусив банки звернутися до процесу планування, було загострення економічної конкуренції. Таким чином, на нашу думку, розроблення планів, особливо стратегічних, розглядалося як один із дієвих інструментів у боротьбі з конкурентами за вихід на нові ринки, залучення клієнтури, пошук партнерів.

У цьому контексті запровадження бізнес-планування діяльності банків дасть можливість: проаналізувати операційне середовище функціонування та виявити сильні та слабкі сторони банків для визначення досягнення цілей; проаналізувати фактичні кількісні та якісні параметри грошових потоків банків (минулого та поточного періодів); прийняти управлінські рішення щодо досягнення поставленої мети у вигляді конкретних планів на основі даних аналізу.

Отже, досвід планування у світовій та вітчизняній банківській практиці довів, що нині, безумовно, важливо і необхідно здійснювати вказану функцію менеджменту для успішного функціонування банківських установ. Численні дослідження свідчать про наявність сильного взаємозв'язку між бізнес-плануванням та фінансовими результатами діяльності банків. Крім того, дослідження показали важливість планування не лише на рівні керівництва банком, а й на рівні відділень та інших структурних підрозділів.

Слід підкреслити, що без використання бізнес-планування важко отримати скоординовані дії всередині банківської установи, а також важко підтримувати у пріоритеті одні напрями діяльності, не завдаючи шкоди іншим.

Таким чином, зазначимо, що бізнес-планування – це процес прийняття рішень, орієнтований у майбутнє. Предметом планування є рішення щодо майбутніх подій, які приймаються в теперішньому часі, тобто формування майбутнього банку. Це систематична постановка цілей і визначення складу, структури і черговості заходів, спрямованих на їх досягнення [3].

Ефективність управління у банку залежить від якості здійснення процесу бізнес- планування, оскільки саме цей складник дає змогу забезпечити чітку координацію всіх дій, єдність внутрішніх цілей; дає змогу вибирати найраціональніші напрями розвитку; зменшує ризик прийняття помилкових рішень; створює передумови для дієвого контролю, управління структурою банківських ресурсів;

сприяє підвищенню готовності до динамічних змін ринкової ситуації та формуванню цілей і напрямів діяльності банку.

Провівши дослідження та визначивши, що бізнес-планування як важлива функція управління є об'єктивно необхідним процесом визначення цілей діяльності на певний період, а також умов їх досягнення, буде доцільним дослідити, які ключові чинники треба враховувати для розроблення ефективного бізнес-плану банків.

Розуміючи принципи роботи банків, доцільно буде поділити чинники, що впливають на бізнес-планування в банку, на дві категорії: внутрішні і зовнішні. До внутрішніх ми можемо віднести всі ті, що залежать безпосередньо від самого банку. До них належать: стратегічна мета і місія банку; система менеджменту у банку; наявність та активне використання ІТ-технологій та іншого сучасного обладнання; кваліфікованість працівників. Тобто банк має змогу самостійно удосконалювати їх, впливати на них, а в разі виявлення труднощів чи загострення проблем – усувати їх.

З огляду на те, що нині Національний Банк України зобов'язав українські банки перейти на міжнародні стандарти звітності, банківська система вийшла на якісно новий рівень функціонування. Тому, як ми зазначали раніше, визначаючи чинники, що мають безпосередній вплив на бізнес-планування в банках України, треба відзначити не тільки внутрішні, а й зовнішні. Оскільки зовнішнє середовище, в якому працюють банки, в Україні не є однорідним, ми будемо його розглядати з позиції, чи є у банку можливість вплинути на зовнішні чинники, чи ні (рис. 1).

Отже, виходячи з вищезазначеного, можемо виділити ключові чинники впливу на бізнес-планування в банках, а саме:

– по-перше, варто відзначити прояви загальносвітових тенденцій, що змушують банки розробляти дієву систему бізнес-планування. Важливим процесом у сучасному світовому економічному просторі є прогресуюча глобалізація [4]. Вона проявляється у всеохоплюючому характері світових фінансових потоків, які переміщуються із країни в країну з надзвичайно високою швидкістю грошового обігу на ринку, при цьому стираючи кордони. Саме це збільшує ризики міжнародних фінансових операцій, що створює необхідність банкам усього світу планувати свою фінансову діяльність [3];

– по-друге, можливість виходу банків України на міжнародні грошові і фінансові ринки. Саме це стимулює банки, адже без виходу на світовий ринок вони не можуть вважатися повноцінними конкурентами іншим банкам, які мають змогу гідно функціонувати і захищати інтереси власних клієнтів не тільки в межах країни, а і за її кордонами.

Слід зазначити, що банки матимуть змогу вирішити цю проблему лише тоді, коли регулятор скасує обмеження доступу іноземного капіталу в національну економіку. Позитивним є те, що НБУ було розроблено проект Стратегії реформування банківського сектору до 2020 р., сутність якого полягала в забезпеченні фінансової стійкості банківського сектору та макроекономічної стабільності, активізації банківської системи для стимулювання економічного зростання, подальшого використання стандартів Європейського та міжнародного досвіду в діяльності українського банківського сектору, а також удосконалення банківського нагляду. Також у цьому проекті зазначено, що в подальшому нарощення частки іноземного капіталу в банківській системі буде становити близько 50%.

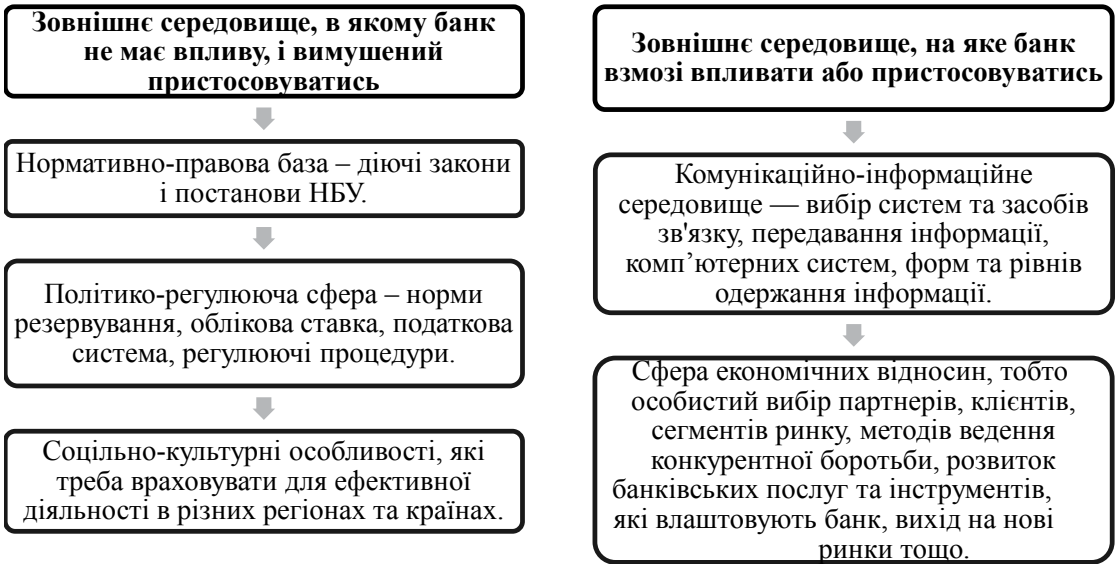


Рис. 1. Вплив зовнішнього середовища на банківську установу

Джерело: авторська розробка

Аналізуючи динаміку кількості банків в Україні за останні роки, можемо відзначити тенденцію до її зниження. Це стосується банків, які мають банківську ліцензію, зокрема банків за участю іноземного капіталу та зі 100% іноземним капіталом. Станом на 2016 р. було зареєстровано 99 банків, а на кінець 2019 р. залишилося лише 75 банків, які мають банківську ліцензію. Кількість банків, що функціонують за участі іноземного капіталу, скоротилася з 41 до 35 банків, проте кількість банківських установ зі 100% іноземним капіталом збільшилася з 18 до 23 одиниць за аналізований період.

Необхідність удосконалення бізнес-планування банків зумовлена збільшенням вартості ресурсів відносно ціни їх розміщення, зниженням дохідності активних операцій банків та зменшенням прибутковості діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. За результатами проведеного дослідження нами було виявлено, що в умовах невизначеності, в яких працюють банки на фінансовому ринку, бізнес-планування діяльності в банку потребує постійного оновлення та коригування. Визначення цільових чинників має здійснюватися на основі аналізу та прогнозів макроекономічних показників, показників розвитку банківської системи та показників розвитку банків-конкурентів, урахування найкращих практик стійкого та ефективного ведення банківського бізнесу, цільових пріоритетів акціонерів. Ця діяльність має на меті таке їх формування, що забезпечить мінімізацію ризиків, пов’язаних з їхньою незбалансованістю, та плановий рівень ефективності діяльності банків.

Слід зауважити, що головна увага під час бізнес-планування діяльності банків має приділятися плануванню саме первинних грошових потоків, пов’язаних з операціями з формування та розміщення ресурсів, оскільки саме вони визначають профіль ризику ліквідності та потенціал банків в отриманні прибутку і забезпеченні необхідного рівня ефективності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Киця Д.К. Механізм управління грошовими потоками банку. Управління розвитком. 2014. № 2. С. 137–141. URL: http://nbuv.gov.ua/j–pdf/Uproz_2014_2_56.pdf (дата звернення: 22.02.2020).

2. Черкашина К.Ф. Реформування банківської системи України як шлях інтеграції до Європейського Союзу: Вісник Української академії банківської справи. 2004. № 1. С. 13–17.

3. Черкашина К.Ф. Підвищення рівня капіталізації банків як передумова інтеграції до європейського фінансового ринку: Актуальні проблеми економіки (укр.). 2005. № 3. С. 49–56.

4. Кузнєцова Л.В., Маслов Ю.К. Організація планування фінансової діяльності банку: монографія. Одеса: Пальміра, 2006. 247 с.

REFERENCES:

1. Kytsya D. K. (2014). Mekhanizm upravlinnya hroshovymy potokamy banku [Bank cash flow management mechanism]. Upravlinnya rozvytkom (electronic journal), no. 2, pp. 137–141. Available at: http://nbuv.gov.ua/j–pdf/Uproz_2014_2_56.pdf (accessed 22 February 2020)

2. Cherkashyna K.F. (2004) Reformuvannya bankivs'koyi systemy Ukrayiny yak shlyakh intehratsiyi do Yevropeys'koho Soyuzu. [Reforming the Ukrainian banking system as a way integration into the European Union]. Visnyk Ukrayins'koyi akademiyi bankivs'koyi spravy, no 1, pp. 13–17.

3. Cherkashyna K.F. (2006) Pidvyshchennya rivnya kapitalizatsiyi bankiv yak peredumova intehratsiyi do yevropeys'koho finansovoho rynku: Aktual'ni problemy ekonomiky, no. 3, pp. 49–56. (in Ukr.).

4. Kuznyetsova L.V., Maslov Y.K. (2006) Orhanizatsiya planuvannya finansovoyi diyal'nosti banku [Organization of planning of financial activity of the bank]. Monohrafiya. Odesa. Pal'mira, pp. 247.

НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІСКАЛЬНОЇ СИСТЕМИ

THE SCIENTIFIC AND METHODICAL APPROACH TO THE ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF THE FISCAL SYSTEM FUNCTIONING

УДК 336.1
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-69

Слатвінська М.О.
д.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
Одеський національний економічний університет

Slatvinska Maryna
Odessa National Economic University

У статті розроблено науково-методичний підхід до оцінки ефективності функціонування фіскальної системи та висвітлено методи аналізу, які застосовуються науковцями для оцінки впливу фіскальної політики на економічний розвиток. Обґрунтовано необхідність зосередження уваги саме на оцінці ефективності функціонування фіскальної системи. Розроблено комплексний науково-методичний підхід до формування системи індикаторів оцінки ефективності функціонування фіскальної системи, що базується на групуванні індикаторів, які відібрано із застосування методу головних компонент. Доведено, що такий науково-методичний підхід надає можливість виявляти позитивні й негативні тенденції у функціонуванні фіскальної системи як за окремим блоком, так і за основними управлінськими функціями (планування, регулювання, контроль). Запропоновано критеріальні ознаки, за якими здійснюється оцінка рівня ефективності функціонування фіскальної системи.

Ключові слова: *фіскальна система, фіскальна політика, ефективність, система індикаторів, метод головних компонент, інтегральний показник, критеріальні оцінки.*

В статье разработан научно-методический подход к оценке эффективности функционирования фискальной системы и освещены методы анализа, применяемые учеными для оценки влияния фискальной политики на экономическое развитие. Обоснована необходимость сосредоточения внимания именно на оценке эффективности функционирования фискальной системы. Разработан комплексный научно-методический подход к формированию системы индикаторов оценки эффективности функционирования фискальной системы, который базируется на группировке индикаторов, отобранных с применением метода главных компонент. Доведено, что такой научно-методический подход дает возможность выявлять положительные и отрицательные тенденции в функционировании фискальной системы как по отдельным блокам, так и по основным управленческими функциями (планирование, регулирование, контроль). Предложены критериальные признаки, по которым осуществляется оценка уровня эффективности функционирования фискальной системы.

Ключевые слова: *фискальная система, фискальная политика, эффективность, система индикаторов, метод главных компонент, интегральный показатель, критериальные оценки.*

The article focuses on the fact that Ukraine has not yet established a single comprehensive system for assessing the effectiveness of the fiscal system and does not cover the relationship between fiscal policy measures, the effectiveness of the fiscal system and socio-economic development of the country. It is noted that this complicates the setting of fiscal policy goals as a tool for regulating the economy, disorganizing the activities of fiscal institutions and economic entities and causing chaos in the current socio-economic processes. The article elaborates a scientific and methodological approach to assessing the effectiveness of the fiscal system and outlines the methods of analysis that scientists use to assess the impact of fiscal policy on economic development. The necessity to focus precisely on assessing the efficiency of the fiscal system is substantiated. A complex scientific and methodological approach to the formation of a system of indicators for assessing the efficiency of the functioning of the fiscal system based on the grouping of indicators selected from the use of the principal components method is developed. It is proved that such a scientific and methodological approach provides an opportunity to formalize the relationships between the investigated blocks of the fiscal system and their groups, and as a result to develop an integral indicator of the evaluation of the effectiveness of its functioning, to identify positive and negative tendencies in the functioning of the fiscal system, both by individual block and by individual block basic management functions (planning, regulation, control) and formulate rational management decisions. The criteria for assessing the level of efficiency of the functioning of the fiscal system are proposed. It is proved that the proposed integrated approach allows to calculate a synthetic indicator of the efficiency of the fiscal system functioning and to identify those blocks between the tax, budget, debt and social groups and their corresponding groups in which it is necessary to make adjustments in order to improve the functioning of the entire fiscal system.

Key words: *fiscal system, fiscal policy, efficiency, system of indicators, principal component method, integral indicator, criterion estimates.*

Постановка проблеми. Трансформаційні зрушення у фінансово-економічній сфері та виклики цифровізації вимагають пошуку нових можливостей для стимулювання соціально-економічного розвитку України. Останнім часом під впливом перманентних деструктивних чинників та фінансово-економічних потрясінь поглиблюється соціальне розшарування суспільства, загострюються протиріччя у фіскальній сфері, які посилюються надмірною фінансіалізацією економіки, офшоризацією українського капіталу й зростанням зовнішньої трудової міграції. Це актуалізує необхідність наукового осмислення соціально-економічної природи таких процесів та розроблення науково-методичних підходів до оцінки ефективності функціонування фіскальної системи. В Україні до сьогодні не сформовано єдиної комплексної системи такої оцінки та не висвітлено взаємозв'язків між заходами фіскальної політики, ефективністю функціонування фіскальної системи та соціально-економічним розвитком країни. Зазначене ускладнює постановку цілей фіскальної політики, як інструменту регулювання економіки, дезорганізує діяльність фіскальних інститутів та суб'єктів господарювання і вносить хаос в поточні соціально-економічні процеси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над розробленням теоретико-практичних основ та проблематикою оцінювання ефективності формування і реалізації фіскальної політики й окремих аспектів функціонування фіскальної системи працювали низка зарубіжних та українських учених,

таких як: О. Бланшарт, Р. Перотті, А.М. Вдовиченко, І.Г. Лук'яненко, Е.В. Ломакіна, О.І. Фарина та інші.

Більшість науковців акцентували увагу на окремих розрізнених оцінках функціонування податкової системи, ефективності витрачання бюджетних коштів, управлінні боргом. Проте акценти на окремих складових частинах без дослідження їхніх взаємозв'язків і взаємовпливу не дозволяють виявити глобальні протиріччя, що лежать в основі наявних асиметрій перерозподілу фінансових ресурсів та макроекономічних процесів. Відсутність єдиного підходу до оцінювання ефективності функціонування фіскальної системи ускладнює ідентифікацію поставлених цілей та отриманих результатів фіскальної політики.

Постановка завдання. Розроблення науково-методичного підходу до оцінки ефективності функціонування фіскальної системи, що базується на засадах застосування відповідної системи індикаторів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Здійснюючи оцінку ефективності функціонування фіскальної системи та зважаючи на змістовне наповнення дефініції «ефективність», на розмаїття цільових орієнтирів та окреслених заходів (ефективність економічна, соціальна тощо), пропонується «ефективність функціонування фіскальної системи» розуміти як комплексне поняття. А саме як поняття, що розкриває ефективність планування (ступінь досягнення системою заданих результатів, виконання плану за визначеними цілями); ефективність регулювання (формування, розподіл (перерозподіл) централізованих фондів фінансових ресурсів) та організаційну ефективність; ефективність контролю за формуванням і витрачанням бюджетних коштів (на утримання органів контролю за ефективністю адміністрування та витрачання бюджетних коштів); ефективність інформаційного та техніко-технологічного забезпечення; законність, транспарентність та своєчасність прийняття управлінський рішень. Проте через відсутність статистичних даних не всі з них можна оцінити кількісно, а метод експертних оцінок не завжди є коректним та відображає реальний стан речей. На відміну від існуючих розробок, в яких більшість науковців зупиняються на оцінці пливу фіскальної політики на економічний розвиток, пропонується зосередити увагу ще й на оцінці ефективності функціонування фіскальної системи. З огляду на зазначене, комплексну оцінку дієвості фіскальної політики і ефективності функціонування фіскальної системи вбачається за доцільне проводити, базуючись на оцінці ефективності планування, регулювання і контролю та оцінці впливу фіскальної політики на макроекономічні процеси.

Слід зазначити, що науковці застосовують різноманітні методи аналізу для оцінки впливу фіскальної політики на економічний розвиток. Наприклад, І.Г. Лук'яненко та О.І. Фарина обґрунтовують доцільність імітаційного моделювання методами системної динаміки [1], О. Бланшарт та Р. Перотті [2, с. 1333; 3] застосовують SVAR-модель у процесі дослідження фіскальної політики та оцінки лінійних фіскальних мультиплікаторів, SVAR-модель застосовує також А.М. Вдовиченко [4], Е.В. Ломакіна [5, с. 74–76] пропонує оцінювати регулюючу ефективність фіскальної політики через зведений показник оцінки рівня досягнутих результатів (у якості індикаторів показники податкового потенціалу і рівня видатків бюджету). Водночас застосовуються метод порівнянь або ж метод кореляційно-регресійного аналізу. Останній метод має свої переваги, адже встановивши взаємозв'язок результатів діяльності певних об'єктів і факторів, які їх визначають можна досягти більшої об'єктивності під час формування висновків і обґрунтування пропозицій. Більше того, це надає можливість розробити ряд моделей по кожному з блоків за каналами трансмісії фіскальної політики та виявити вплив останньої (через її інструментарій) на результативну ознаку і зробити обґрунтовані висновки. Водночас, здійснюючи оцінку ефективності фіскальної політики, необхідно базуватись не лише на оцінці впливу фіскальної політики на макропроцеси, а й здійснювати оцінку стану фіскальної системи, через яку здійснюється реалізація фіскальної політики, та рівня ефективності її функціонування. Втім, для такої оцінки фіскальної системи, кількісні рівні функціонування якої є прихованими (невідомими) ознаками, що випливає з їхнього латентного характеру, застосування кореляційно-регресійного аналізу є недостатнім і не дозволяє повною мірою охопити всі чинники впливу (адже між ними часто є мультиколінеарність). Тоді як для досягнення заданих цілей доцільно застосовувати метод інтегральної оцінки стану фіскальної системи та ефективності її функціонування, що є більш доречним. Він надає можливість виявляти проблемні періоди функціонування фіскальної системи за окремими групами показників і робити об'єктивні й обґрунтовані висновки.

У законодавчо-нормативних документах України інтегральний показник трактується як «показник, який обчислюється в результаті аналізу визначеної комбінації фінансових коефіцієнтів і комплексно характеризує фінансовий стан бенефіціара» [6].

Метод інтегральної оцінки розширює і доповнює можливості традиційного аналізу та дає змогу порівнювати індикатори, що різняться за ознаками та розмірністю. Він передбачає побудову комплексного синтетичного агрегованого інтегрального показника, а саме деякого умовно числового вимірювача латентної якості досліджуваного явища,

що надає змогу об'єднати низку різних за назвами, одиницями виміру, значущістю та іншими характеристиками чинників і здійснити компактний опис досліджуваного явища із збереженням основних властивостей структури досліджуваного об'єкту. У підсумку це дозволяє виявляти проблемні аспекти та ухвалювати раціональні управлінські рішення й підвищувати результативність і ефективність функціонування фіскальної системи. На рис. 1. висвітлено теоретичне представлення структури інтегрального показника ефективності функціонування фіскальної системи за пропонованою методологією.

Для якісного управління централізованими фондами фінансових ресурсів необхідно мати інформацію про такий узагальнюючий показник, як стан фіскальної системи та її результативність і ефективність функціонування. Рівень ефективності функціонування фіскальної системи є своєрідним критерієм дієвості і ефективності фіскальної політики. Тоді як її оцінка за інтегральним показником дозволяє охопити низку індикаторів, що є особливо важливим в умовах модернізаційних перетворень. Крім того, цей процес є багатоітераційним, що передбачає формування інтегрального показника за кожною групою (ефективність

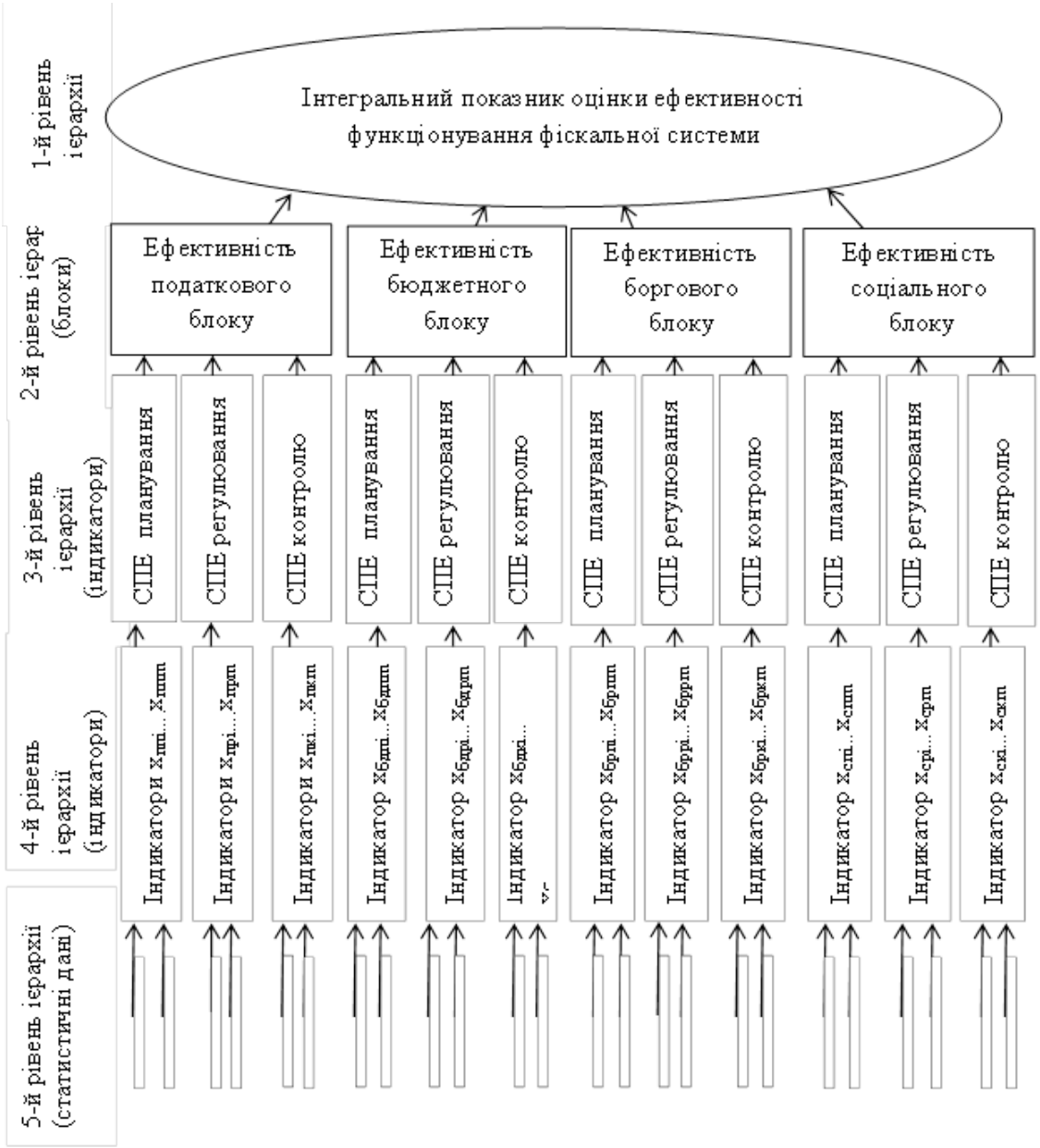


Рис. 1. Складники інтегрального показника оцінки ефективності функціонування фіскальної системи

* СПЕ – синтетичний показник ефективності

Джерело: розробка автора

планування, регулювання, контролю) та за кожним блоком фіскальної системи (неефективність функціонування яких створює додаткові ризики реалізації фіскальної політики) з подальшим формуванням комплексного інтегрального показника.

Для оцінки ефективності фіскальної системи із застосуванням методу інтегрального оцінювання необхідний масив показників (індикаторів), під час формування якого мають виконуватися декілька умов, а саме: має бути врахована якомога більша кількість індикаторів, що впливають на стан фіскальної системи і вони повинні бути репрезентативними; вибір кожного індикатора має бути об'єктивним, а отже науково обґрунтованим, що передбачає неупереджене і незалежне дослідження об'єктивних закономірностей функціонування фіскальної системи; інформація, що береться за базу розрахунку індикаторів має бути доступною, достовірною (адекватно відображати стан фіскальної системи) і носити офіційний характер (офіційні статистичні дані та публічні експертні оцінки).

Розроблення методики оцінки ефективності фіскальної системи передбачає формування множини індикаторів, які найбільш повно будуть відображати стан фіскальної системи та рівень ефективності її функціонування. При цьому в результаті складності і багатогранності явища, яке досліджується, та наявності протилежних і випадкових тенденцій у їхньому розвитку, спочатку формується середовище моделювання з урахуванням попередньо накопиченого досвіду оцінювання, проведеного аналізу тенденцій розвитку кожного з блоків фіскальної системи, напрацювань українських та міжнародних вчених у фіскальній сфері, індикаторів, визначених профільними міжнародними організаціями, нормативними документами, та цільових орієнтирів, установлених у національних програмах розвитку.

Система індикаторів оцінки функціонування фіскальної системи – це взаємопов'язана сукупність якісних і кількісних, динамічних і статичних показників стану фіскальної системи та ефективності її функціонування, які дозволяють діагностувати рівень загроз останній і мають високу чутливість та значну сигнальну здатність до попередження управлінців і дослідників щодо можливих загроз, які виникають у сфері фіскальної політики як реакція на екзогенні та ендогенні чинники й зміну макроекономічної ситуації чи прийняття управлінських рішень.

Під результативністю і ефективністю функціонування фіскальної системи пропонується розуміти такий її стан, який оцінюється кількісно на підставі комплексного узагальнення індикаторів результативності і ефективності функціонування податкової, бюджетної, боргової та соціальної компонент, враховуючи вплив екзогенних та ендогенних чинників, і котрий забезпечує формування умов для досягнення стратегічних та тактичних цілей фіскальної політики й соціально-економічного розвитку держави.

Сформована множина індикаторів повинна бути перевірена на ступінь щільності статистичних зв'язків між їх числовими рядами з метою уникнення посиленого ефекту під час розрахунку інтегрального показника за допомогою коефіцієнтів кореляції. Втім, якщо виявлена значна парна кореляція числових рядів між індикаторами, без яких оцінювання ефективності фіскальної системи є неповним, їм надається менша вага. Враховуючи, що використання традиційних підходів варіаційної статистики не завжди виправдане, при створенні цілісного уявлення щодо характеру змін системи, а також, беручи до уваги перелічені вище умови, пропонується, для об'єднання розрізнених індикаторів оцінки стану фіскальної системи, застосовувати метод факторного (компонентного) аналізу та безпосередньо метод головних компонент. Він робить можливим зведення великого числового матеріалу до кількох незалежних і простих індикаторів та дозволяє за n вихідними ознаками сформувати n узагальнених ознак, що звуться головними компонентами і являють собою штучні змінні, які є лінійними комбінаціями вихідних ознак (гіпотетичних величин, які відповідають на багато більшій кількості вихідних чи експериментальних індикаторів). Індикатори повинні бути простими і достатньо чітко описувати та пояснювати ті величини, які досліджуються. Метод головних компонент дозволяє генерувати нові гіпотези, впорядковуючи хаотичність досліджуваного явища.

Так, на думку О.Г. Янкового [7, с. 30], найбільш популярними, традиційними та історично першими є експертні методи оцінки латентних ознак, проте вони не позбавлені суб'єктивізму та волюнтаризму, що є їхнім основним недоліком. Цієї ж думки дотримується Р.В. Волощук [8], стверджуючи, що експертні методи є простими у використанні та не вимагають високих знань сучасних інформаційних технологій і для вирішення багатьох завдань державного управління можуть бути реалізовані у відповідних установах власними силами на базі прикладних офісних програм, однак в результаті їх застосування можлива певна суб'єктивність, недостовірність даних, трудомісткість збору та обробки результатів. Натомість більш доцільним вона вважає метод головних компонент, перевагою якого є дешевизна, адже він не потребує послуг експертів і в ньому відсутня суб'єктивна складова (на відміну від усіх експертних методів) результатів. Хоча, цей метод також не позбавлений недоліків, до яких можна віднести технічну складність методу і залежність від коректності побудови самої моделі.

Для цілей нашого дослідження, враховуючи переваги і недоліки висвітлених вище методів, є сенс

використовувати метод головних компонент з використанням пакету Statistica. Застосовуючи метод головних компонент, можна побудувати комплексний інтегральний показник оцінки стану фіскальної системи, який буде звільнений від суб'єктивності, спиратиметься на велику кількість індикаторів, а також буде математично обґрунтований.

Головні компоненти відповідають таким вимогам [7, с. 60]: ортогональні (лінійно незалежні), стандартизовані, перша головна компонента пояснює найбільшу частку дисперсії вихідних ознак, а друга – найбільшу частку варіації, що залишилась після першої компоненти, тощо.

Виділивши головні компоненти, можна побудувати просту і водночас найбільш інформативну систему, яка описує стан фіскальної системи та результативність і ефективність її функціонування й оцінити силу причинно-наслідкових зв'язків між індикаторами і головними компонентами, а також дослідити можливості зміни індикаторів під впливом головних компонент.

На рис. 2 наведено алгоритм оцінювання латентної ознаки ефективності функціонування фіскальної системи із застосуванням методу головних компонент.

Перший етап дослідження ефективності функціонування фіскальної системи полягає у формуванні матриці вихідних даних. Введемо такі позначення: i – номер досліджуваного року (i = 1, 2, … , n); k – номер досліджуваної ознаки (k = 1,2, … , m); x_{ik} – значення k-ї ознаки у i-го об'єкта.

Вихідна інформація про всі значення індикатора по всіх роках може бути представлена у вигляді матриці розмірністю n x m [7, с. 61] (1)

$$X = \begin{pmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1k} & \dots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2k} & \dots & x_{2m} \\ & \dots & & & & \\ x_{i1} & x_{i2} & \dots & x_{ik} & \dots & x_{im} \\ & \dots & & & & \\ x_{n1} & x_{n2} & \dots & x_{nk} & \dots & x_{nm} \end{pmatrix}. \quad (1)$$

Строчки цієї матриці відповідають окремим рокам, стовпчики – як точки деякого простору ознак. Наступний крок – це розподіл індикаторів на стимулятори і дестимулятори з погляду латентного показника, який оцінюється. Індикатори, зростання яких позитивно впливає на штучну змінну, є стимуляторами, а індикатори, які негативно впливають на латентну ознаку, яка досліджується, і зростання яких є небажаним, – дестимуляторами. У цьому дослідженні для визначення порогових значень індикаторів та характеру їхнього впливу на синтетичну змінну було застосовано евристичний підхід, а саме аналоговий підхід, який базується на орієнтації на відповідні значення в країнах-аналогах та законодавчий підхід. Враховуючи, що індикатори можуть мати різну розмірність, вони піддаються стандартизації, яка може здійснюватися за такою формулою (2):

$$z_{ik} = (x_{ik} - \bar{x}_k)/\sigma_k. \quad (2)$$

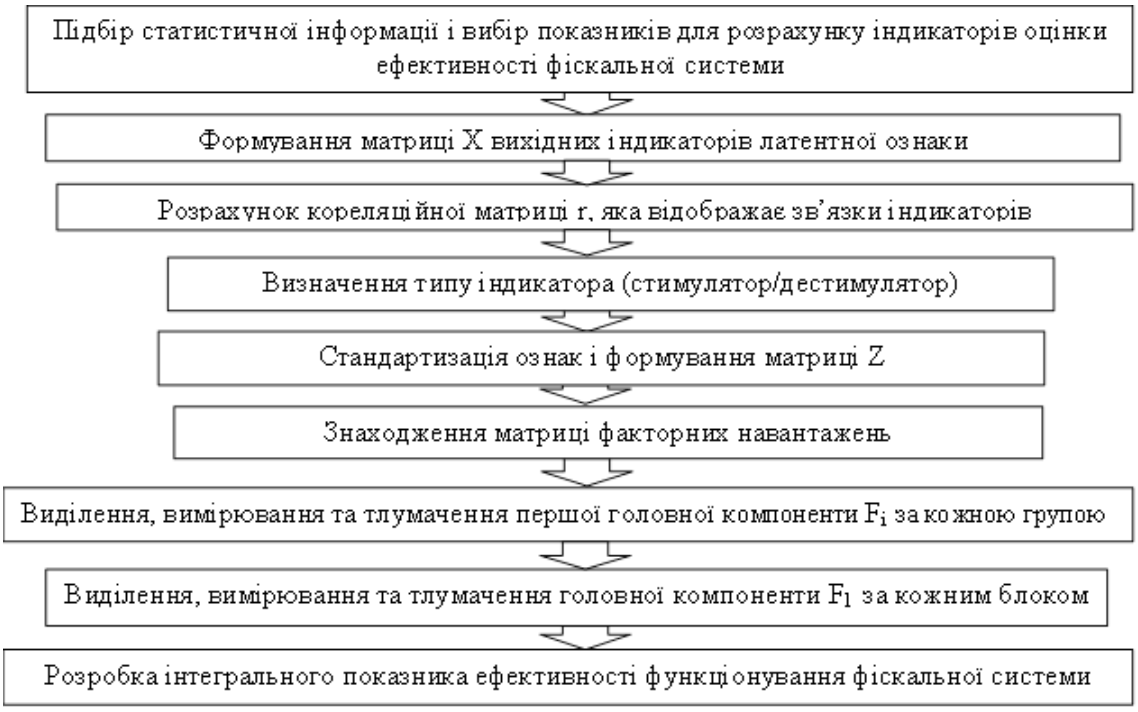


Рис. 2. Алгоритм оцінювання латентних ознак ефективності фіскальної системи та розробки інтегрального показника із застосуванням метода головних компонент

Джерело: розробка автора

За нормального розподілу діапазон зміни стандартизованих значень має область від – 3 до +3. У результаті стандартизації матриця X набуває такого виду [7, с. 61] (3):

$$Z = \begin{pmatrix} z_{11} & z_{12} & \cdots & z_{1k} & \cdots & z_{1m} \\ z_{21} & z_{22} & \cdots & z_{2k} & \cdots & z_{2m} \\ & \cdots & & & & \\ z_{i1} & z_{i2} & \cdots & z_{ik} & \cdots & z_{im} \\ & \cdots & & & & \\ z_{n1} & z_{n2} & \cdots & z_{nk} & \cdots & z_{nm} \end{pmatrix}. \quad (3)$$

Вона має таку ж розмірність, як і матриця X, та слугує відправною точкою для багатовимірного дослідження ефективності функціонування фіскальної системи. Так само, як і в матриці X, строчки матриці Z відповідають окремим рокам, а стовпчики – окремим індикаторам.

Наступний етап – це розрахунок кореляційної матриці r , яка відображає зв'язки між індикаторами. Її визначення здійснюється на основі матричної формули (4) [7, с. 61]:

$$r = Z^T Z/n, \quad (4)$$

де Z^T – матриця, транспонована по відношенню до матриці стандартизованих індикаторів.

Матриця факторних навантажень є одним з найважливіших етапів. На цьому етапі виділяються основі компоненти та визначаються індикатори, що навантажують їх. Далі проводиться виділення, вимір та інтерпретація головних компонент.

Формуючи систему індикаторів для оцінки стану фіскальної системи, є сенс зупинитись на виокремленні груп показників, які дадуть змогу оцінити результативність та рівень ефективності виконання управлінських функцій, а саме індикаторів для оцінки ефективності і результативності планування, регулювання і контролю. Більше того, вбачається доцільним здійснювати таке розмежування по кожному із досліджуваних блоків фіскальної системи, через які відбувається трансмісія фіскальної політики.

Фокусування уваги на оцінці результату, а не самого процесу, дає змогу виявляти блоки та групи (за основними управлінськими функціями), які дають слабкий результат чи низьку ефективність, та отримати сигнал про те, де саме є необхідність проведення змін, виявляти блоки, де кардинальних змін не потребується. Це сприяє створенню базису для підвищення ефективності функціонування фіскальної системи й дієвості фіскальної політики, за рахунок своєчасного виявлення загроз, прогнозування ризиків, забезпечення транспарентності й адаптивності фіскальної політики. Оцінка ефективності функціонування фіскальної системи має проводитись з урахуванням як кількісних, так і якісних, статичних та динамічних показників. Водночас індикатори, що обираються для оцінки, мають бути зрозумілими, досяжними, чіткими, надійними.

З метою формування системи індикаторів оцінки ефективності функціонування фіскальної системи було сформовано попередню систему показників, до складу якої увійшли всі характеристики із сукупності проаналізованих за чотирма блоками та виокремленими в них групами індикаторів, загальною кількістю 175, і відібрано для оцінки 58 індикаторів. Крім того, визначено їх тип впливу на компоненту і встановлено еталонні значення, із застосуванням методу головних компонент (табл. 1).

Наступним кроком із застосуванням методу головних компонент, є виокремлення зі складу сформованого набору порівняно невеликої кількості індикаторів, які навантажують головну компоненту (по кожній групі).

Індикатори результативності функціонування фіскальної системи – це взаємопов'язані показники результативності її функціонування, які в кількісному вираженні висвітлюють рівень ефективності функціонування системи і мають високу чутливість та вагому сигнальну здатність до попередження управлінців про можливі загрози у зв'язку зі зміною макроекономічної ситуації, прийняттям не виважених управлінських рішень у сфері фіскальної політики.

Розрахунок компоненти (*F*) за кожною групою окремого блоку фіскальної системи, яка набуває ознак кожного з індикаторів, що її навантажують, здійснюється за такою формулою (5)[7, с. 14–16]:

$$F_m = \sum_{i=1}^{m} d_i Z_i. \quad (5)$$

де Z_i – стандартизовані значення і-ї ознаки з одиничними дисперсіями; сумарна дисперсія дорівнює кількості ознак m;

d_i – ваговий коефіцієнт (факторні навантаження), що визначає ступінь внеску і-го індикатора відповідної групи.

Далі розраховується синтетична змінна за кожним блоком фіскальної системи за такою формулою (6):

$$I_m = \sum_{i=1}^{m} d_i F_i, \quad (6)$$

де d_i – факторні навантаження; F_i – значення вхідних даних і-ої компоненти по кожній відповідній групі.

У кінцевому підсумку розраховується інтегральний показник ефективності функціонування фіскальної системи за такою формулою (7):

$$\mathrm{I} = \sum_{m} d_m \quad \mathrm{I}_m, \quad (7)$$

де d_m – ваговий коефіцієнт, що визначає ступінь внеску інтегрального показника m-го блоку в інтегральний показник ефективності функціонування фіскальної системи; I_m – агрегований інтегральний

показник m-го блоку, де m = (1, 2, 3, 4). Вхідними даними є динамічні ряди окремих індикаторів.

Слід відзначити, що формування інтегрального показника ефективності фіскальної системи є багатоітераційним процесом, який відбувається в декілька етапів і охоплює формування синтетичного показника ефективності по кожній з груп планування, регулювання, контроль і по кожному з досліджуваних блоків. Формування інтегрального показника ефективності функціонування фіскальної системи відбувається на кінцевому етапі. Для визначення рівня ефективності

Таблиця 1

Система індикаторів оцінки ефективності функціонування фіскальної системи

Група	Назва індикатора за блоками	Тип (S\D)*	Еталонне значення
	Податковий блок(П)		
Планування	$X_{1пп}$ – виконання плану податкових надходжень зведеного бюджету, %	S	100%
	$X_{2пп}$ – виконання плану по непрямим податкам, %	S	100%
	$X_{3пп}$ – виконання плану по прямим податкам, %	S	100%
	$X_{4пп}$ – виконання плану зведеного бюджету з ПДВ, %	S	100%
	$X_{5пп}$ – виконання плану зведеного бюджету з відшкодування ПДВ, %	S	100%
	$X_{6пп}$ – виконання плану зведеного бюджету з Акцизного податку, %	S	100%
	$X_{7пп}$ – виконання плану зведеного бюджету з мита, %	S	100%
	$X_{8пп}$ – виконання плану зведеного бюджету з ПнП, %	S	100%
	$X_{9пп}$ – виконання плану зведеного бюджету з ПДФО, %	S	100%
	$X_{10пп}$ – виконання плану зведеного бюджету з єдиного податку, %	S	100%
Регулювання	$X_{1пр}$ – рівень непрямого оподаткування, % у ВВП	S	< 14
	$X_{2пр}$ – рівень прямого оподаткування, % у ВВП	S	< 13
	$X_{3пр}$ – коефіцієнт випередження темпів росту капітальних інвестицій над темпами росту втрат бюджету від надання податкових пільг	S	> 1
	$X_{4пр}$ – частка податкових надходжень у доходах зведеного бюджету, %	S	> 60
Контроль	$X_{1пк}$ – частка податкового боргу у ВВП, %	D	→ min
	$X_{2пк}$ – частка розстрочених, відстрочених грошових зобов'язань та податкового боргу у загальній сумі податкового боргу, %	D	→ min
	$X_{3пк}$ – коефіцієнт окупності адміністрування податків і зборів	S	> 1
	$X_{4пк}$ – коефіцієнт економічної ефективності контрольних заходів	S	> 1
	$X_{5пк}$ – коефіцієнт затратності, %	D	< 3
	Бюджетний блок (БД)		
Планування	$X_{1бдп}$ – виконання плану по витратам на охорону здоров'я, %	S	100%
	$X_{2бдп}$ – виконання плану по витратам на духовний, фізичний розвиток, %	S	100%
	$X_{3бдп}$ – виконання плану по витратам на освіту, %	S	100%
	$X_{4бдп}$ – виконання плану по видаткам на соціальний захист та соціальне забезпечення, %	S	100%
	$X_{5бдп}$ – виконання плану по видаткам на загальнодержавні функції, %	S	100%
	$X_{6бдп}$ – виконання плану по видаткам на економічну діяльність, %	S	100%
Регулювання	$X_{1бдр}$ – частка видатків зведеного бюджету у ВВП, %	S/ D	< 35
	$X_{2бдр}$ – дефіцит державного бюджету, % у ВВП	S/ D	< 3
	$X_{3бдр}$ – частка видатків місцевих бюджетів у ВВП, %	S/ D	< 10
	$X_{4бдр}$ – частка видатків державного бюджету ВВП,%	S/ D	< 24
Контроль	$X_{1бдк}$ – коефіцієнт результативності контролю Держаудитслужби	S	> 1
	$X_{2бдк}$ – коефіцієнт результативності контролю Рахункової палати	S	> 1
	$X_{3бдк}$ – коефіцієнт ефективності контрольних заходів Рахункової палати	S	> 1
	$X_{4бдк}$ – коефіцієнт ефективності контрольних заходів Держаудитслужби	S	> 1
	Борговий блок(БР)		
Планування	$X_{1брп}$ – виконання плану за внутрішніми і зовнішніми запозиченнями,%	S	100%
	$X_{2брп}$ – виконання плану з обслуговування державного боргу, %	S	100%
	$X_{3брп}$ – виконання плану з погашення державного боргу, %	S	100%

Продовження таблиці 1

Регулювання	$X_{1брр}$ – відношення загального обсягу державного та гарантованого державою боргу до ВВП, %	S / D	< 60 (якщо < 60 то = 0)
	$X_{2брр}$ – відношення державного зовнішнього боргу до річного експорту товарів і послуг, %	S / D	< 70 (якщо < 70 то = 0)
	$X_{3брр}$ – відношення валового зовнішнього боргу до експорту товарів і послуг, %	S / D	< 200–250 якщо < 250 то = 0
	$X_{4брр}$ – відношення сукупних платежів з погашення і обслуг–ня зовнішнього боргу до експорту товарів і послуг, %	S / D	< 18 (якщо < 18 то = 0)
	$X_{5брр}$ – відношення сукупних платежів за державним боргом до ВВП, %	S / D	< 10–15 (якщо < 15 то = 0)
	$X_{6брр}$ – відношення сукупних платежів за державним боргом до доходів державного бюджету, %	S / D	< 45 (якщо < 45 то = 0)
	$X_{7брр}$ – обсяг валового зовнішнього боргу у ВВП, %	S / D	< 60 (якщо < 60 то = 0)
Контроль	$X_{1брк}$ – випередження темпів зростання ВВП над темпами зростання запозичень	S	> 1
	$X_{2брк}$ – випередження темпів зростання доходів бюджету над темпами зростання фінансування (запозич)	S	> 1
	$X_{3брк}$ – випередження темпів зростання ВВП над темпами зростання витрат на обслуговування і погашення боргу	S	> 1
	$X_{4брк}$ – випередження темпів росту jбсягу бюджетних інвестицій державного бюджету над темпами росту обсягів запозичень державного бюджету	S	> 1
	$X_{5брк}$ – випередження темпів росту запозичень над темпами росту незаконного, нецільового та неефективного використання коштів бюджету	S	> 1
Соціальний блок(С)			
Планування	$X_{1сп}$ – виконання плану бюджету Пенсійного фонду за доходами, %	S	> 1
	$X_{2сп}$ – виконання плану бюджету Пенсійного фонду за видатками, %	S	> 1
Регулювання	$X_{1ср}$ – частка видатків Пенсійного фонду у ВВП, %	S	< 16
	$X_{2ср}$ – частка видатків Пенсійного фонду за рахунок власних надходжень у ВВП, %	S	→ max
	$X_{3ср}$ – навантаження на працю,% у ВВП	S	< 11
	$X_{4ср}$ – частка ЄСВ у доходах Пенсійного фонду, %	S	→ max
	$X_{5ср}$ – частка доходів Пенсійного фонду що формуються за рахунок коштів державного бюджету, % у доходах ПФ;	D	→ min
Контроль	$X_{1сс}$ – частка недоотриманих коштів ЕСВ у доходах ПФ, %	D	→ min
	$X_{2сс}$ – темпи росту заборгованості із виплати заробітної плати перед ПФУ	D	→ min
	$X_{3ср}$ – частка виявлених порушень незаконного, нецільового та неефективного використання коштів ПФУ у видатках ПФ	D	→ min

* Тип індикатора в залежності від впливу на компоненту: S –стимулятор, D- дестимулятор, S\D – змішаний тип.

Джерело: розробка автора

Таблиця 2

Критеріальні оцінки ефективності функціонування фіскальної системи

Інтервал значень	Класифікація рівня ефективності
$-3 < I_{фс} < -1,8$	Неефективне функціонування фіскальної системи (низька результативність)
$-1,8 < I_{фс} < -0,6$	Ефективність функціонування фіскальної системи нижче середньої
$-0,6 < I_{фс} < 0,6$	Середній рівень ефективності функціонування фіскальної системи
$0,6 < I_{фс} < 1,8$	Ефективність функціонування фіскальної системи вище середнього (помірна)
$1,8 < I_{фс} < 3$	Висока ефективність функціонування фіскальної системи (висока результативність)

функціонування фіскальної системи по кожному з досліджуваних періодів проводиться ранжування за критеріальними оцінками наданими у табл. 2.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонований комплексний підхід дає змогу розрахувати синтетичний показник ефективності функціонування фіскальної системи і виявити ті блоки з-поміж податкового, бюджетного, боргового та соціального і відповідних їм груп, в яких необхідне внесення коректив з метою підвищення ефективності функціонування всієї фіскальної системи. Адже неефективність функціонування

фіскальної системи та її основних блоків й відповідних груп є проблемою, яка посилює та поглиблює наявні протиріччя у фіскальній сфері і знижує дієвість фіскальної політики на макроекономічні процеси. У зв'язку з цим постає нагальна потреба оцінки результативності і ефективності фіскальної системи за заданих фіскальною політикою умов, виявлення її слабких місць та прийняття коригуючих заходів щодо підвищення ефективності функціонування, як системи загалом, так і її окремих блоків та подальшої конвергенції поставлених цілей і отриманих результатів. Останнє і є подальшими перспективами досліджень у цьому напрямі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лук'яненко І. Г., Фарина О. І. Макрофінансова стабільність : моделі та методи оцінки. Київ: НаУКМА, 2016. 185 с. URL: http://www.ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/10878 (дата звернення: 3.01.2020).

2. Blanchard O., Perotti R. An Empirical Characterization of the Dynamic Effects of Changes in Government Spending and Taxes on Output. Quarterly Journal of Economics. 2002. Vol. 117, № 4. P. 1329–1368.

3. Blanchard O., Perotti R. An Empirical Characterization of the Dynamic Effects of Changes in Government Spending and Taxes on Output. NBER Working Paper Series. 1999. № 7269 52 p. URL: https://www.nber.org/papers/w7269.pdf (Last accessed: 02.01.2020).

4. Вдовиченко А.М. Як фіскальна політика впливає на ВВП та інфляцію в Україні? Visnyk of the National Bank of Ukraine. 2018. № 244. С. 26–45. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=77863573 (дата звернення: 05.01.2020)

5. Ломакина Е.В. Критериальная оценка эффективности регулирующего воздействия бюджетно-налоговой политики на экономику государства. Транспортное дело России. 2013. № 6. С. 73–78.

6. Про затвердження Порядку проведення оцінки фінансового стану потенційного бенефіціара інвестиційного проекту, реалізація якого передбачається на умовах фінансової самоокупності, а також визначення виду забезпечення для обслуговування та погашення позики, наданої за рахунок коштів міжнародних фінансових організацій, обслуговування якої здійснюватиметься за рахунок коштів бенефіціара : Наказ Міністерства фінансів України від 14.07.2016. № 616. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/ru/11388:55786/sp?sp=:wide:max100 (дата звернення: 2.01.2020).

7. Янковий О.Г. Латентні ознаки в економіці: монографія. Одеса: Атлант, 2015. 168 с.

8. Волощук Р.В. Порівняльний аналіз підходів до визначення вагових коефіцієнтів інтегральних індексів стану складних систем. *Індуктивне моделювання складних систем.* 2013. Випуск 5. С. 151–165. URL: http://www.mgua.irtc.org.ua/attach/IMCS/2013_5/29.pdf (дата звернення: 8.02.2020).

REFERENCES:

1. Lukianenko I.H., Faryna O.I. (2016) *Makrofinansova stabilnist : modeli ta metody otsinky* [Macro-financial stability: models and methods of assessment]. Kyiv: NaUKMA URL: http://www.ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/10878 (accessed 03 January 2020) (in Ukrainian)

2. Blanchard O., Perotti R. An Empirical Characterization of the Dynamic Effects of Changes in Government Spending and Taxes on Output. Quarterly Journal of Economics. 2002. Vol. 117, № 4. P. 1329–1368.

3. Blanchard O., Perotti R. An Empirical Characterization of the Dynamic Effects of Changes in Government Spending and Taxes on Output. NBER Working Paper Series. 1999. № 7269 52 p. URL: https://www.nber.org/papers/w7269.pdf (Last accessed: 02 January 2020).

4. Vdovychenko A.M.(2018) Yak fiskalna polityka vplyvaie na VVP ta infliatsiiu v Ukraini? [How does fiscal policy affect Ukraine's GDP and inflation?] *Visnyk of the National Bank of Ukraine* [Visnyk of the National Bank of Ukraine] (electronic journal), no. 244, pp. 26–45. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=77863573 (accessed 05 January 2020).

5. Lomakina E.V. (2013) *Kriterial'naya otsenka effektivnosti reguliruyushchego vozdeystviya byudzhetno-nalogovoy politiki na ekonomiku gosudarstva* [Criteria assessment of the effectiveness of the regulatory impact of fiscal policy on the state economy]. Transportnoe delo Rossii, no. 6, pp.73–78.

6. Pro zatverdzhennia Poriadku provedennia otsinky finansovoho stanu potentsiinoho benefitsiara investytsiinoho proektu, realizatsiia yakoho peredbachaietsia na umovakh finansovoi samookupnosti, a takozh vyznachennia vydu zabezpechennia dlia obsluhovuvannia ta pohashennia pozyky, nadanoi za rakhunok koshtiv mizhnarodnykh finansovykh orhanizatsii, obsluhovuvannia yakoi zdiisniuvatymetsia za rakhunok koshtiv benefitsiara : Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy [On approval of the Procedure for assessing the financial condition of a potential beneficiary of an investment project, the realization of which is envisaged on the terms of financial self-sufficiency, as well as determining the type of security for servicing and repayment of the loan provided at the expense of international financial institutions, servicing of which will be carried out at the expense of the beneficiary]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/ru/11388:55786/sp?sp=:wide:max100 (accessed 02 January 2020). (in Ukrainian)

7. Yankovyi O.H. (2015) Latentni oznaky v ekonomitsi: monohrafiia [Latent features in economics] Odesa: Atlant. (in Ukrainian)

8. Voloshchuk R.V. (2013) Porivnialnyi analiz pidkhodiv do vyznachennia vahovykh koefitsiientiv intehralnykh indeksiv stanu skladnykh system [Comparative analysis of approaches to determining the weight coefficients of integral indices of complex systems]. Induktyvne modeliuvannia skladnykh system [Inductive modeling of complex systems] (electronic journal), vol. 5, pp. 151–165. Available at: http://www.mgua.irtc.org.ua/attach/IMCS/2013_5/29.pdf (accessed 8 February 2020).

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ ФІНАНСОВОГО РИНКУ
TRANSFORMATION CHANGES IN THE FINANCIAL MARKET

УДК 338.24:336.13
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-70

Соломіна Г.В.
к.е.н., доцент кафедри
фінансово-економічної безпеки
ДДУВС
Махницький О.В.
старший викладач кафедри
економічної та інформаційної безпеки
ДДУВС
Гавриш О.С.
викладач кафедри економічної
та інформаційної безпеки
ДДУВС

Solomina Ganna
Dnipropetrovsk State University
of Internal Affairs
Mahnitskiy Olexandr
Dnepropetrovsk State University
of Internal Affairs
Gavrish Oleg
Dnipropetrovsk State University
of Internal Affairs

У статті розглянуто сутність фінансового ринку, його роль у національній економіці, напрями взаємодії фінансового і реального секторів. Розглянуто модель функціонування фінансового ринку, що характеризується зростанням значущості фінансового сектору в економіці, на тлі якого відбувається відрив фінансового від обслуговування реального сектору економіки, зростання частки спекулятивних операцій на фінансовому ринку, які приводять до значних коливань ділової активності. У окреслених ознаках і виявляється деформація економічної ролі фінансового ринку, яка також передбачає трансформацію фінансового ринку з інфраструктурного складника економічної системи в елемент, який здатний впливати на кон'юнктуру ринків товарів і послуг, стійкість усієї економічної системи загалом. Досліджено зміст та ознаки трансформації, розглянуто чинники та механізми розвитку трансформаційних процесів на фінансовому ринку, їхній вплив на макроекономічну стабільність і економічне зростання.

Ключові слова: *фінансовий ринок, трансформаційні процеси, фінансові інновації, реальний сектор економіки, фіктивний та віртуальний капітал.*

В статье рассмотрена сущность финансового рынка, его роль в национальной экономике, направления взаимодействия финансового и реального секторов. Рассмотрена модель функционирования финансового рынка, характеризующегося ростом значимости финансового сектора в экономике, на фоне которого происходит отрыв финансового от обслуживания реального сектора экономики, рост доли спекулятивных операций на финансовом рынке, которые приводят к значительным колебаниям деловой активности. Охарактеризованные признаки оказывают деформацию экономической роли финансового рынка, которая также предусматривает его трансформацию из инфраструктурной составляющей экономической системы в элемент, который способен влиять на конъюнктуру рынков товаров и услуг, устойчивость всей экономической системы в целом. Исследовано содержание и признаки трансформации, рассмотрены факторы и механизмы развития трансформационных процессов на финансовом рынке, их влияние на макроэкономическую стабильность и экономический рост.

Ключевые слова: *финансовый рынок, трансформационные процессы, финансовые инновации, реальный сектор экономики, фиктивный и виртуальный капитал.*

The article deals with the essence of the financial market, its role in the national economy, directions of interaction between the financial and real sectors. The model of functioning of the financial market, characterized by the growing importance of the financial sector in the economy, against which there is a separation of financial services from the real sector of the economy, an increase in the share of speculative transactions in the financial market, which lead to significant fluctuations in business activity. The outlined signs also reveal the deformation of the economic role of the financial market, which also involves the transformation of the financial market from an infrastructure component of the economic system into an element that is able to influence the market conditions of goods and services, the stability of the entire economic system as a whole. The authors investigated the content and characteristics of transformation, examines the factors and mechanisms of development of transformational processes in the financial market, their impacts on macroeconomic stability and economic growth. The essence of the financial market lies in the sale of financial resources, which are created in the process of distribution and redistribution of national income in the form of money at all levels of management and flows in economic agents, which can be both investors and borrowers in the financial market, thereby creating supply and demand. Price of financial resources is the interest rate, which is a fee for use, which is also determined by the risk that arises in various segments of the financial market. It is the probability of price deviation from equilibrium gives rise to speculation in the financial market, that is the reason for the deformation of the economic role of the financial market. The process of transforming financial capital into fictitious capital and virtual creates a separation from the real economy, the production sector, which leads to the transfer of financial capital in speculative capital, which ceases to serve the manufacturing sector by taking her under his complete control.

Key words: *financial market, transformation processes, financial innovations, the real sector of the economy, fictitious and virtual capital.*

Постановка проблеми. Фінансовий ринок являє собою сукупність ринкових відносин із купівлі-продажу ресурсів, що забезпечують їхнє ефективне переміщення між економічними об'єктами, сприяючи створенню інвестицій. Сутність фінансових ресурсів полягає в русі грошових коштів, які використовуються в процесі розподілу та перерозподілу національного доходу. Функціонування сучасного фінансового ринку полягає в деформації його економічної ролі, яка спричинена волатильністю, що дає змогу отримувати прибуток за рахунок спекуляцій, а не через використання фінансових ресурсів у виробничому процесі. Тому вивчення причин деформації економічного складника фінансового ринку в сучасних умовах є актуальним питанням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення теоретико-методологічних засад формування та використання фінансових інновацій у фінансовому секторі зробили такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Т.Л. Кучер, А. Кучеренко, Г.В. Белінська, Минелль, Лаурент. Трансформаційним процесам у фінансовому секторі економіки присвячено наукові дослідження В.В. Зимовця, М.В. Руденко, О.І. Барановського, А.Б. Глазової. Передумовам та наслідкам зміщення функціональної спрямованості фінансового ринку з обслуговування реальної економіки присвячено праці Г.В. Белінської, О.П. Дріги.

Віддаючи належне вагомим науковим напрацюванням зарубіжних та вітчизняних економістів, можна зазначити, що досить цікавим напрямом досліджень є аналіз сучасних тенденцій розвитку фінансового ринку та перспектив розвитку інститутів фінансового ринку в Україні, оскільки сучасні

фінансові ринки є складною динамічною системою, яка постійно зазнає змін і трансформацій.

Постановка завдання. Еволюційний аналіз функціонування фінансового ринку, а також визначення його функції і завдання свідчать про те, що спершу він сформувався як інфраструктурний елемент економічної системи, що забезпечував безперервність відтворювального процесу і обслуговував торгівлю товарами і послугами. Але згодом у результаті трансформаційних змін та розвитку, зростання масштабів і значущості виникла деформація його економічної ролі, що потребує дослідження теоретичного аналізу її проявів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науці існує велика кількість досліджень, присвячених ролі фінансового ринку та його взаємозв'язку з економічним зростанням [1, с. 341–360; 2, с. 216–219], у продовження якого науковець [3, с. 77–82] розкриває концептуальні засади побудови системи, в якій фінансові ринки, інструменти та інститути створені для того, щоб зменшувати інформаційні та транзакційні витрати. Механізм забезпечення відповідного процесу та виконання визначених функцій, впливає на норму заощадження, прийняття інвестиційних рішень економічними агентами та темпи сталого зростання, формуючи загальну модель інтегрування капіталу, в якій розвиток фінансового ринку розглядається як фактор, що сприяє технічному прогресу і, таким чином, опосередковано впливає на економічне зростання і як самостійний фактор, і безпосередньо через накопичення капіталу. Погоджуючись із результатами дослідження [4, с. 35–39], де зазначається про взаємозв'язок між здатністю фінансового ринку перерозподіляти капітал і ступенем розвиненості сфери фінансів загалом через відношення розмірів ринку цінних паперів і кредитного ринку до валового внутрішнього продукту країни. Для процесу розподілу фінансових ресурсів в економіці важливо, щоб, по-перше, суб'єкти фінансового ринку могли виділяти правильні напрями для інвестування; по-друге, вони повинні мати певні стимули. У підсумку визначається наявність позитивного взаємозв'язку між ступенем розвитку фінансового ринку і якістю розподілу фінансових ресурсів.

Важливою обставиною, що визначає роль фінансового ринку в економіці, є його здатність брати участь у розвитку інновацій, під якими розуміють створені в результаті інтелектуальної діяльності людини і впроваджені нововведення, що забезпечують якісне зростання ефективності процесів розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів [5, с. 101–105; 6, с. 116–144; 7; 8; 9; 10, с. 132–148]. На думку науковців, позитивна роль фінансового ринку в економіці полягає у функції перерозподілу, за допомогою якої грошовий капітал спрямовується на розвиток економіки, в тому числі й інноваційний. Крім того, під фінансовими інноваціями також передбачаються методи здійснення угод із новими видами фінансових активів або нових операцій з діючими активами і пасивами з метою ефективного використання фінансових ресурсів, підвищення прибутковості і ліквідності, зменшення ризиків. До фінансових інновацій можна віднести нові фінансові теорії, інструменти та інститути, фінансові технології (інвестиційні структуровані продукти, портфельне інвестування, деривативи, гібридні цінні папери). Нині постійно ведуться дискусії про вплив фінансових інновацій на економіку. Корисність фінансових інновацій пов’язана з подоланням недосконалості ринку за рахунок перерозподілу ризиків, узгодження інтересів ринкових агентів, збільшення прибутковості вкладень на фінансовому ринку. Також необхідно відмітити негативний вплив фінансових інновацій, що асоціюється з ослабленням фінансової стійкості і виникненням кризових явищ.

На особливу увагу заслуговує система розподілу та перерозподілу ресурсів фінансового ринку, що базується на таких основних компонентах, як: ризик, очікуваний грошовий потік, час та простір. Взаємозв’язок фінансових ресурсів та агентів ринку може змінюватися під впливом як зазначених складників, так і різноманітних причин, зокрема зростання величини ризику приводить до зменшення обсягу ресурсів через зменшення кількості агентів, що скорочують свою інвестиційну активність. Водночас агенти, що потребують ресурс, змушені зменшувати свою позицію на фінансовому ринку через збільшення його вартості. Реакція на зменшення ризиків на ринку є обернено пропорційною, оскільки спонукає до збільшення агентів ринку та обсягу фінансових ресурсів.

Вивченню потенціалу наявних інструментів фінансового ринку як джерел фінансування інноваційної діяльності звертаються у своїх роботах [11, с. 34–43; 12, с. 88–99; 13, с. 137–149], які розглядають фінансові інструменти з погляду їх застосування на сучасному етапі та в перспективі, в результаті зазначаючи недостатню розвиненість ринку капіталу, переважання банківського сектору, що потребує розроблення комплексної програми підтримки інновацій, орієнтованої на координацію дій регуляторів всіх сегментів фінансового ринку, розширення й узгодження використання їх інструментарію.

Фінансовий ринок сприяє підвищенню ефективності економіки за рахунок перерозподілу фінансових ресурсів у найбільш перспективні галузі, забезпечуючи тим самим внесок в економічне зростання, а також містить у собі потенціал як фактор інноваційного розвитку економіки. Загалом зростання значущості фінансового сектору проявляється у зростанні питомої ваги фінансових послуг у загальному обсязі послуг; збільшенні

обсягів операцій на фінансових ринках порівняно з операціями на ринках товарів; зростанні частки фінансових активів у балансах підприємств; зростанні різного роду фінансових інновацій.

Аналіз сучасного стану фінансового ринку показує приклади того, що фінансовий ринок перейшов на новий рівень функціонування, який характеризується деформацією його економічної ролі. Однією з важливих загальносвітових тенденцій є зростання операції цього сектору (угоди з валютою, цінними паперами, кредитування та розміщення депозитів) у рази перевищили обсяги світової торгівлі товарами і послугами та обсяги міжнародного руху прямих інвестицій. Істотними характеристиками відповідної трансформації науковці [14, с. 7–21; 15, с. 21–29] називають протилежність реального і фінансового секторів економіки, викликану прискореним розвитком останнього, різке зростання частки фінансового сектору в світовому ВВП, домінування доходів від операцій на фінансових ринках в економіках розвинених країн, оскільки поступово фінансовий сектор займає переважну позицію в структурі ВВП і стає важливим джерелом забезпечення зайнятості в розвинених країнах.

Останнім часом спостерігається відрив фінансового від реального сектору економіки, тобто пов'язаного з безпосереднім матеріальним виробництвом. І тому гіпотеза нейтральності фінансового сектору до реального [16, с. 217–301] доводить свою помилковість, оскільки поява інноваційних інструментів сприяє бурхливому зростанню фінансових посередників та спекуляцій у валютних курсах, цінних паперах та інших фінансових інструментах, трансформуючи структури активів економіки загалом. В основі гіпотези відриву фінансового сектору від реального також лежить перевищення темпів зростання фінансових показників ринків над аналогічними показниками реальної економіки і відхилення фінансових ринків від нормального виконання своїх функцій. Підсумком стає відхилення цін фінансових активів від їхньої фундаментальної вартості, збільшення волатильності, зростання нестабільності фінансового сектору, збільшення ймовірності настання криз.

Вивчаючи проблему взаємодії реального і фінансового секторів, можливо сформувати низку факторів, що свідчать про наростання суперечностей між ними. По-перше, зміна структури фінансового сектору – зменшення частки комерційного кредиту і зростання частки операцій з похідними цінними паперами. По-друге, домінування короткострокових форм фінансування, що приводить до значного перевищення показників обороту на ринку капіталу. По-третє, наявні процентні ставки перевищують темпи економічного зростання, отже, відбувається відрив частини фінансових ресурсів від реальних відтворювальних процесів і перетікання у спекулятивну сферу. І нарешті, диспропорція наявної фінансової системи, яка проявляється в тому, що кількість фінансових інститутів, які можуть створювати все більше пропозицію фінансових ресурсів, є необмеженою та нерегульованою. За відповідних умовах банки кредитують лише ті підприємства, які можуть собі це дозволити, а більш прибутковим для кредитних організацій стає створення ресурсів для спекулятивних цілей. У результаті фінансовий сектор, створений, щоб забезпечити безперервність виробничого процесу, еволюціонував і розділився на дві частини: перша продовжує опосередкувати функціонування реального сектору, а друга – забезпечує нарощення капіталу, задіяного в спекулятивних операціях. Поява такої диспропорції є однією з ознак деформації економічної ролі фінансового ринку.

На думку [17, с. 84–90; 18, с. 159–163], відрив фінансового сектору від реального створюється на основі фінансової віртуалізації, заснованої на використанні фінансових деривативів, що, з одного боку, перерозподіляють ризики, спрощують процес переливу вільних капіталів, забезпечують підвищення надійності фінансових ринків. З іншого боку, похідні інструменти породжують розрив дійсного і фіктивного капіталу і відчуження віртуальних фінансових відносин від реального господарства. Внаслідок цього фіктивний (віртуальний) капітал підпорядковує процеси виробництва, керуючи дійсним капіталом, незалежно від його стану і ефективності.

Таким чином, проблема відриву фінансового сектору від реального сектору економіки проявляється в тому, що відбувається зміщення функціональної спрямованості фінансового ринку з обслуговування реальної економіки в самостійну сферу нарощування непродуктивного капіталу.

Використання сек'юритизації активів приводить до зміни поведінки інвесторів і швидкого розвитку системи альтернативних фінансів, яка опинилася поза сферою контролю держави [19, с. 106–111; 20, с. 83–89].

У процесі сек'юритизації вихідні непогашені борги «перемішуються» і оформляються у вигляді нових цінних паперів, групуються за ступенем ризикованості і ліквідності і продаються інвесторам. Таким чином, сек'юритизація з економічного погляду являє собою спосіб оплати існуючих боргів за допомогою нових позик. У результаті масова емісія активів, забезпечених непогашеними боргами, породжує відхилення цін ринкових активів від їхньої фундаментальної вартості і підвищує схильність фінансової системи до дефолту.

Сформовані масштаби і тенденції розвитку фінансового сектору, існуючий потенціал впливу фінансового ринку на інші ринки й економіку загалом вимагають особливої уваги до процесів,

що відбуваються на фінансовому ринку, особливостям його функціонування, до завдань і ролі фінансового ринку в економіці. Для активізації ролі фінансового ринку в інноваційному розвитку необхідне вивчення і вдосконалення його взаємопов'язаних сегментів, інституційної структури та інфраструктури, розвиток нових інструментів і методів його регулювання.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, еволюція фінансового ринку, що відрізняється найбільш швидкими темпами розвитку кількості фінансових операцій, здійснюваних на ринку, приводить до виникнення окреслених проблем, що пов'язані між собою і є ознаками деформації економічної ролі фінансового ринку. По-перше, відбувається зростання значущості фінансового ринку в економіці: він перестає виконувати роль лише інфраструктурного елемента економічної системи, що забезпечує неперервність відтворювального процесу та обслуговування торгівлю товарами і послугами. З рангу обслуговуючих фінансовий ринок переходить у самостійний елемент, що визначає тенденції розвитку світової економіки. По-друге, прискорений розвиток фінансового ринку приводить до його відриву від реального сектору економіки. Причиною зазначеного процесу є поява фінансових інновацій, бурхливе зростання спекуляцій на валютних ринках, фондових біржах. У результаті відбувається відхилення цін фінансових активів від їхньої внутрішньої вартості і збільшення їхньої волатильності та відповідної фіктивності інструментів. Відсоткова ставка фінансового ринку перевищує темп економічного зростання, отже, відбувається відрив значної частини фінансових ресурсів від відтворювального процесу і перетікання їх у спекулятивну сферу. Тому третьою ознакою прояву деформації економічної ролі фінансового ринку є зміщення основного акценту існування фінансового ринку із сфери забезпечення реального виробництва необхідними фінансовими ресурсами у сферу спекулятивних операцій. І нарешті, зростання фінансового ринку за рахунок спекулятивного складника призводить до підвищення нестабільності і концентрації ризиків. У результаті фінансовий ринок стає значущим джерелом циклічних коливань ділової активності. Саме окреслені прояви деформації економічної ролі фінансового ринку зумовлюють активізацію розроблення напрямів з регулювання фінансового ринку на міжнародному рівні та рівні окремих країн. Наявна деформація економічної ролі визначає необхідність розроблення бази та методології для пошуку напрямів подальшого розвитку фінансового ринку та шляхів зменшення деформацій його економічної ролі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Benhabib J., Spiegel M.M. The Role of Financial Development in Growth and Investment. *Journal of Economic Growth*. 2000. №5. P. 341–360.
2. Квасницька Р.С. Інвестиційний потенціал інститутів фінансового ринку України: монографія. Хмельницький: ПП «Монускрипт», 2015. 314 с.
3. Levine R. Finance and Growth: Theory, Evidence, and Mechanisms. *Handbook of economic growth*. Elsever. 2005. 107 p.
4. Wurgler J. Financial Markets and the Allocation of Capital. *Yale ICF Working Paper*. 1999. № 8. 39 p.
5. Алексеєнко Л.М. Інституціональна трансформація інноваційних інструментів фінансового ринку: теорія й емпірика. *Економічний аналіз: зб. наук. праць Тернопільського національного економічного університету*. 2016. Том 25. №1. С. 101–105.
6. Frame W., White L. Empirical Studies of Financial Innovation: Mostly Talk and Not Much Action. *Journal of Economic 215 Literature.* 2002. № 42. p. 116–144. – URL:https://ideas.repec.org/p/ste/nystbu/02-18.html (дата звернення: 16.02.2020).
7. Mminele A.D. Benefits and risks of new instruments: derivatives and securitization. *Conference on Financial Innovation and Emerging Markets held in Berlin*.2008. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2136519 (дата звернення: 16.02.2020).
8. Mishra P.K. Financial Innovation and Economic Growth – A Theoretical Approach. *Central University of Jharkhand*. 2008. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1262658 (дата звернення: 16.02.2020).
9. Laurent L.J. Financial Innovations and the Dynamics of Emerging Capital Markets. *Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University and HEC School of Management*. URL: http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-1-4615-1623-1_1 (дата звернення: 16.02.2020).
10. Schrieder G., Heidhues F. Reaching the Poor through Financial Innovations. *Quarterly Journal of International Agriculture*. 1995. №34 (2), p.132–148. URL: http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=DE9660555 (дата звернення: 16.10.2019).
11. Кучер Т.Л. Вплив інноваційних інструментів фінансового ринку України на прямі іноземні інвестиції. *Економічний аналіз: зб. наук. праць Тернопільського національного економічного університету*. 2015. №22 (2). С. 34–43.
12. Кучеренко А. Інституційні інструменти стимулювання фінансового інжинірингу. *Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту*. 2018. № 2. С. 88–99
13. Белінська Г.В. Ринок фінансових інновацій: сутність, особливості та передумови створення. *Наукові праці НДФІ.* 2016. Вип. 1. С. 137–149.
14. Зимовець В.В. Капіталізація реального сектору економіки України: тенденції та наслідки. *Світ фінансів.* 2018. Вип. 1. С. 7–21.
15. Руденко М.В. Теоретичні аспекти взаємодії фінансового і реального секторів економіки. *Вісник Університету банківської справи*. 2017. № 1. С. 21–29.

16. Барановський О.І. Трансформаційні процеси у фінансовому секторі національної економіки: теорія, методологія та моделювання: монографія Київ: ДВНЗ «Університет банківської справи». 2017. 488 с.

17. Глазова А.Б. Особливості віртуалізації світового фондового ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2019. Вип. 24(1). С. 84–90.

18. Пельо А.Б. Віртуалізація світового фінансового ринку як головна детермінанта розвитку сучасної міжнародної валютної системи. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності.* 2013. Вип. 1(3). С. 159–163.

19. Белінська Г.В. Сек'юритизація активів як інновація на фінансовому ринку України. *Наукові праці НДФІ.* 2010. Вип. 1.С. 106–111.

20. Дріга О.П. Облік і аналіз сек'юритизації активів: монографія. Нац. гірн. ун-т. Дніпро: НГУ. 2016. 212 с.

REFERENCES:

1. Benhabib J., Spiegel M. M. (2000) The Role of Financial Development in Growth and Investment. *Journal of Economic Growth,* No 5, P. 341–360 (in English).

2. Kvasnytska R.S. (2015) Investytsiinyi potentsial instytutiv finansovoho rynku Ukrainy [Investment potential of financial market institutions of Ukraine]: monohrafiia. *Khmelnytskyi: PP «Monuskrypt*», pp. 314. (in Ukrainian)

3. Levine R. (2005) Finance and Growth: Theory, Evidence, and Mechanisms. *Handbook of economic growth*. Elsever. 207 p. (in English).

4. Wurgler J. (1999) Financial Markets and the Allocation of Capital. *Yale ICF Working Paper*, No 8, 39 p. (in English).

5. Alekseienko L.M. (2016) Instytutsionalna transformatsiia innovatsiinykh instrumentiv finansovoho rynku: teoriia y empiryka [Institutional transformation of innovative financial market instruments: theory and empirics]. *Ekonomichnyi analiz: zb. nauk. prats Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*, Vol. 25, no 1, pp. 101–105.

6. Frame W., White L. (2002) Empirical Studies of Financial Innovation: Mostly Talk and Not Much Action. *Journal of Economic 215 Literature.* No 42. p. 116–144. URL: https://ideas.repec.org/p/ste/nystbu/02-18.html (accessed: 16 February 2020) (in English).

7. Mminele A.D. (2008) Benefits and risks of new instruments: derivatives and securitization. *Conference on Financial Innovation and Emerging Markets held in Berlin*.2008.URL:https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2136519 (accessed: 16 February 2020) (in English).

8. Mishra P.K. (2008) Financial Innovation and Economic Growth – A Theoretical Approach. *Central University of Jharkhand*. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1262658 (accessed: 16 February 2020) (in English).

9. Laurent L.J.Financial Innovations and the Dynamics of Emerging Capital Markets. *Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University and HEC School of Management*. URL: http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-1-4615-1623-1_1 (accessed: 16 February 2020) (in English).

10. Schrieder G., Heidhues F. (1995) Reaching the Poor through Financial Innovations. *Quarterly Journal of International Agriculture*, No 34 (2), p. 132–148. URL: http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=DE9660555 (accessed: 16 February 2020) (in English).

11. Kucher T.L. (2015) Vplyv innovatsiinykh instrumentiv finansovoho rynku Ukrainy na priami inozemni investytsii [Impact of innovative financial market instruments of Ukraine on foreign direct investment]. *Ekonomichnyi analiz: zb. nauk. prats Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*, No 22(2), pp. 34–43 (in Ukrainian).

12. Kucherenko A. (2018) Instytutsiini instrumenty stymuliuvannia finansovoho inzhynirynhu [Institutional tools for stimulating financial engineering]. *Visn. Kyiv. nats. torh.-ekon. un-tu, No* 2, pp. 88–99 (in Ukrainian).

13. Belinska H.V. (2016) Rynok finansovykh innovatsii: sutnist, osoblyvosti ta peredumovy stvorennia [Financial innovation market: the essence, features and prerequisites of creation]. *Naukovi pratsi NDFI,* Vol. 1, pp. 137–149 (in Ukrainian).

14. Zymovets V.V. (2018) Kapitalizatsiia realnoho sektoru ekonomiky Ukrainy: tendentsii ta naslidky [Capitalization of the Real Sector of the Ukrainian Economy: Trends and Implications]. *Svit finansiv*, Vol. 1, pp. 7–21 (in Ukrainian).

15. Rudenko M. V. (2017) Teoretychni aspekty vzaiemodii finansovoho i realnoho sektoriv ekonomiky [Theoretical aspects of the interaction between the financial and real sectors of the economy]. *Visnyk Universytetu bankivskoi spravy,* No 1, pp. 21–29 (in Ukrainian).

16. Baranovskyi O.I. (2017) Transformatsiini protsesy u finansovomu sektori natsionalnoi ekonomiky: teoriia, metodolohiia ta modeliuvannia [Transformational processes in the financial sector of the national economy: theory, methodology and modeling]: monohrafiia. *Kyiv: DVNZ «Universytet bankivskoi spravy*», 488 pp. (in Ukrainian).

17. Hlazova A.B. (2019) Osoblyvosti virtualizatsii svitovoho fondovoho rynku [Features of virtualization of the world stock market] *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo,* Vol. 24(1), pp. 84–90 (in Ukrainian).

18. Pelo A. B. (2013) Virtualizatsiia svitovoho finansovoho rynku yak holovna determinanta rozvytku suchasnoi mizhnarodnoi valiutnoi systemy [Virtualization of the world financial market as the main determinant of the development of the modern international monetary system]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti***,** Vol. 1(3), pp. 159–163 (in Ukrainian).

19. Belinska H. V. (2010) Sekiurytyzatsiia aktyviv yak innovatsiia na finansovomu rynku Ukrainy [Securitization of assets as an innovation in the financial market of Ukraine]. *Naukovi pratsi NDFI*, Vol. 1, pp. 106–111 (in Ukrainian).

20. Driha O.P. (2016) Oblik i analiz sekiurytyzatsii aktyviv: monohrafiia [Asset securitization accounting and analysis]. *Nats. hirn. un-t. Dnipro: NHU*, 212 p. (in Ukrainian).

АДМІНІСТРУВАННЯ МАЙНОВИХ ПОДАТКІВ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА СВІТОВІЙ ФІСКАЛЬНІЙ ПРАКТИЦІ

THE ADMINISTRATION OF PROPERTY TAXES IN UKRAINIAN AND WORLD FISCAL PRACTICE

УДК 336.22
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-71

Ткачик Ф.П.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри податків
та фіскальної політики
Тернопільський національний
економічний університет
Дмитрів В.І.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри податків
та фіскальної політики
Тернопільський національний
економічний університет

Tkachyk Fedir
Ternopil National Economic University
Dmytriv Volodymyr
Ternopil National Economic University

У статті акцентується увага на фіскальній та соціально-економічній ролі майнових податків. Визначено способи ідентифікації бази оподаткування податками на майно у світовій практиці. Систематизовано економіко-правові та економіко-функціональні принципи майнового оподаткування. Доведено, що податок на нерухоме майно та земельний податок виступають вагомим чинником забезпечення фінансової компоненти місцевого розвитку. Проаналізовано динаміку надходжень та структури майнових податків до Зведеного бюджету України. Проведено моніторинг питомої ваги майнових податків у податкових надходженнях розвинених країн світу. Акцентовано увагу на імплементації зарубіжного досвіду оподаткування податків на майно в українську фіскальну практику. Окреслено передумови підвищення значущості податку на нерухоме майно відмінне від земельної ділянки для дохідної частини місцевих бюджетів. Запропоновано вектори удосконалення процедур адміністрування майнових податків в Україні.

Ключові слова: *фіскальна політика, адміністрування податків, оподаткування нерухомості, податок на майно, база оподаткування, місцеві податки і збори.*

В статье акцентируется внимание на фискальной и социально-экономической роли имущественных налогов. Определены способы идентификации базы обложения налогами на имущество в мировой практике. Систематизированы экономико-правовые и экономико-функциональные принципы имущественного налогообложения. Доказано, что налог на недвижимое имущество и земельный налог выступают важным фактором обеспечения финансовой компоненты местного развития. Проанализирована динамика поступлений и структуры имущественных налогов в Сводный бюджет Украины. Проведен мониторинг удельного веса имущественных налогов в налоговых поступлениях развитых стран мира. Акцентировано внимание на имплементации зарубежного опыта налогообложения налогов на имущество в украинскую фискальную практику. Определены предпосылки повышения значимости налога на недвижимое имущество отличное от земельного участка для доходной части местных бюджетов. Предложено векторы совершенствования процедур администрирования имущественных налогов в Украине.

Ключевые слова: *фискальная политика, администрирование налогов, налогообложения недвижимости, налог на имущество, база налогообложения, местные налоги и сборы.*

The article investigates the nature and role of property taxes for the state and society. The ways of identification of the base of taxation of property taxes in the world practice are defined. It is proved that the property tax is exclusively property (movable or immovable). The economic-legal and economic-functional principles of property taxation have been systematized. It is proved that real estate tax and land tax are important factors in securing the financial component of local development. In this context, significant steps have been taken in Ukraine to strengthen financial decentralization and strengthen the resource base of local governments. The dynamics of revenues and structure of property taxes to the Consolidated Budget of Ukraine are analyzed. The share of property taxes in tax revenues of developed countries of the world is monitored. Emphasis is placed on the implementation of the foreign experience of taxing property taxes in the Ukrainian fiscal practice. For the Ukrainian realities on the basis of property taxation, the most appropriate option is a differentiated approach in the taxation of real estate, which will allow effective use of the available information regarding land, buildings and structures. Strengthening the role of the real estate tax, other than land, in the filling of local budgets can be obtained through the conversion of all real estate. At the same time, it is important to change the mechanism of tax administration in terms of verification of the tax base, to offer economically justifiable differentiation of tax rates, to eliminate inefficient benefits, to improve the efficiency of electronic declaration of property. The prerequisites for raising the importance of the real estate tax other than the land plot for the revenue part of local budgets are outlined. The vectors of improvement of procedures of administration of property taxes in Ukraine are offered. The urgency of introducing a system of electronic tax declaration of income and property of citizens, which would in addition to the publication of their wealth ensure verification of payment of their taxes.

Key words: *fiscal policy, tax administration, real estate taxation, property tax, tax base, local taxes and fees.*

Постановка проблеми. Розвиток України як незалежної держави з європейськими цінностями потребує підвищення якості державного управління у різних сферах економічної політики, формування ефективного місцевого самоврядування на засадах децентралізації влади та бюджетної системи. Податкові надходження повинні стати важливим інструментом зміцнення фінансової бази місцевого самоврядування.

Одним із основних джерел дохідної частини місцевих бюджетів є майнове оподаткування, що є невід'ємною складовою податкових систем розвинених країн світу. Майнові податки виступають не тільки як важливий фіскальний інструмент, але і як соціально-справедливий економічний регулятор розвитку держави. На сьогодні оподаткування майна в Україні представлене податком на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, платою за землю та транспортним податком. Майнове оподаткування застосовується в Україні дещо невпевнено і об'єктивно розглядається як чинник посилення дохідності місцевих бюджетів України, тому і потребує підвищення ефективності та імплементації успішних реформ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідженні проблематики майнового оподаткування у світовому та національному фіскальному просторі зробили провідні вчені

фінансової наукової школи та фахівці-практики. Зокрема, Андрущенко В.Л., Крисоватий А.І., Тучак Т.В., Фрадинський О.А. досліджували вітчизняний та світовий досвід оподаткування нерухомого майна, Габрись О.О. та Шолкова Т.А. досліджували переваги та недоліки майнового оподаткування в Україні. Бак Н.А. досліджував стан та перспективи дієвості місцевого оподаткування в Україні, Волохова І. С. досліджувала роль місцевих податків та зборів, у тому числі і майнових податків в доходах місцевих бюджетів України. Дубоносова А.С., Малініна Н.М. у своїх працях досліджували загальні аспекти майнового оподаткування в Україні, Дж. Делі, Б. Коутс, Варналій З.С., Миргородська Л.О. описували механізми реформування майнового оподаткування у світовій практиці тощо.

Віддаючи належне науковим досягненням учених та оцінюючи їх значний внесок у розвиток досліджуваної проблематики, констатуємо, що результати проведених досліджень у повній мірі не забезпечують належного рівня обґрунтування імплементації ефективних прийомів оподаткування у процедури адміністрування майнових податків в Україні.

Постановка завдання. Майнові податки у європейському фіскальному просторі слугують фінансовим базисом розвитку територіальних одиниць. В сучасних реаліях українська практика майнового оподаткування має враховувати світові доктрини ефективного податкового адміністрування. Основною метою статті є дослідження актуальних тенденцій майнового оподаткування в Україні та світі, а також систематизація перспектив ефективного оподаткування майна в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковій літературі існує три основні підходи щодо визначення сутності майнового оподаткування. Відповідно до першого підходу, систему майнового оподаткування формує сукупність податків, що пов'язані з наявністю чи рухом майна. Інший підхід полягає у визначенні об'єктом оподаткування виключно майна (рухомого та нерухомого), незалежно від здатності забезпечувати дохід його власнику. Означений підхід, на думку А. Дубоносової, у спрощеній формі відображає суть майнового оподаткування [1]. Поряд з цими підходами слід також зазначити, що майно визначається об'єктом оподаткування виключно тоді, коли у платника виникає податковий обов'язок, тобто в контексті закону про конкретний майновий податок.

Податки на майно – це в першу чергу плата за право володіння, тобто їх існування обумовлюється необхідністю оподаткування власності. Виходячи з зазначеного, суб'єктами оподаткування повинні бути власники майна, але на практиці досить розповсюдженим є визначення суб'єктами податкових відносин як власників, так і користувачів [2].

Найбільш розповсюдженою базою оподаткування майна можна вважати землю і об'єкти нерухомості, але в деяких країнах база оподаткування є більш розгалуженою і об'єктів оподаткування залучаються ще інші види рухомого та нерухомого майна: транспортні засоби, обладнання та устаткування, нематеріальні активи, предмети розкоші і т.д.

У світовій практиці існує два основних способи визначення бази оподаткування. В першому випадку базою оподаткування є доходи, які власник отримує у процесі користування майном. У даному випадку базою оподаткування є суми рентного доходу, і податок, по суті, є додатковим платежем з доходів [3].

В іншому випадку, база оподаткування розраховується на основі капітальної вартості за допомогою ринкових або кадастрових методик оцінки, що визначає саме майнову природу податку, тобто обумовлює визнання податку на майно податком на багатство. Такий підхід сприяє підвищенню прогресивності податкової системи, оскільки ринкова оцінка вартості майна більш точно характеризує цінність об'єкту для його власника.

Об'єктом майнового податку є виключно майно (рухоме чи нерухоме), незалежно від того, чи є воно джерелом доходу, чи ні. Майнові податки мають значний фіскальний і регулюючий потенціал, одночасно володіючи всіма перевагами прямих податків, і при ефективному управлінні здатні значно збільшити доходи місцевих бюджетів [5].

Основні принципи майнового оподаткування поділяються на економіко-правові (загальності, контрольованості, простоти оподаткування) та економіко-функціональні (реальності, раціональності, ціленаправленості, справедливості, економічної ефективності, об'єктивності тощо).

Соціально-економічний розвиток держави передбачає ефективне функціонування територіальних громад, в т.ч. через вміння якісно сформувати фінансовий потенціал адміністративної одиниці. Така здатність потребує відповідного податкового забезпечення, що реалізується через механізми формування доходів місцевих бюджетів. Згідно з Податковим кодексом [6], в Україні до місцевих майнових податків належить податок на майно: податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, транспортний податок та плата за землю.

В умовах динамізму децентралізаційних процесів, загострення фінансово-економічної, соціально-політичної ситуації в Україні, скорочення ВВП, зниження рівня зовнішньоекономічної безпеки, підвищення рівня тінізації економіки та ухилення від оподаткування, значної диференціації доходів населення, зниження його купівельної спроможності, збитковості більшості малих та середніх підприємств в Україні, необхідність наповнення бюджетних ресурсів для виконання

державою відповідних функцій, а також покриття фіскального розриву, призводить до нерівномірного розподілу податкового навантаження між суб'єктами господарської діяльності та соціальної нерівності. Майнові податки в цьому контексті мають актуальне значення та досконалі переваги серед інших видів податків і платежів.

Важливо констатувати, що пріоритетним аспектом майнового оподаткування є спрямованість сум майнових податків, майнові податки виступають постійним і стабільним джерелом забезпечення фінансовими ресурсами місцевих бюджетів [7, с. 102]. Поряд з цим, слід наголосити, що одним із принципів Європейської хартії місцевого самоврядування, яка була ратифікована в Україні 1997 року, є можливість частину фінансових надходжень органів місцевого самоврядування формувати за допомогою місцевих податків та зборів, основні елементи яких вони мають право встановлювати згідно з діючим законодавством [8].

Рис. 1. Динаміка надходження майнових податків до Зведеного бюджету України у 2014 – 3 кв. 2019 рр., млрд. грн.

Джерело: побудовано на основі [9]

Протягом останніх років в Україні були здійснені суттєві кроки щодо посилення фінансової децентралізації та зміцнення ресурсної бази органів місцевого самоврядування. В цьому контексті було ініційовано та внесено зміни до податкового та бюджетного законодавства в частині збільшення обсягів як власних доходів місцевих бюджетів, так і місцевих податків та зборів, а саме: оптимізовано структуру податкових платежів (ліквідовано ті податки, видатки на адміністрування яких були більшими, ніж фіскальний ефект їхнього адміністрування); диференційовано перелік типів об'єктів оподаткування; оптимізовано податкові ставки; збільшено коло платників податків; деякі види загальнодержавних податків трансформовано у до місцевих; запроваджено та оновлено механізми діджиталізації оподаткування майна та доходів громадян тощо.

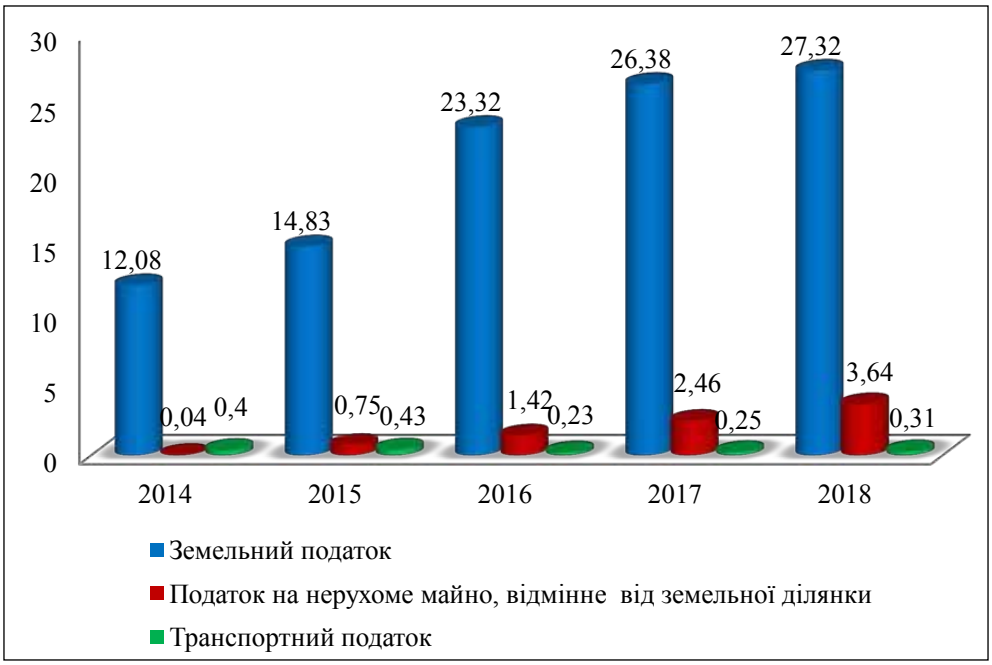


Рис. 2. Динаміка структури майнових податків в системі бюджетних доходів у 2014-2018 рр., млрд. грн.

Джерело: побудовано на основі [9]

Прагматичний аспект свідчить про зростання надходжень податку на майно до зведеного бюджету України, зокрема заслуговує на увагу динаміка зростання майнових податків у 2016 році, яка, порівняно з попереднім періодом, збільшилася в 1,56 рази, зберігаючи тренд зростання до 2019 року (у 2019 році заплановане надходження 35,3 млрд. грн., що станом на 3 квартал 2019 року виконано на 82%) (рис. 1).

Суттєве зростання надходжень майнових податків обумовлено зростанням фіскальної ролі плати за землю (див. рис 2). З даного джерела надійшло у 2015 р. 14831 млн. грн., що на 22,74% більше 2014 р. Таке зростання було обумовлено введенням коефіцієнту індексації нормативної грошової оцінки [10, с. 68].

З приводу адміністрування транспортного податку, варто відмітити, що постійні зміни податкового законодавства призводять до зменшення його фіскальної ролі. Існування транспортного податку у тому вигляді, який він є на сьогодні, має низку недоліків, які притаманні кожному елементу даного податку та потребують суттєвих реформувань.

Питома вага податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки протягом кожного року зростає, зокрема, протягом 2014-2018 рр. збільшилася приблизно у 3 рази.

Поряд з цим, констатуємо, що податок на нерухомість складає 100% податкових надходжень в місцеві бюджети Австралії та Великобританії, до 100% – Канади, Ірландії та Греції, біля 50-70% – Франції, США, Нідерландів. Найнижча частка 2,7% – у Швеції. Але у той же час, є країни, у яких майнові податки взагалі відсутні, а саме: Хорватія, Люксембург та Мальта (рис. 3).

Сьогодні здійсненні великі реформаторські заходи в податкових системах розвинених країн світу в сфері оподаткування майна, в тому числі США, Німеччина, Франція. Їх основна мета ідентифікується через прагнення держави ініціювати зростання приватних інвестицій в будівництво житла. При цьому наголос у податковій політиці зарубіжних країн робиться на фіксовані податки, до яких належать: податок на нерухомість, податок з продажу, певні неподаткові збори.

Світова практика також засвідчує, що основу фінансово-економічної самостійності місцевих органів формує податок на нерухомість (наприклад, майнові – в США, Японії; поземельний податок – в Німеччині, Франції; податок на житло у Франції; податок на нерухоме майно та податок на приріст вартості земельних ділянок в межах міста – в Іспанії), збір і розпорядження якого відбуваються безпосередньо на місцевому рівні.

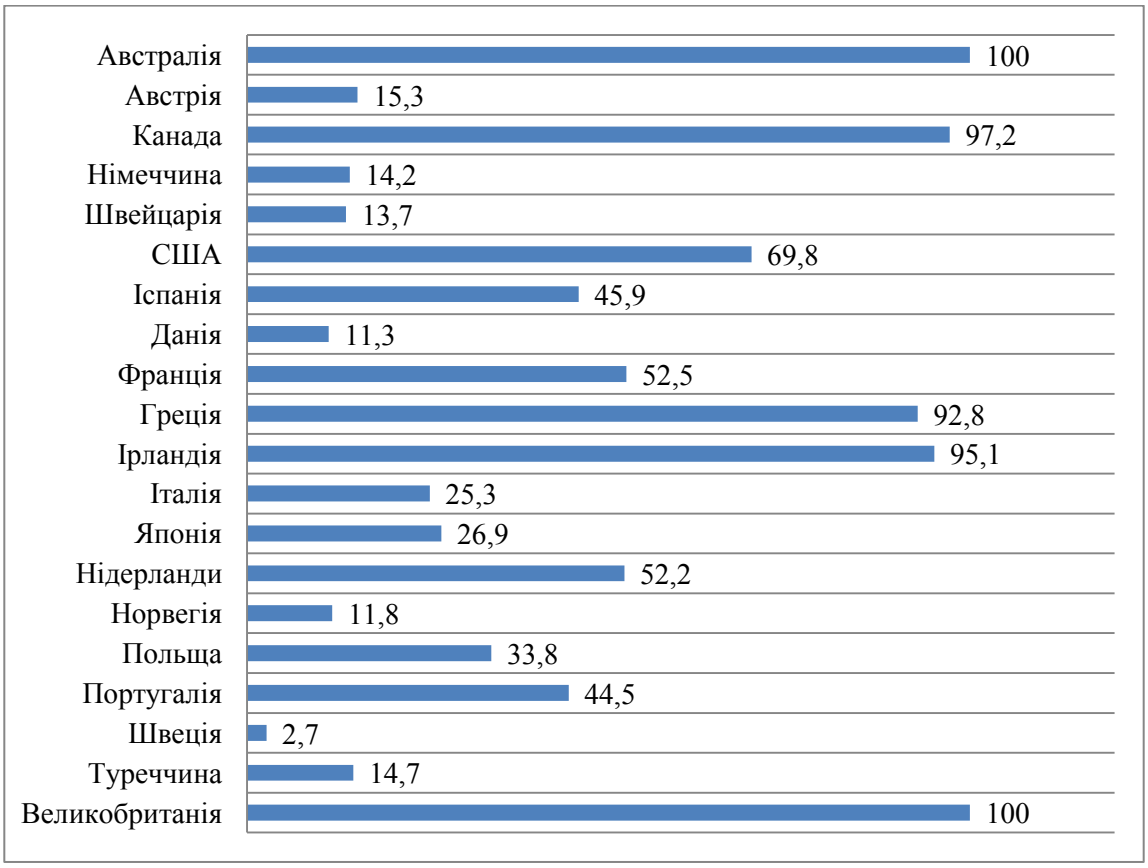


Рис. 3. Питома вага майнових податків у податкових доходах місцевих бюджетів окремих країн ОЕСР (станом на 01.01.2018р.)

Джерело: побудовано на основі [9]

Об'єктами оподаткування зазначеним податком служить нерухоме (земля, будівлі, інші види нерухомості) та рухоме (машини і обладнання, літаки та судна) майно. Базою оподаткування, переважно, у всіх країнах є оціночна вартість майна. Оскільки оподаткування і адміністрування цього податку відбуваються згідно з місцевим законодавством, то ставки податку розрізняються і встановлюються як у відсотковому відношенні від вартості майна, так і у вигляді твердої суми з одиниці вартості майна [11].

В США середній розмір податкової ставки по всій країні – 1,4% від вартості майна, тим не менше, в деяких штатах вона коливається від 2,5% до 6,75%. При цьому комерційна власність оподатковується майновим податком по диференційованих ставках. Власники квартир платять менше, ніж власники житлового будинку, який здається в оренду. В Канаді податок на нерухомість нараховується в розмірі 0,5-1% від вартості власності. Важливо наголосити, що ставка різко підвищується в тому випадку, якщо нерухомість використовується для певних видів діяльності. Наприклад, податок з перукарні встановлюється в розмірі 30% від вартості будівлі, податок з адвокатських агентств і лікарських кабінетів – 50%, а якщо будівля використовується для виробництва алкогольної продукції, податок на нерухомість складає 140% [12].

На наш погляд, для українських реалій щодо формування бази майнового оподаткування перспективним варіантом є диференційований підхід при оподаткуванні нерухомості, що сприятиме ефективному використанню наявної інформаційної бази щодо земель, будинків, споруд.

Зважаючи на значну роль податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, в наповненні місцевих бюджетів у країнах світу, та аналізі вітчизняної системи оподаткування нерухомості, можна стверджувати, що в Україні існують усі передумови підвищення значення такого податку для дохідної частини місцевих бюджетів. Проте в контексті цього існує низка проблем: неповнота державного реєстру речових прав на нерухоме майно; відсутність адекватної (основаної на ринковій чи оціненій вартості нерухомості) бази оподаткування; відсутність політичної волі органів місцевого самоврядування щодо посилення заходів із збільшення податкових надходжень з нерухомого майна.

Посилення ролі податку на нерухоме майно, відмінне від земельних ділянок, в наповненні місцевих бюджетів можна отримати за допомогою переобліку усієї нерухомості, а також внесенні змін в механізм адміністрування податку, зокрема, в частині бази оподаткування та економічно-обґрунтованої диференціації ставок податку з одночасним скасуванням неефективних пільг.

Отже, Україні слід звернути більше уваги на податок на майно, який є найменш шкідливим для зростання економіки та дуже перспективним з огляду на можливість зменшення корупційних ризиків. Крім того, на відміну від капіталу, нерухомість не має мобільності, щоб уникнути податків [13]. Побоювання з приводу ризиків, пов'язаних з багатонаціональним ухиленням від сплати податків, збільшення мобільності капіталу в усьому світі, а також поступове збільшення вартості майна/нерухомості по відношенню до доходів (особливо у разі подолання заборони на продаж сільськогосподарських земель), високий ступінь вертикальної і горизонтальної справедливості роблять податок на майно пріоритетним в податковій реформі.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, моніторинг процедур оподаткування майна в Україні та зарубіжних країнах дає можливість зробити наступні висновки: податок на нерухоме майно є важливим джерелом поповнення місцевих бюджетів; алгоритм оподаткування нерухомого майна визначається на центральному та місцевому рівнях; при оцінці вартості оподатковуваного нерухомого майна використовуються два способи: оцінка на базі річної орендної плати (Франція, Великобританія) і оцінювання на основі передбачуваної ціни продажу (країни Північної Європи, Латинської Америки, США, Японії).

В першу чергу реформування майнового оподаткування в Україні повинно бути спрямовано не лише на зростання його фіскальної ролі, що є дуже важливим напрямком в умовах децентралізації, але й на врахування соціальних, економічних та екологічних складових податку на майно.

Також доцільно на основі системи електронного декларування майнового стану державних службовців розробити систему електронного податкового декларування майна громадян, яка би крім оприлюднення своїх статків забезпечувала верифікацію сплати з них податків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дубоносова А.С. Майно як об'єкт оподаткування. *Форум Права*. 2008. № 3. С.146-151.

2. Венгер В.В. Фінанси: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2016. 428 с.

3. Семкина Т.И., Логинова Т.А. Налоговые льготы в свете нового порядка взимания налога на имущество физических лиц и налога на имущество организаций. *Финансы*. 2016. № 10. С. 32-37.

4. Малініна Н.М. Особливості побудови системи майнового оподаткування в Україні. *Інноваційна економіка*. 2013. № 2. С. 309-313.

5. Система майнових податків. Плата за ресурси. URL: https://pidruchniki.com/1082101655150/ekonomika/sistema_maynovih_podatkiv_plata_resursi (дата звернення: 22.12.2019).

6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Відомості Верховної Ради України. URL:

https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. (дата звернення: 10.01.2020).

7. Ткачик Ф.П. Податкове консультування: навчальний посібник. Тернопіль, Вектор. 2015. 252 с.

8. Мартинов А.Ю. Європейська хартія місцевого самоврядування від 15.10.1985р. Страсбург. URL: http://www.history.org.ua/?termin=Evro_khartiya_miscevogo_samovryad_1985 (дата звернення: 22.12.2019).

9. Річні звіти про виконання державного бюджету за 2014-2019 роки. Офіційний веб-сайт державної казначейської служби України. URL: https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu (дата звернення: 10.01.2020).

10. Бюджетний моніторинг: аналіз виконання бюджету за 2016 рік / Зубенко В.В., Самчинська І.В., Рудик А.Ю. та ін.; ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-ІІ) впровадження», USAID. Київ, 2017. 92 с.

11. Миргородська Л.О. Фінансові системи зарубіжних країн: навч. посіб. 2-ге вид., переробл. та доповн. Київ: ЦУЛ, 2016. 318 с.

12. Андрущенко В.Л. Варналій З.С. Прокопенко І.А. Тучак Т.В. Податкові системи зарубіжних держав. навч. посіб. Київ. Кондор-Видавництво, 2012. 222 с.

13. John Daley and Brendan Coates (2015) Property Taxes, Grattan Institute Working Paper № 2015-5, July 2015. Available from: https://grattan.edu.au/report/property-taxes/ (дата звернення: 22.12.2019).

REFERENCES:

1. Dubonosova A.S. (2008) Maino yak obiekt opodatkuvannia [Property as an object of taxation]. *Forum Prava*. no. 3. pp. 146-151. (in Ukrainian)

2. Venher V.V. (2016) Finansy: navch. posib. [Finance: Teaching tool]. Kyiv: TsUL. 428 p. (in Ukrainian)

3. Semkyna T.Y., Lohynova T.A. (2016) Nalohovye lhoty v svete novoho poriadka vzymanyia naloha na ymushchestvo fyzycheskykh lyts y naloha na ymushchestvo orhanyzatsyi [Tax privileges in the light of the new procedure for levying property tax on individuals and property tax on organizations]. *Finansy*. no. 10. pp. 32-37. (in Russian)

4. Malinina N.M. (2013) Osoblyvosti pobudovy systemy mainovoho opodatkuvannia v Ukraini [Features of construction of the system of property taxation in Ukraine]. *Innovatsiina ekonomika*. no. 2. pp. 309-313. (in Ukrainian)

5. Systema mainovykh podatkiv. Plata za resursy [Property tax system. Resource fee]. Available from: https://pidruchniki.com/1082101655150/ekonomika/sistema_maynovih_podatkiv_plata_resursi (accessed 22 December 2019).

6. Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 02.12.2010r. № 2755-VI [The Tax Code of Ukraine]. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. Available from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (accessed 10 January 2020).

7. Tkachyk F.P. (2015) Podatkove konsultuvannia: navchalnyi posibnyk [Tax consulting]. Ternopil, Vektor. 252 p. (in Ukrainian)

8. Martynov A.Iu. Yevropeiska khartiia mistsevoho samovriaduvannia vid 15.10.1985r [European Charter of Local Self-Government]. Strasburh. Available from: http://www.history.org.ua/?termin=Evro_khartiya_miscevogo_samovryad_1985 (accessed 22 December 2019).

9. Richni zvity pro vykonannia derzhavnoho biudzhetu za 2014-2019 roky [Annual reports on the implementation of the state budget for 2014-2019]. Ofitsiinyi veb-sait derzhavnoi kaznacheiskoi sluzhby Ukrainy. Available from: https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu (accessed 10 January 2020).

10. Zubenko V.V., Samchynska I.V., Rudyk A.Iu. (2017) Biudzhetnyi monitorynh: analiz vykonannia biudzhetu za 2016 rik [Budget Monitoring: Analysis of Budget Execution for 2016]. IBSED, Proekt «Zmitsnennia mistsevoi finansovoi initsiatyvy (ZMFI-II) vprovadzhennia», USAID. Kyiv. 92 p. (in Ukrainian)

11. Myrhorodska L.O. (2016) Finansovi systemy zarubizhnykh krain: navch. posib. [Financial systems of foreign countries] 2-he vyd., pererobl. ta dopovn. Kyiv: TsUL, 318 p. (in Ukrainian)

12. Andrushchenko V.L. Varnalii Z.S. Prokopenko I.A. Tuchak T.V. (2012) Podatkovi systemy zarubizhnykh derzhav: navch. posib [Tax systems of foreign countries]. Kyiv. Kondor-Vydavnytstvo, 222 p. (in Ukrainian)

13. John Daley and Brendan Coates (2015) Property Taxes, Grattan Institute Working Paper № 2015-5, July 2015. Available from: https://grattan.edu.au/report/property-taxes/ (accessed 22 December 2019).

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УКРАЇНІ ТА В ІНШИХ КРАЇНАХ СВІТУ

FEATURES OF FORMATION AND USE OF LOCAL BUDGETS IN UKRAINE AND IN OTHER COUNTRIES OF THE WORLD

УДК 336.67
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-72

Фрунза С.А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Центральноукраїнський національний
технічний університет
Гаврилова Н.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Центральноукраїнський національний
технічний університет

Frunza Svetlana
Central Ukrainian National
Technical University
Havrylova Nataliia
Central Ukrainian National
Technical University

У статті розглянуто теоретичні основи визначення категорії «місцевий бюджет». Проведено аналіз ролі місцевих бюджетів в економіці інших країн світу. Розглянуто основні складники місцевої бюджетної політики, а саме: структура рівнів, інструменти та джерела формування місцевих бюджетів у зарубіжних країнах і в Україні. Виявлено чинники, які впливають на формування фінансових ресурсів місцевих бюджетів цих країн. Розглянуто особливості формування бюджетної політики та напрями використання коштів у місцевих бюджетах. Визначено основні надходження до місцевих бюджетів за рахунок податкових та неподаткових платежів, а також їх спрямування в країнах Німеччині, Великобританії, Франції та в Україні. Надано порівняльну характеристику складників бюджетної політики у цих країнах. Запропоновано заходи щодо впровадження альтернативних джерел наповнення місцевих бюджетів за рахунок упровадження ефективної бюджетної політики в державі.

Ключові слова: *місцевий бюджет, місцеве самоврядування, місцеві фінанси, кошти місцевого самоврядування, фінансова система, фінансові ресурси.*

В статье рассмотрены теоретические основы определения категории «местный бюджет». Проведен анализ роли местных бюджетов в экономике других стран мира. Рассмотрены основные составляющие местной бюджетной политики, а именно: структура уровней, инструменты и источники формирования местных бюджетов в зарубежных странах и в Украине. Выявлены факторы, которые влияют на формирование финансовых ресурсов местных бюджетов этих стран. Рассмотрены особенности формирования бюджетной политики и направления использования средств в местных бюджетах. Определены основные поступления в местные бюджеты за счет налоговых и неналоговых платежей, а также их использование в странах Германии, Великобритании, Франции и в Украине. Представлена сравнительная характеристика составляющих бюджетной политики в этих странах. Предложены направления по внедрению альтернативных источников наполнения местных бюджетов за счет внедрения эффективной бюджетной политики в государстве.

Ключевые слова: *местный бюджет, местное самоуправление, местные финансы, средства местного самоуправления, финансовая система, финансовые ресурсы.*

The article considers theoretical bases of the definition of "local budget". This category reflects funds financial resources intended for implementation of tasks and functions of local authorities. The role of local budgets in the economy of other countries of the world is determined. Public policy local budgets directed that each budget is a separate, has its own sources of revenue and no responsibility for other budgets. The main components of local budgetary policy are considered, such as: structure of levels, tools and sources of local budgeting in foreign countries and in Ukraine. The factors that influence the formation of the financial resources of the local budgets of these countries are considered. The main factors are: legislative and regulatory conditions for the development of the state, social development of the population and enterprises, the introduction of tools to stimulate the economy in the state. The peculiarities of budget policy formation and directions of use of funds in local budgets are considered. The main revenues to local budgets are determined by tax and non-tax payments. Their destinations are used in Germany, the United Kingdom, France and Ukraine. The local budget is formed at the expense of internal and external sources. The main components of fiscal policy in these countries are characterized and compared. The analysis of revenues of local budgets in Germany, the Great Britain, France and Ukraine allowed to identify similar sources of funding: own revenues, targeted grants; targeted subsidies from the state budget, foreign resources will not be refunded; resources from the European Union; other resources, certain specific legal rules. In today's context, the main problems of local budgetary policy in today's context are highlighted. Problems are: rising costs; a high proportion of intergovernmental transfers in local budgets; high level of subsidies from the budget resources of the state. The activities proposed for the introduction of alternative sources of filling local budgets, through the introduction of effective fiscal policy in the state. Significant role in the effective formation of local budgets has the limitation of state subsidies and subventions.

Key words: *local budget, local government, local finance, local government funds, financial system, financial resources.*

Постановка проблеми. Кожна країна світу намагається приділяти увагу питанням, що стосуються розвитку бюджетних відносин, особливо територіального, враховуючи сучасні методи та джерела фінансування, шляхом економічних реформ та перетворень. У цьому контексті позитивний та негативний досвід може бути корисним для впровадження найкращих методик формування та використання місцевих бюджетів в Україні, враховуючи особливості економічної та соціальної політики в державі. Науково обґрунтована бюджетна система, враховуючи особливості конкретної країни, може позитивно вплинути на розвиток економіки, розширити можливості ділової активності суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування місцевих бюджетів постійно перебуває у полі зору науковців та практиків, таких як А. Вагнер, О. Василик, Б. Данилишин, О. Кравченко, І. Луніна, А. Сміт та ін. Більшість праць присвячено дослідженню проблем та практичних аспектів впливу держави на місцеві бюджети, ефективному функціонуванню бюджетної системи, напрямам подальшого вдосконалення системи фінансування органів місцевого самоврядування, процесам формування і розподілу коштів із місцевих бюджетів.

Однак, ураховуючи постійні зміни в податковій та бюджетній політиці держави, потребують подальшого дослідження питання ефективного

формування та раціонального використання місцевих бюджетів у сучасних умовах.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз досвіду формування та використання місцевих бюджетів у країнах із розвинутою економікою; порівняння з існуючим механізмом державної політики в Україні, визначаючи проблеми та заходи для поліпшення місцевої бюджетної політики в державі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Із розвитком інтеграційних відносин України з країнами ЄС є потреба у вивченні їхньої державної політики, яка повинна бути спрямована на формування місцевих бюджетних коштів. Ураховуючи досвід інших розвинутих країн світу, можна зазначити, що в Україні досі використовують екстенсивні методи для розвитку національної економіки. Це, своєю чергою, викликає нераціональний та неефективний розподіл коштів місцевих бюджетів.

Порядок формування та використання коштів місцевих бюджетів залежить від рівнів бюджетного устрою, розмежування повноважень між державними та локальними рівнями управління, бюджетною системою, наслідків впливу політичних чинників, тому першочергово потрібно визначити сутність місцевого бюджету та його роль у бюджетній політиці держави.

Стосовно визначення поняття «місцеві бюджети» в економічній літературі немає єдиної точки зору, тому проаналізуємо деякі тлумачення за різними джерелами (табл. 1).

У Законі «Про місцеве самоврядування в Україні» зазначено, що бюджет місцевого самоврядування (місцевий бюджет) – це план утворення і використання фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення функцій та повноважень місцевого самоврядування. Це одне з перших визначень, яке трактувалося в Україні. Згідно з Бюджетним кодексом України, «місцеві бюджети – це бюджет Автономної Республіки Крим, обласні, районні бюджети та бюджети місцевого самоврядування» (ст. 2.1.34 БКУ) [1].

Узагальнюючи підходи до визначення їх економічної сутності, можна зазначити, що місцеві бюджети можуть розглядатися як фонди фінансових ресурсів. Вони також можуть бути використані для ефективного забезпечення завдань і функцій, які покладені на органи місцевого самоврядування, тому можна зазначити, що характеристика сутності місцевих бюджетів відрізняється, а отже, може мати різні інтерпретації, такі як:

- плановий документ утворення і розподілу фінансових ресурсів для кожного місцевого бюджету;
- інструмент, який використовується в державній регіональній політиці;
- чинник для забезпечення фінансової стабільності та економічного зростання;
- джерело ефективного формування фінансових ресурсів, а також для розвитку і вирішення місцевих проблем;
- є основою для забезпечення конституційних гарантій, які можуть вирішити соціальні проблеми і забезпечити підвищення рівня добробуту населення.

Політика держави щодо місцевих бюджетів повинна бути спрямована на те, щоб кожен бюджет був самостійним (автономним), мав обов'язково власні джерела доходів і не відповідав за інші бюджети. З огляду на це, розглянемо та порівняємо особливості державної бюджетної політики формування місцевих бюджетів таких країн, як: Німеччина (ВВП у 2018 р. – 4 356,4 млрд дол. США, частка податків у ВВП –37,6%), Великобританія (ВВП у 2018 р. – 3 037,8 млрд дол. США, частка податків у ВВП – 35,2%), Франція (ВВП у 2018 р. – 2 962,8 млрд дол. США, частка податків у ВВП – 45,3%) та Україна (ВВП в 2018р. – 390,3 млрд. дол. США, частка податків у ВВП –38,9%) (табл. 2) [9].

У Конституції Німеччини, а також у бюджетному законодавстві зазначено, що бюджет слугує для визначення та покриття фінансових потреб або – за подвійного бюджетного господарства – і витрат, що можуть очікуватися у зв'язку з виконанням завдань федерації або федеральної землі протягом узгодженого періоду часту. Він є основою для здійснення бюджетної та економічної політики, яка формується у цій державі. Під час його формування та виконання обов'язково враховують ощадливість та економічність.

Бюджет у цій країні формується з: податку на доходи фізичних осіб, ПДВ, податку на доходи з капіталу фізичної особи. Здійснюється на трьох рівнях бюджетної системи: федеральному, суб'єктів федерації (земель) та бюджетів громад, між якими здійснюється розподіл податку на прибуток корпорацій та кредитних установ.

Федеральними податками в Німеччині є: акцизні податки (на каву, тютюн, алкогольні напої); податок на енергоносії; податок на транспорт, податок на страхові виплати. Основними видами податків федеральних земель є: на спадок; на майно; на придбання земельної ділянки; на пиво; на утримання пожежної охорони; збір з казино; податок на ігри та лотереї, а також місцеві податки.

Для бюджетної системи Великобританії характерним є те, що вона включає у себе: державний бюджет, державні позабюджетні фонди (це майже 83% від усіх акумульованих фінансових ресурсів держави); бюджети місцевих органів влади, що включають бюджетні та позабюджетні фонди (на рівні 11%); фінанси корпорацій. Місцеві бюджети являють собою бюджети графств і округів, які мають суттєвий вплив на комплексний розвиток територій. Вони складаються на три роки, обов'язково враховують

Таблиця 1

Методологічні підходи до визначення сутності поняття «місцевий бюджет»

Джерело	Сутність поняття
Бюджетний кодекс [1]	Місцеві бюджети – бюджети АР Крим, обласні, районні бюджети, бюджети районів у містах та бюджети самоврядування
О.Д. Василик [2]	Фонди фінансових ресурсів, призначені для реалізації завдань та функцій, що покладаються на органи місцевого самоврядування
В.І. Кравченко [7]	План (кошторис) видатків і доходів відповідного місцевого органу влади чи самоврядування, який необхідно розглядати як правовий акт і як економічну категорію
К.В. Павлюк [2]	Це фонди фінансових ресурсів, призначені для реалізації завдань і функцій, що покладаються на органи місцевого самоврядування
Німеччина, Закон про бюджетні принципи Haushaltsgrund-satzegesetz [4]	Бюджет слугує встановленню й забезпеченню фінансових вимог федерального центру або землі щодо виконання завдань протягом бюджетного періоду; Бюджет – це основа для ведення економіки. Під час складання бюджету обов'язково потрібно враховувати необхідність загальноекономічної рівноваги
Великобританія, Р.А. Шепенко [10]	Місцевий бюджет – попередня оцінка фінансових наслідків передбачуваної діяльності органів місцевого самоврядування на 12- місячний період

Таблиця 2

Основні складники місцевої бюджетної політики в Німеччині, Великобританії, Україні та Франції

Німеччина	*Великобританія*	*Україна*	*Франція*
Структура рівнів місцевого бюджету			
Громади; об'єднання громад, земельні округи; великі міста, які мають статус земельних округів	Бюджети місцевих органів влади (бюджети й позабюджетні фонди – 11% усіх фондів державної фінансової системи)	Бюджет АРК, обласні бюджети, районні бюджети, бюджети районів у містах, бюджети місцевого самоврядування	Має трирівневу систему організації місцевого самоврядування (регіон – департамент – комуна)
Інструменти фінансового регулювання			
Розподіл податків між різними ланками бюджетної системи; трансфертне фінансове вирівнювання (дотації, субсидії)	Доходи з місцевих податкових зборів та фінансової підтримки федерального бюджету (блок-гранти та цільові гранти), субсидії	Власні і закріплені доходи; дотації та субвенції	Субсидії, трансферти, дотації
Джерела фінансового забезпечення			
Доходи з податків; фінансові трансферти; збори і доходи з оплати за послуги (з метою інвестування); кредити. *Види податків*: місцеві акцизи (на собак, на полювання та рибальство, на другу квартиру, на торгівлю алкогольними напоями). Податок на землю	Субсидії центрального уряду; податок на житло; тарифи на рухоме майно; збори і доходи від продажу ліцензій. *Види податків*: функціонує лише один місцевий податок, він справляється з нерухомого майна	Податкові надходження: загальнодержавні та місцеві податки і збори (обов'язкові платежі). Неподаткові надходження: трансферти; доходи від операцій із капіталом; кошти, одержані від інших органів державної влади, місцевого самоврядування. *Види податків*: податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки; єдиний податок; збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності; збір за місця для паркування; туристичний збір	Внутрішні (доходи від муніципальної власності, місцевого господарства, податкові) та зовнішні (дотації, кредити, як державні, так і приватні). *Види податків*: Земельний податок на незабудовані ділянки; земельний податок на забудовані ділянки; житловий податок; податок на професію; туристичний збір; податок на продаж будівель; податок на прибирання території ті інші збори
Чинники, які впливають на розвиток місцевого бюджету			
Політична воля; соціально-економічний розвиток: комуналізація та приватизація; зовнішньополітичний сектор: членство в ЄС	Обмеження зростання дотацій органам місцевої влади; пошук нових податкових доходів місцевих бюджетів; зменшення соціальних видатків; стимулювання економічного розвитку, бізнесу та інновацій	Економія на масштабі; регулювання зовнішніх трансакції; стандартизація якості і благ	Стабільність переліку податків і зборів; правил стягнення. Соціальна спрямованість. Широка система пільг і знижок

Джерело: складено за [2; 3]

середньострокові програми економічного розвитку країни, окремі відомчі програмами, що розробляються на рік. Дохід у частині місцевих бюджетів створений за рахунок чотирьох основних джерел: субсидій центрального уряду; податку на житло; тарифів на рухоме майно; зборів і доходів від продажу ліцензій. За рахунок урядових субсидій і тарифів на рухоме майно, які формують місцевий бюджет, фінансується майже 75% витрат. Одним із головних джерел поповнення місцевих бюджетів є податок на майно. Його специфікою є те, що він стягується з власників і орендарів нерухомого майна й оцінюється один раз на 10 років. Вартість нерухомого майна також залежить від кількості членів родини, що проживають за однією адресою. Крім того, ставки податку диференційовані та мають свої встановлені норми оподаткування у кожному з регіонів країни.

Місцеві бюджети Франції створені за рахунок бюджетів комун, бюджетів департаментів та 26 бюджетів регіонів. Ураховуючи, що їх чисельність дуже велика (наприклад, бюджетів департаментів 100 одиниць), урядом ніколи не розглядається можливість укрупнення чи будь-якого реформування адміністративної та бюджетної систем. Якщо комуна має 10 мешканців на їхніх територіях, то це є нормальним явищем, а тому вони ефективно виконують покладені на них повноваження та мають високий рівень продуктивності. Громада на себе бере лише ті функції, які вона зможе забезпечити. Питання, які виникають у територіальних громадах, можуть розподілятися між комунальними об'єднаннями, фінансові ресурси передаються до своїх бюджетів.

В Україні існує схожа ситуація щодо кількості адміністративно-територіальних одиниць. Проте результати від господарської та управлінської діяльності територіальних громад у Франції вищі, ніж в Україні. Франція дуже схожа з Україною за розміром території, кількістю населення й адміністративно-територіальним устроєм. Досвід цієї країни в напрямі розвитку місцевих бюджетів

Таблиця 3

Особливості формування та використання коштів місцевих бюджетів у Німеччині, Великобританії, Франції та Україні

Німеччина	Великобританія	Франція	Україна
Особливості формування місцевих бюджетів			
За рахунок місцевих податків і зборів формується 46% муніципальних доходів. В урядовому проєкті місцевих бюджетів видатки плануються на 2-3% більше, ніж минулого року. Проєкт має відповідати критеріям бюджетної політики ЄС	Функції податків: фіскальна, регулююча, стимулююча. Частка місцевих бюджетів у бюджетній системі майже 37%. Головне джерело місцевих бюджетів – муніципальний податок (справляється залежно від вартості майна та кількості дорослих членів сім'ї). Податок на майно – 53%, податок із продажів – 32%. Видатки місцевих бюджетів поділяються на поточні та капітальні (капітальні покриваються за рахунок позик, а джерелом фінансування поточних є податки)	Стягується 16 регіональних податків, величину встановлює регіональні органи. Місцеві органи влади здійснюють капіталовкладення – понад 50% усіх капітальних державних витрат. Частка податків у місцевому бюджеті – 40%, субсидій – 30%, власні надходження і позики – 30%. Місцеві бюджети дефіцитні і потребують додаткових ресурсів для фінансування власних програм. У частині видатків складаються з двох розділів: бюджети поточної діяльності (функціональний) та бюджети нового будівництва (інвестування).	Основним джерелом доходної частини місцевих бюджетів, є податок на доходи фіз. осіб – 45,6%. Новації в частині доходів місцевих бюджетів – 5% рентної плати за користування надрами для видобування нафти, природного газу та газового конденсату. Рентна плата до місцевих бюджетів: 3% – до бюджетів міст обласного значення, об'єднаних територіальних громад; 2% – до обласних бюджетів; 2% – до районного бюджету, 1% – до сільських, селищних, міських міст районного значення бюджетів
Основні напрями спрямування коштів місцевих бюджетів			
Структура видатків, спрямована на фінансування міністерств освіти, у справах сім'ї, літніх людей, жінок і молоді, закордонних справ, економічного розвитку і співпраці та ін. Найбільшу групу витрат становлять соціальні виплати	Основні напрями спрямування коштів: житлове та шляхове господарство, освіта, місцева влада та самоврядування, судова система, поліція, заходи з охорони навколишнього середовища	Більше третини всіх поточних витрат місцевих органів влади припадає на утримання адміністративно-силового апарату (поліція, цивільна оборона, пожежна охорона, управління), третина – на освіту, культуру; важливою статтею витрат є розвиток інфраструктури	Місцеві органи є самостійними під час формування своїх бюджетів, у структурі видатків значну частину (близько 60%) становлять видатки на охорону здоров'я, освіту, соціальний захист та соціальне забезпечення населення, що фінансуються за рахунок субвенцій, і визначаються рішеннями центральних органів влади

Джерело: складено за [3; 4; 7]

підтверджує можливість і необхідність запровадження децентралізованої влади, якщо влада і суспільство будуть прагнути суттєвих змін для поліпшення економіки в Україні.

Проведений аналіз формування доходів місцевих бюджетів країн, що були досліджені, дав змогу виокремити схожі їх джерела: власні доходи; загальна субвенція; цільові дотації з державного бюджету; іноземні ресурси, що не підлягають поверненню; ресурси з ЄС; інші ресурси, визначені конкретними правовими нормами.

Особливості формування та використання коштів місцевих бюджетів у зарубіжних країнах наведено в табл. 3.

Отже, можна зазначити, що кожен орган місцевого самоврядування повинен мати достатньо власних фінансових джерел для ефективного управління економікою та соціальним забезпеченням населення на своїй території. Хоча доходи місцевих бюджетів у різних країнах формується по-різному, але джерелами надходження до місцевих бюджетів є податкові та неподаткові надходження, субсидії та дотації із центрального бюджету та позики. Відмінністю є те, що кожна країна має різну кількість податків та зборів, а також їх норми. Лише у Великобританії функціонує один місцевий податок, що справляється з нерухомого майна (у Німеччині налічується близько 45 видів податків, у Франції – понад 50).

Основними проблемами формування місцевих бюджетів є:

- прискорення темпів зростання видатків на фінансування бюджетної сфери, що, своєю чергою, впливає на нестабільність надходження;
- висока частка міжбюджетних трансфертів у складі доходів місцевих бюджетів, що впливає на ефективність управління соціально-економічним розвитком територій;
- високий рівень дотацій місцевих бюджетів посилює централізацію бюджетних ресурсів, а тому і позбавляє їх самостійності.

Існуючи проблеми спричиняють необхідність шукати заходи для збільшення доходної частини місцевих бюджетів, для оптимізації доходної та видаткової частин, удосконалення способів раціонального формування міжбюджетних відносин у країні.

Ураховуючи досвід інших країн, в Україні доцільно вжити таких заходів для зміцнення доходної бази місцевих бюджетів:

- визначити оптимальний розмір частки трансфертів, цільових субвенцій у трансфертах із державного бюджету;
- раціональний розподіл видаткових зобов'язань із місцевого бюджету;
- окрім субсидування для фінансування капітальних видатків, використовувати різноманітні позики (наприклад, облігаційні позики, міжбюджетні позики, кредити фінансово-кредитних установ);
- до складу місцевих податків віднести ті, що мають постійний та вагомий характер (наприклад, податок на доходи фізичних осіб, податок на розкіш);
- обсяг місцевих податків повинен бути пов'язаний із рівнем надання місцевих послуг;
- розвивати альтернативні джерела наповнення місцевих бюджетів через упровадження неподаткових зборів (наприклад, оренда майні бюджетних установ);
- обмежити роль державних дотацій та субвенцій, що мають вплив із боку держави на розвиток місцевого самоврядування.

Висновки з проведеного дослідження. Досвід країн Європи доводить, що розподіл джерел надходжень між різними рівнями влади здійснюється так: центральний уряд формує більшість податків на дохід, для регіонів це податки з продажу та доходу, а на нижчому рівні влади – це податки на власність. Особливо слід звернути увагу на досвід Франції, оскільки з Україною схожі адміністративні системи, крім того, грошова та податкова системи будувалися за її зразком.

Зрозуміло, що кожна держава має свої проблеми у формуванні доходів та ефективному розподілі видаткової частини місцевих бюджетів. Ураховуючи розвиток економіки європейських держав, на сучасному етапі нашій країні потрібно враховувати їхню бюджетну політику для поліпшення фінансування місцевих бюджетів. Сьогодні немає дієвих стимулів для збільшення надходжень як до державного, так і до місцевих бюджетів. Запропоновані нами заходи зміцнення доходної частини можуть забезпечити ефективне використання фінансових ресурсів, залучення додаткових джерел для їх утворення. А це, своєю чергою, вплине і на доцільність використання коштів із бюджетів на потреби міст, районів та селищ. У подальших дослідженнях потрібно враховувати досвід також інших країн ЄС для порівняння та визначення пріоритетних шляхів удосконалення бюджетної політики в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI. URL : http:// zakon.rada.gov.ua/go/2456-17 (дата звернення: 14.02.2020).

2. Василик О.Д., Павлюк К.В. Державні фінанси України : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2003. 608 с.

3. Гаруст Ю.В., Толкачов Б.О. Порівняльна характеристика фінансових систем Великобританії та України. *Формула права*. 2017. № 1. С. 5–9.

4. Гордецька Т.Е., Ківшик Ю.І. Зарубіжний досвід формування фінансових ресурсів на місцевому рівні. *Молодий вчений*. 2017. № 1(41). С. 549–563.

5. Данилишин Б.М., Пилипів В.В. Децентралізація у країнах ЄС: уроки для України. *Регіональна економіка*. 2016. № 1. С. 5–11.

6. Зелик С.С. Досвід формування бюджетів територіальних громад у країнах з розвинутою економікою. *Економічний вісник університету*. 2017. Вип. 34(1). С. 245–250.

7. Кравченко В.І. Місцеві фінанси України : навчальний посібник. Київ : Знання, 1999. 487 с.

8. Луніна І.О. Державні фінанси та реформування міжбюджетних відносин : монографія. Київ : Наук. думка, 2006. 432 с.

9. Статистика стран мира : вебсайт. URL : http://svspb.net/sverige/statistika-stranmira.php (дата звернення: 17.02.2020).

10. Шепенко В.А. Правовые основы бюджетного устройства и бюджетного процесса Великобритании. *Правоведение*. 1999. № 2. URL : http:// law.edu.ru (дата звернення: 14.02.2020).

REFERENCES:

1. Bjudzhetnyj kodeks Ukrajiny – Zakonodavstvo Ukrajiny (2010)[Budget Code of Ukraine – Legislation of Ukraine] Verkhovna Rada Ukrajiny; Kodeks Ukrajiny, Zakon, Kodeks [Verkhovna Rada of Ukraine; Code of Ukraine, Law, Code], no. 2456-VI. Available at: http:// zakon.rada.gov.ua/go/2456-17 (accessed 10 january 2015). (in Ukrainian). (accessed 14 February 2020)

2. Vasylyk O.D., Pavluk K.V. (2012). Derzhavni finansy Ukrajiny [Public finances of Ukraine]. Kyjiv: Centr navch. lit.(in Ukrainian)

3. Garust Ju.V., Tolkachov B.O. (2017) Porivnjaljna kharakterystyka finansovykh system Velykobrytaniji ta Ukrajiny.[Comparative characteristics of the UK and Ukraine financial systems]. Formula prava [The formula of law], no. 1, pp. 5-9. (in Ukrainian)

4. Gordecjkak T.E., Kivshyk Ju.I. (2017) Zarubizhnyj dosvid formuvannja finansovykh resursiv na miscevomu rivni.[Foreign experience in the formation of financial resources at the local level] Ekonomichni nauky. «Molodyj vchenyj».[Economic sciences. "Young Scientist"] no. 1(41). pp. 549-563. (in Ukrainian)

5. Danylyshyn B. M., Pylypiv V. V. (2016). Decentralizacija u krajinakh JeS: uroky dlja Ukrajiny [Decentralization in EU countries: lessons for Ukraine]. Reghionaljna ekonomika [Regional economy], no. 1, pp. 5-11. (in Ukrainian)

6. Zelyk S.S.(2017) Dosvid formuvannja bjudzhetiv terytorialjnykh ghromad u krajinakh z rozvynutoju ekonomikoju [Experience in forming budgets of territorial communities in developed economies]. Ekonomichnyj visnyk universytetu [University Economic Bulletin], vol. 34 (1), pp. 245-250. (in Ukrainian)

7. Kravchenko V.I. (1999). Miscevi finansy Ukrajiny [Local Finance of Ukraine].Kyjiv: Znannja. (in Ukrainian)

8. Lunina I. O. (2006). Derzhavni finansy ta reformuvannja mizhbjudzhetnykh vidnosyn [Public Finance and Intergovernmental Budget Reform]. Kyiv: Naukova dumka, p.432. (in Ukrainian)

9. Statystyka stran myra (2018) [World statistics]. Available at: http:// http://svspb.net/sverige/statistika-stranmira.php. (accessed 17 February 2020)

10. Shepenko V.A. (1999). Pravovi osnovi bjudzhetnogho ustrojstva y bjudzhetnogho processa Velykobrytanyy [The legal basis of the budget structure and budget process in the UK]. Zhurnal «Pravovedenye» [Journal of Law]. (electronic journal), no. 2. Available at: URL: law.edu.ru. (in Russian). (accessed 14 February 2020)

РОЗДІЛ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТА ОБЛІКУ СПЕЦІАЛЬНОГО ОДЯГУ ЗА НАЦІОНАЛЬНИМИ І МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

FEATURES OF USE AND ACCOUNTING OF SPECIAL CLOTHING BY NATIONAL AND INTERNATIONAL STANDARDS

УДК 657.42
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-73

Безкоровайна Л. В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку
і бізнес-консалтингу
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця

Bezkorovaina Lidiia
Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics

У статті досліджено законодавче регулювання та умови використання на підприємствах спеціального одягу. Визначено, що спеціальний одяг є складовою частиною засобів індивідуального захисту працівників підприємства. Розглянуто умови, яким має відповідати спеціальний одяг, а також порядок видачі, використання та повернення спецодягу на підприємстві. Освітлено підходи до поділу спеціального одягу на малоцінні та швидкозношувані предмети, малоцінні необоротні матеріальні активи та основні засоби. Розглянуто особливості обліку та документального оформлення наявності і руху спеціального одягу, виділено проблемні питання документування спеціального одягу, що класифікується як необоротні активи підприємства. Описано порядок обліку спецодягу відповідно до міжнародних стандартів із поділом їх на поточні та непоточні активи. Розглянуто особливості нарахування амортизації спеціального одягу, який є непоточним активом, відповідно до міжнародних облікових стандартів.

Ключові слова: *засоби індивідуального захисту, спеціальний одяг, малоцінні та швидкозношувані предмети, основні засоби, облік, списання.*

В статье исследовано законодательное регулирование и условия использования на предприятиях специальной одежды. Определено, что специальная одежда является составной частью средств индивидуальной защиты работников предприятия. Рассмотрены условия, которым должна отвечать специальная одежда, а также порядок выдачи, использования и возврата спецодежды на предприятии. Освещены подходы к делению специальной одежды на малоценные и быстроизнашивающиеся предметы, малоценные необоротные материальные активы и основные средства. Рассмотрены особенности учета и документального оформления наличия и движения специальной одежды, выделены проблемные вопросы документирования специальной одежды, которая классифицируется как необоротные активы предприятия. Описан порядок учета спецодежды в соответствии с международными стандартами с разделением их на текущие и долгосрочные активы. Рассмотрены особенности начисления амортизации специальной одежды, которая является долгосрочными активами, в соответствии с международными учетными стандартами.

Ключевые слова: *средства индивидуальной защиты, специальная одежда, малоценные и быстроизнашивающиеся предметы, основные средства, учет, списание.*

Specialised overalls is one of the objects of accounting. To workers engaged in work under hazardous working conditions, as well as work related to contamination or carried out in unfavorable temperatures, the employer is obligated to provide overalls and other personal protective equipment that should be properly accounted for. There is a certain specificity of accounting of overalls according to national and international standards, which should be taken into account in order to have complete information about its presence and movement. The article deals with the legislative regulation and conditions of use of special clothing enterprises. What kind of personal protective equipment should be given to employees, for what position, what term of their use, detailed procedure for their issuance, replacement for your institution should be specified in a separate Regulation on providing workers with personal protective equipment or in a collective agreement. It is determined that special clothing is an integral part of the personal protection of employees of the enterprise. The conditions to be met by special ovralls, as well as the procedure for the issuance, use and return of overalls at the enterprise are considered. Approaches to the division of special clothing into low-value and high-wear items, low-value non-current tangible assets and fixed assets are covered. The features of accounting and documentary registration of the presence and movement of special equipment are considered, the problematic issues of documentation of special clothing classified as non-current assets of the enterprise are highlighted. It is suggested to the enterprises to independently develop primary documents with the help of which to account for such special equipment. The order of accounting of equipment according to the international standard is described with their division into current and noncurrent assets. It is concluded that special equipment that meets the characteristics of a non-current asset should be accounted for as a capital investment before commissioning, which will be evidence of the suitability of the garment for use. This is the approach specific to international accounting standards. The features of depreciation of specialised overalls, which is an inaccurate asset, in accordance with international accounting standards, are considered.

Key words: *personal protective equipment, special clothing, low value items, fixed assets, accounting, writing off.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання питання удосконалення бухгалтерського обліку залишаються актуальними, адже саме завдяки цьому управлінський персонал отримує більш корисну економічну інформацію, необхідну для ефективного управління діяльністю підприємства. Одним з об'єктів бухгалтерського обліку є спеціальний одяг. Відповідно до ст. 163 КЗпП роботодавець зобов'язаний забезпечити працівників, зайнятих на роботах із шкідливими та небезпечними умовами праці, а також роботах, пов'язаних із забрудненням або здійснюваних у несприятливих температурних умовах, спеціальним одягом, спеціальним взуттям та іншими засобами індивідуального захисту, які слід правильно обліковувати. Є певна специфіка обліку спецодягу за національними та міжнародними стандартами, яку варто враховувати, щоб інформація про його наявність та рух була повною і достовірною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні аспекти обліку спецодягу та засобів індивідуального захисту, а саме питання їхньої сутності, визнання, оцінки та класифікації, знайшли відображення в наукових працях багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, таких як: М.Т. Білуха, Ф.Ф. Бутинець, А.М. Герасимович, М.В. Кужельний, С.Ф. Голов, М.С. Пушкар, В.В. Сопко, Н.М. Ткаченко, М.Г. Чумаченко, В.Г. Швець, Р.Л. Хом'як та інші.

Постановка завдання. Нині є певні розбіжності в нормативно-правовій базі щодо оцінки і класифікації спецодягу, а також відмінності у підходах до обліку спецодягу за національними та міжнародними стандартами. Це ускладнює дотримання основних методичних принципів ведення його обліку, що приводить до формування неправдивих і недостовірних облікових даних. Тож необхідно дослідити специфіку обліку і документального оформлення операцій, пов'язаних із наявністю та рухом спецодягу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спеціальний одяг є складником засобів індивідуального захисту. Згідно з п. 4 розділу І Мінімальних вимог безпеки і охорони здоров'я під час використання працівниками засобів індивідуального захисту на робочому місці засоби індивідуального захисту – це всі засоби, які призначені для носіння і використання працівником із метою індивідуального захисту від одного або більше ризиків, які могли би становити загрозу безпеці та здоров'ю на роботі, а також будь-які пристосування, аксесуари чи змінні компоненти, призначені для цієї мети [1].

Одяг, яким забезпечують працівників за рахунок роботодавця на підприємствах, умовно можна поділити на групи, наведені у табл. 1.

Спеціальні одяг та взуття, інші засоби індивідуального захисту видаються працівникові безоплатно. Видавати замість них матеріали з метою виготовлення спеціального одягу або кошти, щоб їх придбати, заборонено. Якщо ці засоби індивідуального захисту передчасно зносяться і вини працівника у цьому не буде, то роботодавець повинен видати нові за власний рахунок.

Спеціальний одяг та взуття мають відповідати вимогам Технічного регламенту засобів індивідуального захисту, затвердженого постановою КМУ від 27.08.2008 р. № 761.

Крім цього, спецодяг має забезпечити захист від наявних ризиків, відповідати умовам, які існують на робочому місці працівника, та відповідати за розміром конкретному працівнику (з можливістю регулювання).

У разі, коли спеціальний одяг за певних обставин використовується не одним, а кількома працівниками, підприємство повинне провести дезінфікувальні заходи перед кожним використанням цього засобу щоб запобігти виникненню проблем для здоров'я працівників, а саме:

– з відновлення придатності засобів індивідуального захисту (за процедурами щодо ремонту та заміни компонентів засобів індивідуального захисту відповідно до інструкцій з їх експлуатації);

– із забезпечення належного гігієнічного стану (за процедурами щодо очищення (хімочищення), прання, обезпилювання, дегазації, дезактивації, дезінфекції тощо відповідно до інструкцій з їх експлуатації) [1].

Придбаний спеціальний одяг є власністю роботодавця. Його обліковують як інвентар і видають працівнику, а він повинен його повернути в обов'язковому порядку, якщо:

– звільняється з підприємства;

– на тому ж підприємстві переходить на іншу роботу чи робоче місце;

– змінюється вид робіт, які здійснює працівник;

– впроваджуються нові технології;

– вводяться нові чи змінюються знаряддя праці, які застосовувалися на підприємстві;

– виникають інші випадки, коли використання виданого спеціального одягу перестає бути необхідним.

Видають спеціальний одяг на підприємстві відповідно до встановлених норм безоплатної видачі працівникам спеціального одягу, спеціального взуття та інших засобів індивідуального захисту.

Таблиця 1

Групи спеціального одягу

Назва групи	Характеристика групи
Спеціальний одяг	Використання такого одягу, а також спеціального взуття регулюється вимогами ст. 8 Закону України «Про охорону праці» від 14.10.1992 р. № 2694-XII
Санітарний одяг	Використовують із метою дотримання санітарних правил та норм у тих галузях і на підприємствах, де вони передбачені. Відрізняється він від спецодягу тим, що його використання регулюється іншими нормативними актами, а не Законом України «Про охорону праці» від 14.10.1992 р. № 2694-XII. Наприклад, для роздрібної торгівлі – п. 9 Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами, затверджених наказом Міністерства економіки від 11.07.2003 р. № 185
Формений одяг	Використовують згідно з нормативними актами України. Наприклад, для морської галузі формений одяг передбачений постановою КМУ «Про формений одяг та знаки розрізнення працівників морського і річкового транспорту» від 03.07.2002 р. № 921
Фірмовий одяг	Не має законодавчо встановлених фасонів, знаків розрізнення, норм видачі та використання й регулюється розпорядчими документами підприємства.

Більшість підприємств нині видають спеціальний одяг та взуття відповідно до типових (галузевих) норм безоплатної видачі засобів індивідуального захисту, які діють у багатьох галузях економіки. Ці норми визначають обов'язковий мінімум безоплатної видачі засобів індивідуального захисту, а також визначають їхні захисні властивості і строки використання (носіння).

Однак нині на багатьох підприємствах є проблема необґрунтованих запасів спеціалізованого одягу, придбаних без урахування строків виникнення потреби. Ці активи з часом перетворюються у неліквідні. Крім того, часто не враховується розмірність спеціалізованого одягу, що призводить до нестачі забезпечення засобами індивідуального захисту потрібного розміру.

Тому потрібно чітко визначити, який саме спеціальний одяг необхідно видавати працівникам, для яких посад, який строк його використання. Детальний порядок його видачі, заміни для конкретного підприємства потрібно прописати в окремому внутрішньому документі. Це може бути Положення про забезпечення працівників засобами індивідуального захисту. Якщо розроблення окремого документу для врегулювання цього питання вважають недоцільним, то слід прописати порядок забезпечення працівників засобами індивідуального захисту у колективному договорі.

Крім цього, слід розробити на підприємстві систему обліку і контролю спеціального одягу та інших засобів індивідуального захисту. Одним зі способів такого контролю є електронні таблиці та заповнювані бланки, у які слід занести, а потім постійно актуалізувати інформацію, вести звіряння з бухгалтерією та обліковувати в них паралельно факти видачі та повернення спецодягу. Та цей варіант не позбавлений недоліків, оскільки такі таблиці мають бути розраховані на режим використання багатьма користувачами, для їх розроблення потрібне написання складних запитів і навіть макросів. Вони, як правило, мають властивість губитися, ламатися, і розібратися з ними буде складно.

Іншим способом контролю спеціального одягу є система бухгалтерського обліку. Як і для будь-якого об'єкта обліку, для засобів індивідуального захисту на підприємстві має бути організовано належний облік і контроль за їх видачею у встановлені строки. Керівник підприємства має забезпечити організацію цього процесу.

Для фіксації фактів видачі працівникам і повернення ними спеціального одягу слід застосовувати первинні документи. Це може бути особиста картка обліку спеціального одягу, спеціального взуття та інших засобів індивідуального захисту, форма якої наведена у додатку до Мінімальних вимог безпеки й охорони здоров'я під час використання працівниками засобів індивідуального захисту на робочому місці.

Бухгалтерський облік спецодягу згідно з національними стандартами проводять з огляду на його термін використання, вартість, а також функціональне призначення.

Отже, якщо строк корисного використання спецодягу не перевищує одного року (або нормального операційного циклу, якщо його тривалість більша, ніж рік) незалежно від вартості, його обліковують як оборотні активи у складі запасів згідно з ПСБО 9 «Запаси» [2]. Коли купують такий спецодяг, зараховують його на баланс підприємства за первісною вартістю на рахунок 22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети», а коли видають працівнику у використання – списують на рахунки обліку витрат (Дт 23, 91, 92, 93, 94 – Кт 22). З того моменту, як спецодяг передадуть у використання працівнику, в бухгалтерії здійснюють лише кількісний аналітичний облік спецодягу в розрізі відповідальних осіб і місць експлуатації.

Якщо строк корисного використання спецодягу перевищує один рік (або нормальний операційний цикл, якщо він триває більше року), а вартість не перевищує вартісного критерію для розмежування основних засобів та малоцінних необоротних матеріальних активів, передбаченого наказом про облікову політику підприємства, його обліковують як малоцінні необоротні матеріальні активи (субрахунок 112).

Амортизацію цього одягу нараховують за методами, що наведені в пп. 1 і 5 п. 26 ПСБО 7 «Основні засоби», а також можна нараховувати одним зі «спрощених методів» (п. 27 ПСБО 7), який має бути вказаний у наказі про облікову політику підприємства:

– 50% у першому місяці видачі одягу і 50% у місяці списання з балансу;

– 100% у першому місяці видачі одягу.

І, нарешті, якщо строк корисного використання одягу перевищує один рік (або нормальний операційний цикл, якщо його тривалість більша, ніж рік), а вартість перевищує вартісний критерій, установлений на підприємстві для розмежування основних засобів і малоцінних необоротних матеріальних активів наказом про облікову політику, його обліковують як основні засоби згідно з ПСБО 7 [3].

Під час придбання спеціальний одяг зараховують на баланс за первісною вартістю на субрахунок 152 «Придбання (виготовлення) основних засобів» чи 153 «Придбання (виготовлення) інших необоротних матеріальних активів», а під час видачі працівникам відображають на субрахунку 109 «Інші основні засоби» або 117 «Інші необоротні матеріальні активи» відповідно.

Якщо одяг зараховано до складу основних засобів (субрахунок 109), його амортизують одним із п'яти методів, передбачених п. 26 ПСБО 7. Якщо ж одяг обліковують у складі інших необоротних матеріальних активів (субрахунок 117), то

для амортизації доступні лише два передбачені пп. 1 і 5 п. 26 ПСБО 7 методи: прямолінійний та виробничий.

Однак є певна проблема щодо документального відображення надходження і видачі спеціального одягу. Оскільки його найчастіше обліковують у складі малоцінних та швидкозношуваних предметів, то і документують у типових формах МШ-6 та МШ-7, затверджених наказом Міністерства статистки України «Про затвердження типових форм первинних документів з обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів» від 22.05.1996 р. № 145. Однак ці форми не містять усієї необхідної інформації про спецодяг, який обліковують у складі малоцінних необоротних матеріальних активів та основних засобів. Тож у такому разі підприємству варто самостійно розробити необхідні форми первинних документів з урахуванням вимог Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, затвердженого наказом МФУ від 24.05.1995 р. № 88. У них має міститися інформація про первісну вартість, суму нарахованої амортизації, залишкову вартість об'єкта обліку.

Під час розроблення форми первинного документа на списання спецодягу (або заповнення типової форми первинного документа) слід чітко зазначити причину, з якої списується той чи інший предмет спецодягу. Особливо це стосується випадків списання достроково зношеного або втраченого спецодягу, адже в цьому разі йдеться про відшкодування працівником шкоди, заподіяної підприємству з його вини або без неї [4].

Важливу роль у бухгалтерському обліку спеціального одягу відіграє його автоматизація. Так, на підприємстві слід доопрацювати систему обліку на предмет внесення у програму даних, реалізувати у одній програмі всі розрізи обліку спецодягу, від потреби, до обліку ефективності. Це інша крайність реалізації цієї задачі. На великих підприємствах процеси обліку складні і підтримання адаптованої програми регламентованого обліку стає практично неможливим за збільшення функцій, які у ній реалізуються.

Як варіант автоматизованого обліку спеціального одягу можна запропонувати підприємствам розробити спеціальну програму оперативного обліку. Тобто створити окремий модуль програми, який зможе зібрати у собі дані із різних джерел, що є на підприємстві інформаційних систем, і забезпечити виконання потрібних функцій та передання результату в інші блоки. Недолік цього рішення у тому, що створити такий програмний продукт під силу не кожному відділу автоматизації.

У будь-якому разі ефективно налагоджена автоматизована система бухгалтерського обліку є необхідною умовою для контролю за ефективністю використання спеціального одягу.

Дослідивши особливості обліку спеціального одягу в міжнародній практиці, доходимо висновку, що деякі підходи є схожими з національними стандартами обліку, але є й особливості, про які слід знати.

У міжнародних стандартах бухгалтерського обліку спеціальний одяг можна відображати або як основні засоби згідно з МСБО 16 «Основні засоби», або як запаси згідно з МСБО 2 «Запаси». У цьому разі ми розглядаємо одяг, який придбано для власного використання у виробництві. Якщо одяг призначений для продажу, то згідно з параграфом 6 МСБО 2 він належить до запасів незалежно від вартості.

Аби ухвалити рішення про віднесення одягу до поточних або непоточних активів, необхідно розглянути низку питань:

1) строки передбачуваного використання одягу – більші чи менші від операційного циклу, а якщо операційний цикл неможливо або важко визначити, припускаємо, що він дорівнює 12 місяцям;

2) поріг суттєвості згідно з документом про облікову політику для віднесення активів до основних засобів;

3) мета придбання одягу – одяг придбано з метою використання у виробництві чи для подальшого продажу.

Якщо підприємство проводить трансформацію фінансової звітності згідно з ПСБО у фінансову звітність, яка відповідає вимогам міжнародних стандартів, то одяг, який відображали в обліку як малоцінні необоротні матеріальні активи, необхідно перекласифікувати та відображати як поточні або непоточні активи з огляду на відповіді на названі вище питання.

Актив є поточним за таких умов: строк носіння одягу (споживання) не перевищує нормального операційного циклу (якщо нормальний операційний цикл не можна чітко ідентифікувати, припускаємо, що він дорівнює дванадцяти місяцям). У цьому разі одяг обліковують під час придбання як поточні активи (запаси, згідно з МСБО 2), а під час видачі працівникам списують на відповідні статті витрат чи активів (наприклад, на собівартість готової продукції).

Актив є непоточним, якщо строк носіння (споживання) одягу перевищує нормальний операційний цикл (якщо нормальний операційний цикл не можна чітко ідентифікувати, припускаємо, що він перевищує дванадцять місяців), та відповідно до порогу суттєвості, передбаченого обліковою політикою підприємства, одяг належить до основних засобів.

Під час придбання такого одягу, на нашу думку, необхідно відобразити одяг не в складі запасів, а в складі необоротних активів на рахунку «Капітальні інвестиції». Під час видачі одягу працівникам слід віднести його з капітальних інвестицій до основних засобів відповідно до МСБО 16.

Амортизацію одягу необхідно починати з моменту видачі – саме ця подія, на нашу думку, буде вважатися свідченням придатності одягу до використання згідно з параграфом 55 МСБО 16 [5]. Спеціальний одяг слід амортизувати протягом строку його корисної експлуатації. Що стосується ліквідаційної вартості одягу, то в разі несуттєвості її можна розглядати як таку, що дорівнює нулю.

Амортизацію одягу не припиняють, навіть коли одяг не використовують, доки він не буде амортизований повністю. Дуже важливо правильно визначити строк корисного використання одягу. Згідно з параграфом 6 МСБО 16 строк корисної експлуатації пов'язаний:

– із періодом, протягом якого очікується, що актив буде придатний для використання;

– з кількістю одиниць виробленої продукції, які суб'єкт господарювання очікує отримати від активу (але цей підхід стосовно одягу майже не трапляється).

Строки носіння одягу можуть бути встановлені нормативними актами, колективним договором, розпорядчими документами по підприємству.

Нарахування амортизації може бути здійснено згідно з параграфом 62 МСБО 16 прямолінійним методом, методом зменшення залишку та методом суми одиниць продукції. Також можна використовувати інші методи.

Що стосується списання спеціального одягу, то припинити визнання повністю амортизованого одягу неважко, але є випадки, коли списують одяг, який не повністю амортизований. І тут виникає питання, за якою статтею витрат слід проводити таке списання.

У цьому разі підтримуємо думку спеціалістів аудиторської компанії КПМГ: «Визнання частини компонента, що залишилась і підлягає заміні на новий компонент, припиняється. Однак, на нашу думку, будь-яка списана величина має бути відображена у складі амортизаційних відрахувань, а не кваліфікуватися як збитки від вибуття активу.

Ми вважаємо, що додаткова визнана сума амортизаційних відрахувань фактично відображає коригування розрахункового корисного використання відповідного компоненту (МСБО (IAS) 16)» [6].

Таким чином, списання недоамортизованої частини вартості одягу слід віднести на ті самі статті витрат, за якими відображали амортизацію одягу.

Висновки з проведеного дослідження. Використання у діяльності підприємства спеціального одягу передбачає дотримання певних умов його експлуатації та правил бухгалтерського обліку. Нині підприємства мають дотримуватися Мінімальних вимог безпеки й охорони здоров'я під час використання працівниками засобів захисту на робочому місці. Спеціальний одяг є засобом індивідуального захисту. Придбані засоби індивідуального захисту є власністю роботодавця, який видає засоби індивідуального захисту працівникові відповідно до норм безоплатної видачі працівникам спеціального одягу, спеціального взуття та інших засобів індивідуального захисту. На підприємстві слід встановити норми безоплатної видачі засобів індивідуального захисту.

Бухгалтерський облік спеціального одягу залежить від групи активів, до якої від відноситься: основні засоби, малоцінні необоротні матеріальні активи, малоцінні та швидкозношувані предмети. Для такого поділу слід керуватися строком корисного використання та вартістю спеціального одягу. Якщо спеціальний одяг обліковується у складі основних засобів або малоцінних необоротних матеріальних активів, то на підприємстві слід розробити спеціальні форми первинних документів для такого обліку, оскільки вони не передбачені чинними нормами.

Облік спеціального одягу згідно з міжнародними стандартами має певні особливості. Так, його можна обліковувати у складі поточних або непоточних активів. Якщо одяг обліковують у складі непоточних активів, то обліковують його у складі капітальних інвестицій та амортизують із моменту передання в експлуатацію. Під час списання спеціального одягу його незамортизовану частину списують на той же рахунок, що й амортизацію, що забезпечує більш точну облікову інформацію про витрати на спеціальний одяг.

Отже, подальше удосконалення використання та обліку спеціального одягу на підприємстві має передбачати чітке дотримання законодавчих умов щодо забезпечення ним працівників; організацію обліку його наявності та руху з допомогою розроблення спеціальних форм первинних документів; чітку класифікацію видів спеціального одягу та запозичення зарубіжного досвіду обліку шляхом застосування вимог міжнародних стандартів бухгалтерського обліку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мінімальні вимоги безпеки і охорони здоров'я при використанні працівниками засобів індивідуального захисту на робочому місці від 29.11.2018 р. № 1804 / Міністерство соціальної політики України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1494-18 (дата звернення 21.02.2020).

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» від 20.10.1999 р. № 246 / Міністерство фінансів України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99 (дата звернення 21.02.2020)

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» від 27.04.2000 р. № 92 / Міністерство фінансів України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00 (дата звернення 22.02.2020).

4. Буркова Л. А. Актуальні питання обліку та оподаткування засобів індивідуального захисту на підприємстві. *Фінансовий простір*. 2018. № 2 (30). С. 16–22.

5. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» від 01.01.2012 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_014 (дата звернення 22.02.2020).

6. МСФО: точка зрения КПМГ: в 3-ч. 12-е изд. Альпина Паблишер. Ч. 1. 2015/2016. 566 с.

REFERENCES:

Ministry of Social Policy (2018) «Minimum safety and health requirements when using workplace PPE» available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1494-18 (accessed 21 February 2020) [in Ukrainian].

2. Ministry of Finance of Ukraine (1999) «Accounting Standard 9 «Inventories» available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99 (accessed 21 February 2020) [in Ukrainian].

3. Ministry of Finance of Ukraine (2000) «Accounting Standard 7 «Fixed assets» available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00 (accessed 22 February 2020) [in Ukrainian].

4. Burkova L. A. (2018) Aktualni pytannya obliku ta opodatkuvannya zasobiv indyvidualnogo zahistu na pidpriemstvi [Topical issues of accounting and taxation of personal protective equipment at the enterprise]. Financial space, vol 2 (30). pp. 16–22.

5. International Accounting Standard 16 Property, Plant and Equipment (2012) available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_014 (accessed 22 February 2020) [in Ukrainian].

6. Alpina Pablisher (2015/2016) MSFO: tochka zreniya KPMG [IFRS: the view of KPMG]. Kyiv 566 p. [in Ukrainian].

БУХГАЛТЕРСЬКІ ТА ПОДАТКОВІ АСПЕКТИ ПРЕДСТАВНИЦЬКИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

ACCOUNTING AND TAX ASPECTS OF COMPANY'S REPRESENTATIVE EXPENDITURE

УДК 637
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-74

Волошина-Сідей В.В.
к.е.н., старший викладач кафедри фінансів та обліку
Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

Voloshina-Sidey Victoria
Mykolaiv National University of V. Sukhomlynsky

У статті розглянуто сутність та особливості економічної категорії «представницькі витрати», досліджено законодавчо-нормативну базу стосовно бухгалтерського та податкового обліку представницьких витрат. Визначено основні проблемні питання в обліку й оподаткуванні цього виду витрат. Запропоновано заходи щодо вдосконалення нормативної бази стосовно досліджуваної тематики шляхом доповнення пунктів ПСБО 16 та Податкового кодексу України визначенням представницьких витрат та описом їхньої сутності та видів. У зв'язку з відсутністю норм у законодавстві стосовно вимог до обліку витрат на представницькі заходи підприємств запропоновано використовувати аналогію закону та аналогію права. Вдосконалено класифікацію витрат та перелік необхідних документів для підтвердження понесених витрат на представницькі заходи. Розроблено підходи щодо розроблення робочого плану рахунків та облікової політики підприємства стосовно представницьких витрат підприємства.

Ключові слова: *витрати, представницькі витрати, оподаткування, класифікація витрат, первинні документи, представницькі заходи.*

В статье рассмотрены сущность и особенности экономической категории «представительские расходы», исследована законодательно-нормативная база относительно бухгалтерского и налогового учета представительских расходов. Определены основные проблемные вопросы в учете и налогообложении данного вида расходов. Предложены меры по совершенствованию нормативной базы по исследуемой тематике путем дополнения пунктов ПСБО 16 и Налогового кодекса Украины определением представительских расходов и описанием их сущности и видов. В связи с отсутствием норм в законодательстве относительно требований к учету затрат на представительские мероприятия предприятий предложено использовать аналогию закона и аналогию права. Усовершенствована классификация расходов и перечень необходимых документов для подтверждения понесенных расходов на представительские мероприятия. Разработаны подходы по разработке рабочего плана счетов и учетной политики предприятия в отношении представительских расходов предприятия.

Ключевые слова: *расходы, представительские расходы, налогообложения, классификация затрат, первичные документы, представительские мероприятия.*

The article deals with the essence and peculiarities of the economic category representation expenses, the legislative and regulatory framework regarding accounting and tax accounting of representation expenses is investigated. In the article, it is noted that the study of these topics is of interest not only to theorists but also to accounting practitioners. The purpose of the article is to scientifically substantiate theoretical provisions and develop practical recommendations aimed at improving the organization and methods of accounting and taxation of representative expenses. The main problematic issues in accounting and taxation of this type of expenses are identified. Measures have been proposed to improve the regulatory framework for the topic under study, by supplementing clauses 16 and the Tax Code of Ukraine by defining representative expenditures and describing their nature and types. Due to the lack of legislation in the legislation regarding the requirements for accounting of expenses for representative events of enterprises, it proposed to use an analogy of law. It is proposed to confirm the representation expenses a list of documents, the presence of which will protect the company from possible claims by the tax authorities. The article states that representation expenses require very careful documentation. To confirm the expenses incurred by business entities, we have developed a classification of the relevant documents by type of expenditure. For the correctness of representation expenses in accounting, the article proposes approaches to the development of a work plan of accounts with the development of analytics on these costs, as well as the order on accounting policy we also propose to supplement the items on the composition of possible representation expenses. The classification of expenditures and the list of necessary documents to confirm the incurred expenses for representative activities have been improved. Approaches have been developed to develop a business plan of accounts and accounting policies for the representative expenses of the enterprise.

Key words: *expenses, representation expenses, taxation, classification of expenses, primary documents, representative activities.*

Постановка проблеми. У процесі здійснення підприємницької діяльності постає постійна необхідність у налагодженні та покращенні контактів, ділової активності та пошуків зв'язків із суб'єктами господарювання, що несе за собою значні витрати на організацію і проведення відповідних заходів. У законодавстві України є певні прогалини та неузгодженості стосовно методики відображення таких витрат в обліку, що призводить до завищення відповідних витрат або неможливості їх віднесення до витрат згідно з податковим законодавством. Проблемою в обліковців-практиків є також правильність оформлення відповідних первинних документів, які б не викликали неузгодженостей під час податкових перевірок та давали би беззаперечне право на відображення таких витрат у складі податкових витрат підприємства. Тож дослідження зазначеної тематики викликає інтерес не тільки у теоретиків, а й у практиків-обліковців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Організаційно-методичні аспекти обліку й аналізу витрат підприємства досліджували вітчизняні вчені-економісти, такі як К.В. Безверхий, М.М. Василюк, Т.В. Данько, І.Є. Давидович, І.В. Замула, М.В. Задорожній, К.Л. Келлер, М.В. Конишева, Є.В. Мних, Л.В. Нападовська, В.В. Сопко, В.М. Рожелюк, П.Я Хомин, Ф. Котлер та інші. У зв'язку з тим, що питання правильності обліку і документального підтвердження представницьких витрат підприємств є чутливим

до змін законодавства, їх вивчення є необхідним і в подальшому.

Постановка завдання. Метою статті є наукове обґрунтування теоретичних положень і розроблення практичних рекомендацій, спрямованих на вдосконалення організації та методики обліку й оподаткування представницьких витрат. Для досягнення визначеної мети були поставлені та вирішені такі завдання:

− проаналізувати склад та удосконалити класифікацію представницьких витрат як основи їхнього бухгалтерського та податкового обліку;

− дослідити нормативно-правове забезпечення обліку й оподаткування представницьких витрат;

− оцінити діючу систему бухгалтерського обліку цих витрат і визначити основні проблеми облікового відображення цих витрат;

− розробити класифікацію документів, необхідних для підтвердження різних видів представницьких витрат діяльності.

Виклад основного матеріалу. Перед початком вирішення поставлених завдань статті необхідно проаналізувати та здійснити узагальнення діючого термінологічного базису поняття представницьких витрат як економічної категорії, оскільки спостерігається відсутність чіткого визначення та розуміння цілісної сутності цього поняття.

По-перше, проблемою є відсутність взагалі поняття представницьких витрат у Положеннях стандартів бухгалтерського обліку 16 «Витрати» та Податковому кодексі України. Так, ПСБО 16 дає нам чітке визначення поняття витрат, за яким витратами визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що приводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені. Щодо представницьких витрат сказано, що вони відносяться до категорії адміністративних витрат: «до адміністративних витрат відносяться такі загальногосподарські витрати, спрямовані на обслуговування та управління підприємством: загальні корпоративні витрати (організаційні витрати, витрати на проведення річних зборів, представницькі витрати тощо» [3]. Саме ж визначення представницьких витрат відсутнє, що приводить до різного тлумачення цієї категорії різними користувачами, особливо це стосується податківців.

Єдине визначення представницьких витрат наведено в п. 2 Наказу Міністерства фінансів України «Про затвердження Норм коштів на представницькі цілі бюджетних установ та порядку їх витрачання» від 14.09.2010 р. № 1026, згідно з п. 2 якого представницькі витрати – це витрати бюджетних установ на прийом і обслуговування іноземних представників і делегацій, які прибули на запрошення для проведення переговорів з метою здійснення міжнародних зв’язків, установлення та підтримання взаємовигідного співробітництва. До представницьких витрат належать витрати, пов’язані з проведенням офіційного прийому (сніданку, обіду, вечері) представників, транспортним забезпеченням, заходами культурної програми, буфетним обслуговуванням під час переговорів, оплатою послуг перекладача, який не перебуває у штаті установи, оплатою номерів у готелях [1]. Бачимо, що визначення категорії обмежено поняттям користувача інформації, передбачено тільки для бюджетних установ, тож інші суб’єкти господарювання автоматично беруть до уваги саме це положення. Пропонуємо доповнити ПСБО 16 визначенням поняття представницьких витрат із зазначенням конкретного переліку видів цих витрат.

До представницьких витрат згідно з п. 2 Норм № 1026 належать витрати, пов'язані з:

– проведенням офіційного прийому (сніданку, обіду, вечері) представників;

– транспортним забезпеченням;

– заходами культурної програми;

– буфетним обслуговуванням під час переговорів;

Таблиця 1

Склад та види представницьких витрат

Напрямок витрат	Вид витрат
На проведення офіційного прийому представників	Витрати на частування гостей (сніданок, обід, вечеря), оренду приміщення для проведення офіційного прийому
На заходи культурної програми	Витрати на оренду та експлуатацію автотранспорту, покупку автобусних, залізничних та авіаквитків для гостей і делегацій
На транспортне забезпечення представницьких заходів	Витрати на організацію видовищних заходів (покупка квитків на концерти, спектаклі, до музеїв, на виставки тощо) і художнє оздоблення приміщення, де буде відбуватися захід
На оплату послуг перекладача	Витрати на оплату вартості послуг кейтерингової компанії, а також витрати на чай, каву, мінеральну воду та інші прохолодні напої, бутерброди, печиво, цукерки та інші кондитерські вироби
На буфетне обслуговування під час переговорів	Вартість послуг перекладачів, стенографістів, а також інших фахівців, які запрошені у зв’язку з проведенням представницьких заходів
На оплату номерів у готелях	Витрати на оплату вартості проживання та бронювання номерів у готелях, а також вартість оренди житла на період проведення представницьких заходів

– оплатою послуг перекладача, якщо його немає у штаті;

– оплатою номерів у готелях і їх бронюванням (у розмірі 50% вартості номера за добу) [1].

Як було сказано вище, Норми № 1026 є обов'язковим нормативним актом лише для бюджетних установ. Але податківці рекомендують використовувати його іншим підприємствам як допоміжний (довідковий) Тому наведений вище перелік видів представницьких витрат не є виключним для госпрозрахункових підприємств.

У таблиці 1 нами запропоновано приблизний перелік основних напрямів і видів представницьких витрат. Детальний же їх перелік, на нашу думку, має бути закріплено в положенні про представницькі витрати, затвердженому керівником підприємства, та кошторисі витрат, складеному на конкретний представницький захід (офіційний прийом).

Повертаючись до питання нормативно-правового регулювання обліку й оподаткування представницьких витрат, слід акцентувати увагу на відсутності зазначеного питання у ПСБО та ПКУ, тож податківці у Листі ДПАУ «Про розгляд листа «щодо оподаткування представницьких витрат» від 22.11.2012 р. №5743/0/61-12/15-1415 зазначають, що «вимоги Наказу №1026 є обов'язковими виключно для бюджетних установ, інші підприємства цей документ можуть використовувати як допоміжний (довідковий)» [1]. Відсутність нормативного документа, обов'язкового для виконання, дає право підприємству самостійно розробити внутрішній документ про склад представницьких витрат (наприклад, Положення) і затвердити його наказом керівника, це забезпечить підприємству певну захищеність від податкових перевірок, якщо виникнуть питання щодо віднесення тих чи інших витрат до складу податкових.

Однак у Листі Міністерства доходів і зборів України «Щодо оподаткування представницьких витрат» від 25.10.2013 р. № 14054/6/99-99-19-03-02-15 було зазначено: «Слід зазначити, що Податковий кодекс України не надає права платнику податку на прибуток самостійно визначати перелік витрат, зокрема в Положенні про представницькі витрати» [5]. На нашу думку, це трактування суперечить діючим нормам бухгалтерського обліку, адже за відсутності чіткого законодавчого врегулювання облікових питань підприємству надана можливість врегульовувати це у Наказі про облікову політику або ж у внутрішніх документах. Виходячи з цього, думаємо, що спроба підприємства самостійно визначити перелік представницьких витрат може бути проігнорована податківцями під час перевірки.

У Листі ДПАУ «Про розгляд листа щодо оподаткування представницьких витрат» від 22.11.2012 р. зазначається: «Вимоги Наказу № 1026 є обов'язковими виключно для бюджетних установ, інші підприємства цей документ можуть використовувати як допоміжний (довідковий)» [5]. Відсутність нормативного документа, обов'язкового для виконання, дає право підприємству самостійно розробити внутрішній документ про склад представницьких витрат (наприклад, Положення) і затвердити його наказом керівника.

Однак у Листі Міністерства доходів і зборів України «Щодо оподаткування представницьких витрат» від 25.10.2013 р. було вказано: «Слід зазначити, що Податковий кодекс України не надає права платнику податку на прибуток самостійно визначати перелік витрат, зокрема в Положенні про представницькі витрати» [2]. Тобто спроба

Таблиця 2

Підтверджуючі документи представницьких витрат

№ з.п	Вид документу	Пояснення щодо оформлення та застосування
1.	Кошторис витрат	Складається на рік, із зазначення запланованих заходів, затверджується керівником підприємства, з деталізацією запланованих заходів (зустрічей, презентацій, прийомів)
2.	Звіт про фактично здійснені витрати	Подається за рік із деталізацією проведених заходів, з обов'язковим зазначенням дат і місця проведення відповідних заходів, з додатками всіх підтверджуючих документів
3.	Програма заходу	Розробляється на кожен захід (презентація, зустрічі, підписання контрактів тощо), обов'язково вказується дата, місце проведення, списки учасників як з боку організації, так і з боку запрошених гостей, вказується сума витрат, яка планується на організацію і проведення цих заходів, із розробленням постатейної калькуляції витрат, що містить повний перелік заходів
4.	Розпорядчий документ на проведення заходу: наказ чи розпорядження	У якому обов'язково слід визначити осіб, відповідальних за прийом, дату і час проведення заходів
5.	Журнал обліку осіб, що прибувають у відрядження	Підтверджує факт присутності осіб з-за кордону чи з інших міст
6.	Договір	Підтверджує досягнення згоди під час ділової зустрічі
7.	Протокол про намір укладення договору	Складається, якщо під час зустрічі не було досягнуто згоди, підписується представниками обох сторін та підтверджує факт проведення цих зустрічей

підприємства самостійно визначити перелік представницьких витрат податківцями може бути під час перевірки проігнорована.

Для класифікації витрат як представницькі підприємству необхідно правильним чином оформити підтверджуючі документи. Проблемою у цьому питанні є відсутність нормативного документу, що регулює порядок документального оформлення представницьких витрат. Тож під час оформлення документального підтвердження понесених витрат необхідно пам'ятати про вимоги до обов'язкових реквізитів первинних документів: квитків, рахунків, накладних, квитанцій тощо. Для підтвердження понесених представницьких витрат суб'єктами господарювання нами було розроблено класифікацію відповідних документів за видами витрат, яка наведена у таблиці 2.

Аналізуючи діючу систему бухгалтерського обліку представницьких витрат, можна зробити висновок, що за аналогією до податкового обліку в бухгалтерському обліку представницькі витрати можна відносити:

– до адміністративних витрат (п. 18 П(С)БО 16);

– до витрат на збут (на підставі п. 19 П(С)БО 16 як витрати на рекламу та дослідження ринку).

Тож обліковувати представницькі витрати можуть або на рахунку 92 «Адміністративні витрати», або на рахунку 93 «Витрати на збут». Ми пропонуємо суб'єктам господарювання розробити у робочому плані рахунків аналітику до відповідних видів представницьких витрат.

Щодо податкового обліку представницьких витрат варто зазначити, що представницькі витрати можна включати до складу податкових витрат за умови їх документального підтвердження:

– первинними документами про понесення платником податку витрат, обов'язковість яких передбачено правилами ведення бухгалтерського обліку, та іншими документами, встановленими розділом II Податкового кодексу;

– іншими документами, які свідчать про зв'язок понесених витрат із господарською діяльністю суб'єкта господарювання.

Висновки з проведеного дослідження. Виходячи із завдання наукового дослідження, нами було узагальнено поняття представницьких витрат та вказано на необхідність доповнити норми ПСБО 16 пунктами стосовно визначення термінології та видів витрат, які будуть відноситися до категорії представницьких, це ж саме доцільно зробити і з податковим законодавством задля усунення неузгодженостей у податковому і бухгалтерському трактуванні цих понять.

Запропоновано приблизний перелік основних напрямів і видів представницьких витрат, які могли би стати основою для подальшого їх внесення до норм положень бухгалтерського обліку. Було проаналізовано законодавчо-нормативну базу стосовно цього питання, встановлено відсутність необхідних норм для суб'єктів господарювання, окрім бюджетних установ. Ми пропонуємо використовувати аналогію закону та аналогію права і використовувати в обліку норми положення № 1026.

Пропонуємо для підтвердження представницьких витрат використовувати запропонований нами перелік документів, наявність яких захистить підприємство від можливих претензій з боку податківців. Щодо правильності відображення представницьких витрат в обліку нами запропоновано підходи до розроблення робочого плану рахунків із розробленням аналітики щодо цих витрат, а також наказ про облікову політику пропонуємо доповнити пунктами про склад можливих представницьких витрат. Як бачимо, тема дослідження є актуальною, викликає дискусії як теоретиків, так і практиків, тому вбачаємо необхідність здійснення подальших досліджень цієї тематики.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Норми коштів на представницькі цілі бюджетних установ та порядок їх витрачання: Наказ Міністерства фінансів України від 14.09.2010 р. № 1026. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0956-10 (дата звернення: 10.02.2020).

2. Податковий кодекс України: Закон України від 23.12.2010. № 2856-VI. Дата оновлення: від 29.12.2019. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/2755-17 (дата звернення: 12.02.2020).

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 2001 р. № 318. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00 (дата звернення: 10.02.2020).

4. Рожелюк В.М., Хомин П.Я. Витрати й доходи за обліковою політикою підприємства: концептуальний аспект. Вісник ЛКА. 2011. № . С. 379–383.

5. Щодо оподаткування представницьких витрат: Лист Міністерства доходів і зборів України від 25.10.2013р. № 14054/6/99-99-19-03-02-15. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/394375394440 (дата звернення: 16.02.2020).

REFERENCES:

1. Normy koshtiv na predstavnytski tsili biudzhetnykh ustanov ta poriadok yikh vytrachannia [The rates of funds for the representative purposes of budgetary institutions and the procedure for their spending]. (2010, September 14) Available at:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0956-10 (accessed 10 February 2020).

2. Podatkovyi kodeks Ukrainy [Tax Code of Ukraine]. (2010, December 23) Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/2755-17 (accessed 12 February 2020).

3. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 16 «Vytraty» [Accounting Standard (Standard) 16 "Expenses']. (2001, December 31) Available at: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0027-004. (accessed 10 February 2020).

4. Rozheljuk V.M. (2011) Vytraty j dokhody za oblikovoju politykoju pidpryjemstva: konceptualjnyj aspekt [Costs and revenues of accounting policies of the enterprise: a conceptual aspect].Visnyk LKA no. 35, pp. 379–383.

5. Shchodo opodatkuvannia predstavnytskykh vytrat [Concerning the taxation of representation expenses]. (2013, October 25) Available at: https://zakononline.com.ua/documents/show/394375394440 (accessed 16 February 2020)

ВАЛОРИЗАЦІЯ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

VALORIZATION OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE ACCOUNTING SYSTEM OF FARMS

УДК 330.143:338.432:657:631.115.11
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-75

Гнатишин Л.Б.
д.е.н., доцент, в.о. професора кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
Прокопишин О.С.
к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
Поверляк Т.І.
к.е.н., старший викладач кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет

Hnatyshyn Liudmyla
Lviv National Agrarian University
Prokopyshyn Oksana
Lviv National Agrarian University
Poverlyak Tetiana
Lviv National Agrarian University

Засобом збільшення доданої вартості та способом покращення конкурентної переваги сімейних фермерських господарств України визначено процес валоризації продукції на засадах інноваційної діяльності. Основу розроблених моделей обліку формування доданої вартості в процесі валоризації аграрної продукції фермерських господарств становить поелементний облік витрат щодо формування собівартості виготовленої та реалізованої продукції, оскільки декомпозиція елементів витрат є тотожною компонентній наповненості показника доданої вартості аграрної продукції. Практична цінність результатів роботи полягає в тому, що розроблені моделі обліку адаптовані до чинної нормативно-правової бази, враховують сезонний чинник та розмаїття аграрної продукції, орієнтацію сімейних фермерських господарств на безперервну діяльність, досягнення ними вищого рівня конкурентоспроможності та прибутковості через нішеве виробництво.
Ключові слова: *облік, валоризація, додана вартість, фермерські господарства, витрати, прибуток, конкурентоспроможність.*

Средством увеличения добавленной стоимости и способом улучшения конкурентного преимущества семейных фермерских хозяйств Украины определено процесс валоризации продукции на основе инновационной деятельности. Основу разработанных моделей учета формирования добавленной стоимости в процессе валоризации аграрной продукции фермерских хозяйств составляет поэлементный учет расходов по формированию себестоимости изготовленной и реализованной продукции, поскольку декомпозиция элементов затрат является тождественной компонентной наполненности показателя добавленной стоимости аграрной продукции. Практическая ценность работы заключается в том, что разработанные модели учета адаптированы к действующей нормативно-правовой базе, учитывают сезонный фактор и разнообразие аграрной продукции, ориентацию семейных фермерских хозяйств на непрерывную деятельность, достижения ими высшего уровня конкурентоспособности и прибыльности путем нишевого производства.
Ключевые слова: *учет, валоризация, добавленная стоимость, фермерские хозяйства, расходы, прибыль, конкурентоспособность.*

Valorization implies an increase in the added value of agricultural products and is driven by the desire of family farms for continuous activity, the achievement of competitive advantage through niche and craft production, global changes in consumption patterns towards improving the quality and safety of food, and the focus of farms on local and regional food provision. The formation, development and entry into the organized market of family farms depend to a large extent on the effective management decisions that are based on accounting information. Extensions of user information requests require appropriate accounting and analytical support in the context of identifying and correlating costs and revenues in order to determine the financial result from the sale of agricultural products with high added value. The problematic questions of accounting for the valorization of agricultural products of farms today are still unresolved and require detailed research to formulate an effective strategy for the development of family farming and an effective model of accounting for agricultural production on an innovative basis. Valorization based on the innovative activity was defined as the way of increasing the value-added process and improving the competitive advantage of family farms in Ukraine. The basis of the developed models of accounting of added value formation in the process of agricultural products valorization of farms is the elemental cost accounting for the formation of the cost of manufactured and sold products, since the decomposition of cost elements is identical to the component filling of the value added of agricultural products. The practical value of the work results is in the fact that the developed models of accounting for the formation of added value in the process of valorization of agricultural products are adapted to the current regulatory framework. The proposed alternative models of accounting for added value formation in the process of valorization of agricultural products take into account the seasonal factor and diversity of agricultural products, orientation of family farms on continuous activity, achievement of higher level of competitiveness and profitability through niche production.
Key words: *accounting, valorization, added value, farms, costs, profit, competitiveness.*

Постановка проблеми. Валоризація аграрної продукції зумовлена глобальними змінами моделей споживання у напрямі покращання якості та безпечності харчових продуктів, а також орієнтацією фермерських господарств на місцеве і регіональне продовольче забезпечення. В умовах обмеженості ресурсів та жорсткої конкурентної боротьби із великими сільськогосподарськими товаровиробниками, яку відчувають фермерські господарства, валоризація передбачає зростання доданої вартості не за рахунок збільшення кількості етапів переробки сільськогосподарської продукції, а навпаки, їх мінімізацією, завдяки чому покращується відтворювальна здатність виробничого потенціалу та забезпечується стійка конкурентна перевага фермерських господарств.

Усе вище перелічене, а також інтеграційні орієнтири фермерських господарств, особливо сімейних, і, як наслідок, розширення інформаційних запитів користувачів вимагають відповідного обліково-аналітичного забезпечення у контексті виявлення та співвідношення витрат і доходів з метою визначення фінансового результату від реалізації аграрної продукції із високою доданою вартістю, що зумовлено новими стандартами у веденні сучасного аграрного бізнесу. У цьому аспекті вбачаємо розвиток чинної методики бухгалтерського обліку фермерських господарств, оновлення методичного інструментарію найперше відповідно до потреб внутрішніх користувачів, що породжено особливостями дрібного приватного агробізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковому лексиконі та системі облікового забезпечення поняття «валоризація» є новим та необґрунтованим з позиції формування вищої доданої вартості у ланцюгу створення вартості, недослідженим за впливом на якість аграрної продукції та величину фінансового результату фермерського господарства. Отож, актуалізацію проблеми валоризації аграрної продукції, у тому числі її облікове забезпечення, першочергово будемо пов'язувати із категорією доданої вартості, яка для діагностики конкурентних переваг фірми та для глибшого розуміння процесів, що відбуваються в середині будь-якого підприємства, була запропонована Майклом Портером [1]. Теоретичне обґрунтування та методичне забезпечення досліджуваної дефеніції, її практичне осмислення здійснювали ряд вітчизняних та зарубіжних науковців: Авдашева С. Б., Буданов И. А., Голикова В. В. і Яковлев А. А. [11, с. 361-362], Коваленко О. В. [3, с. 74-75], Нікішина О. В. [12, с. 24-25], Ревуцька Н. В. і Гришкова О. О. [16], Саблук В. П. [17]. Фундаментальний науковий базис актуальних проблем функціонування фермерських господарств та облікового забезпечення їхньої діяльності створили: Довбуш А. В. [2, с. 172-174], Коваль Н. І. [4, с. 879-882], Костенко В. Г. [5, с.13-14], Лень В. С. і Зоценко Д. В. [6, с. 240-246], Скрипник С. В. [18, с. 266-269], Слободян В. Д. [19], Шевченко Н. О. [20, с. 148-151]. Однак, орієнтація на раціональний спосіб господарювання спонукає фермерських господарств до оновлення методичного інструментарію облікової системи з метою виявлення резервів посилення конкурентних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках аграрної продукції.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування теоретичних основ та розробка науково-методичних підходів щодо обліку процесу валоризації аграрної продукції, який ґрунтується на засадах формування доданої вартості, що дозволить виявити резерви посилення конкурентних переваг фермерських господарств та забезпечить їхнє прагнення до безперервної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Валоризація – це сукупність заходів для штучного підвищення ціни аграрної продукції, що особливо актуально для фермерських господарств, які відчувають загострення конкуренції із великими сільськогосподарськими товаровиробниками. Відтак способом дуального впливу на результативність фермерства в сенсі покращання ефективності відтворення виробничого потенціалу та підвищення конкурентоспроможності має бути процес, спрямований на валоризацію високоякісних харчових продуктів. Ключовим елементом нашого дослідження є індикатор додана вартість (*ДВ*), який передбачає такі складові: амортизацію необоротних активів (*А*), заробітну плату найманих працівників (*ЗП*), прибуток (*П*) і специфічні витрати ($В_С$) – у нашому випадку орендну плату за землю. Додану вартість продукції фермерських господарств визначаємо за формулою:

$$ДВ = А + ЗП + СВ + П + В_С \qquad (1)$$

У нашому розумінні валоризація повинна забезпечити процес створення вищої доданої вартості аграрної продукції подекуди за умови, що набір видів економічної діяльності може виходить за межі внутрішнього виробництва і включати сукупність матеріальних та нематеріальних витрат, котрі формують основну і додану вартість. Із рис. 1 бачимо, що у певній технологічній точці (якщо вести мову про переробку молока) відбувається розподіл на кілька видів продукції.

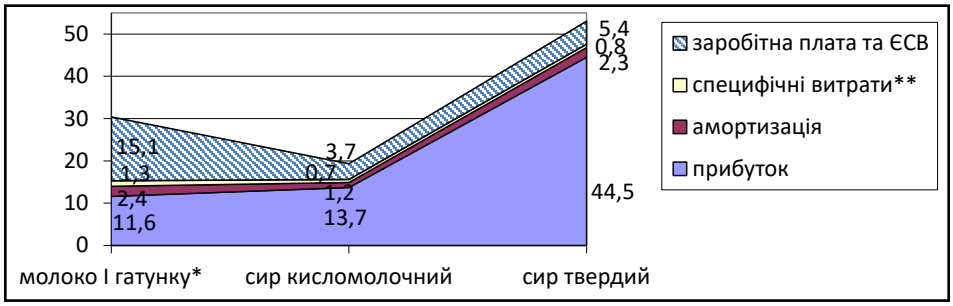
Далі кожен вид молочної продукції просувається на ринок, створюючи власний ланцюг цінностей. Означений напрямок у рамках нашого дослідження дає змогу виявити види молочної продукції, за допомогою доданої вартості яких можна контролювати і координувати конкурентну перевагу. Здорожчання енергоносіїв, матеріалів та послуг для тваринництва є однією з причин меншої частки прибутку на етапі виробництва молока у фермерському господарстві. У продукції переробки молока комерційний вектор доданої вартості зростає через надання готовій продукції, особливо твердим сирам, унікальних конкурентоспроможних якостей. Вертикальна інтеграція, власна роздрібна торгівля забезпечують один із основних чинників формування доданої вартості – свіжість фермерської продукції.

Процес формування доданої вартості продукції фермерських господарств із адекватним співвідношенням соціальної та комерційної складових потребує керованого та регульованого процесу валоризації, заснованого на відповідних інноваційних технологіях із залученням виробничої інфраструктури, зокрема торговельних площ, складських приміщень, пакувальних ліній, холодильних установок тощо. Інновації, наприклад енергоощадні технології та переробка і реалізація виробленої продукції власними зусиллями сприяють тому, що додана вартість зростатиме не за рахунок збільшення кількості етапів переробки сільськогосподарської продукції, а навпаки, за рахунок їх мінімізації, що забезпечить вищий рівень конкурентоспроможності. У підсумку, більшість сукупного прибутку, який одержують на всіх стадіях, залишатиметься у цих фермерських господарствах. Така характеристика раціонального ведення операційної діяльності фермерських господарств зумовлює специфічні інформаційні запити внутрішніх користувачів – фермерів, та вимагає особливого підходу в організації облікового забезпечення.

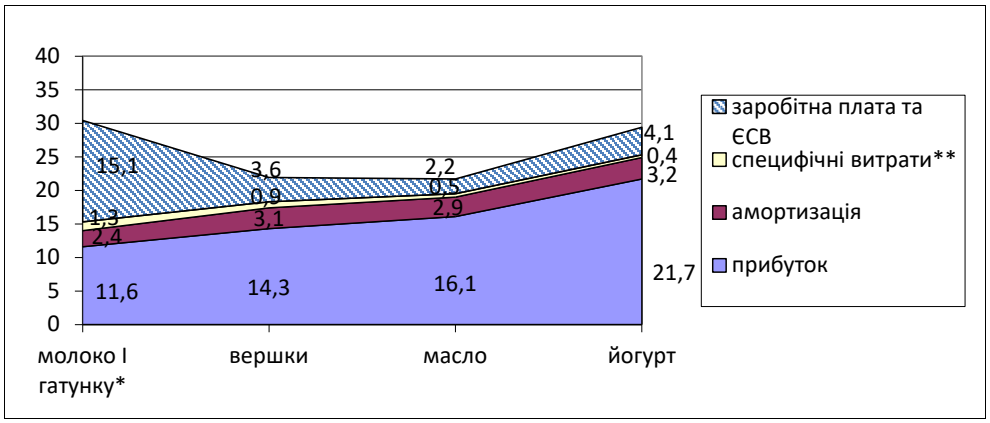
Контент системи бухгалтерського обліку фермерських господарств залежить від багатьох

чинників: організаційної структури, спеціалізації, організаційно-правової форми господарювання. Водночас її рівень, структурно-функціональна регламентація і методичне наповнення повинні забезпечити захист приватної власності фермера та відповідати повсякчас зростаючим інформаційним запитам. Так, великі та середні фермерські господарства як правило використовують класичну систему фінансового обліку та окремі компоненти управлінського обліку, ведуть облік виробництва. Багаторівнева система обліку цих господарств побудована згідно принципів національних стандартів бухгалтерського обліку і відповідає вимогам Методичних рекомендацій щодо застосування регістрів журнально-ордерної форми обліку для сільськогосподарських підприємств № 390 від 4 червня 2009 року [10] та Методичних рекомендацій з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств №132 від 18 травня 2001 року [7]. Для сімейних фермерських господарств (із площею землекористування до 20 га сільськогосподарських угідь) призначено Методичні рекомендації з організації та ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах № 189 від 2 липня 2001 року [8]. Слід зазначити, що даний нормативний документ істотно відрізняється від Методичних рекомендацій із застосування регістрів бухгалтерського обліку малими підприємствами №720 від 15 червня 2011 року [9]. Найсуттєвіші розбіжності між цими нормативно-правовими документами стосуються форм регістрів обліку (первинних документів), порівняння переліку який подано в табл. 1.

Наші дослідження вказують на те, що в умовах сьогодення Методичні рекомендації з організації та ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах, як і вище згадані інші нормативні документи, не враховують галузевих та організаційно-правових особливостей щодо сучасного етапу розвитку фермерства, прописані всупереч основних положень та останніх змін і



а) молоко – сир кисломолочний – сир твердий



б) молоко – вершки – масло – йогурт

Рис. 1. Формування доданої вартості у ланцюгах цінностей виробництва молочної продукції у фермерському господарстві «Агротем» та приватній сироварні «Джерсей», у середньому за 2018 р., %

* Свій початок кожен із двох зображених цінових ланцюгів бере у фермерському господарстві «Агротем», а продовжується у приватній сироварні «Джерсей»;
** для молока специфічними витратами є орендна плата за земельні ділянки (паї), для молочної продукції – плата за ветеринарний експертний висновок.

Джерело: розраховано і побудовано за даними бухгалтерського обліку фермерського господарства «Агротем» та інформації, наданої приватною сироварнею «Джерсей»

доповнень до Закону України «Про фермерське господарство» № 973-IV від 19 червня 2003 року [15].

Ситуація, яка склалася, свідчить, що загалом методологічна сторона ведення бухгалтерського обліку у фермерських господарствах ще недостатньо напрацьована, не відповідає вимогам часу. Особливо це стосується обліку витрат на виробництво аграрної продукції. Окрім цього неузгодження чинної регламентації із вимогами Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» [14] дозволяє застосування в обліковій практиці суб'єктів агробізнесу двох методів обліку витрат: на створення біологічних активів і виробництво сільськогосподарської продукції.

Відтак, організація обліку валоризації у фермерських господарствах має об'єктивні передумови, які зумовлені, насамперед, бажанням фермера володіти інформацією про ефективність виробництва того чи іншого виду продукції, що стане запорукою пошуку кращих ринків збуту аграрної продукції. Дані обліку цього процесу можуть забезпечити власника інформацією на кожному етапі виробничого циклу, сприяти виявленню раціональності співвідношень між витратами, обсягом виробництва та рівнем рентабельності, що допоможе прийняттю виважених управлінських рішень, спрямованих на досягнення конкурентної переваги фермерського господарства.

Вимоги скороченої форми фінансової звітності, котру фермерські господарства як суб'єкти малого підприємництва складають за даними бухгалтерського обліку відповідно до вимог П(С)БО 25 «Спрощена фінансова звітність» [13], дають підстави в межах застарілого, але все ще чинного нормативного забезпечення, запропонувати альтернативні варіанти обліку процесу валоризації. Методологічно основу обліку валоризації становить поелементний облік витрат, які формують собівартість виготовленої та реалізованої продукції (прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці і соціальне страхування, амортизація, вартість придбаних послуг, інші прямі та загальновиробничі витрати). У межах предмету дослідження, на нашу думку, це оптимальний підхід, оскільки декомпозиція елементів витрат є тотожною компонентній наповненості показника доданої вартості аграрної продукції. За умови запровадження запропонованого вище, концепція обліку валоризації у фермерських господарствах зводиться до використання скороченого плану бухгалтерських рахунків та переорієнтації окремого узагальнення інформації про витрати

Таблиця 1

Порівняльна характеристика реєстрів обліку і первинних документів для малих підприємств і фермерських господарств за спрощеною формою

№ п/п	Ділянка обліку	Мале підприємство	Фермерське господарство
1	Реєстрація всіх господарських операцій	-	Журнал реєстрації господарських операцій
2	Облік необоротних активів, амортизації (зносу)	Відомість 1.1-мс обліку необоротних активів Відомість 1.2-мс обліку нарахування амортизації Відомість 4.1-мс обліку витрат на ремонт та поліпшення основних засобів	Відомість обліку основних засобів
3	Облік виробничих запасів, готової продукції і запасів	Журнал 1-мс обліку активів	Книга (карточка) складського обліку
4	Облік тварин на вирощуванні і відгодівлі	-	Книга обліку руху тварин і птиці на фермі
5	Облік витрат на виробництво	Журнал 4-мс обліку витрат	Книга обліку доходів та витрат
6	Облік зобов'язань, прибутку і капіталу	Журнал 2-мс обліку капіталу і зобов'язань	Журнал реєстрації господарських операцій
7	Облік розрахунків та інших операцій	Відомість 2.1-мс обліку розрахунків з постачальниками, іншими кредиторами та бюджетом	Відомість обліку розрахунків
8	Облік реалізації	Журнал 3-мс обліку доходів	Журнал реєстрації господарських операцій і Книга обліку доходів та витрат
9	Облік праці і заробітної плати	Відомість 2.2-мс обліку розрахунків з працівниками	Розрахунково-платіжна відомість
10	Узагальнення даних по синтетичних рахунках	Оборотна відомість	-
11	Фінансова звітність	Баланс (форма № 1-мс) *Звіт про фінансові результати (форма № 2-мс)*	Баланс (форма № 1-мс) Звіт про фінансові результати (форма № 2-мс)

за елементами (бухгалтерські рахунки класу 8) і доходи (бухгалтерські рахунки класу 7) на один бухгалтерський рахунок 79 «Фінансові результати». Як наслідок, вирішення проблеми у такий спосіб дозволяє зменшити кількість бухгалтерських записів і дає підстави для подальшого вдосконалення і спрощення бухгалтерського обліку, що особливо актуально для сімейних фермерських господарств.

За результатами наукового пошуку вимальовались дві моделі обліку формування доданої вартості в процесі валоризації аграрної продукції. Принцип альтернативності у цьому контексті зумовлений як сезонністю виробництва, так і розмаїттям продукції, яку виробляє фермер, у тому числі і орієнтацією на нішеве чи органічне виробництво. Отож, у контексті валоризації пропонуємо простий облік формування доданої вартості та облік формування доданої вартості в розрізі об'єктів. Тут зауважимо, що діюча методологія і практика бухгалтерського обліку в сільському господарстві не передбачає застосування рахунків класу 8 «Витрати за елементами» через розмаїття об'єктів витрат, сезонний характер виробництва, неспівпадання виробничого циклу із тривалістю календарного року та специфічним порядком калькулювання аграрної продукції. Водночас вважаємо, що моноспеціалізовані фермерські господарства при невеликій кількості господарських операцій і відсутності декількох напрямків діяльності облік витрат на формування доданої вартості можуть вести із використанням бухгалтерських рахунків класу 8 «Витрати за елементами» (рис. 2).

Суть простого обліку формування доданої вартості аграрної продукції у фермерському господарстві полягає в тому, що для обліку витрат слід використовувати бухгалтерські рахунки 80 «Матеріальні витрати», 81 «Витрати на оплату праці», 82 «Відрахування на соціальні заходи», 83 «Амортизація», 84 «Інші операційні витрати». Ці рахунки призначені для узагальнення інформації про формування доданої вартості аграрної продукції у процесі валоризації у фермерському господарстві протягом звітного періоду у транзитному режимі (за дебетом і кредитом витрати відображаються одночасно).

На підставі первинних документів суми визнаних витрат у розрізі елементів впродовж звітного періоду нагромаджують на дебеті відповідних рахунків класу 8 «Витрати за елементами» у відомості спеціальної форми. Прагнення до максимального спрощення обліку витрат у фермерських господарствах спонукає до відмови від використання бухгалтерського рахунка 23 «Виробництво». Такий підхід дещо знизить високий рівень деталізації витрат, водночас без додаткових вибірок забезпечить очевидність фінансового результату діяльності фермерського господарства. В даному випадку у дебет рахунка 79 «Фінансові результати» слід списати нагромаджені протягом звітного періоду витрати за елементами, а на кредиті відобразити загальну суму доходу. Тобто окреме узагальнення інформації про собівартість реалізації на рахунку 90 «Собівартість реалізації» та про виручку (доходи) на рахунку 70 «Доходи від реалізації» переорієнтовано на один бухгалтерський рахунок 79 «Фінансові результати». Проте, в даному випадку виникає необхідність високого ступеня аналітичності обліку розрахунків з покупцями та замовниками.

Водночас окремі виробничі цикли у фермерських господарствах, пов'язані із валоризацією, наприклад, закладання твердих сирів на просолювання та дозрівання, можуть виходити за межі поточного календарного року. В той же час фермерські господарства зобов'язані подавати фінансову звітність за календарний рік, незалежно від того, завершено чи ні виробничі цикли. Тому це зумовлює певні методичні передумови, які слід врахувати при закритті рахунків з обліку витрат на виробництво аграрної продукції. Тут витрати за

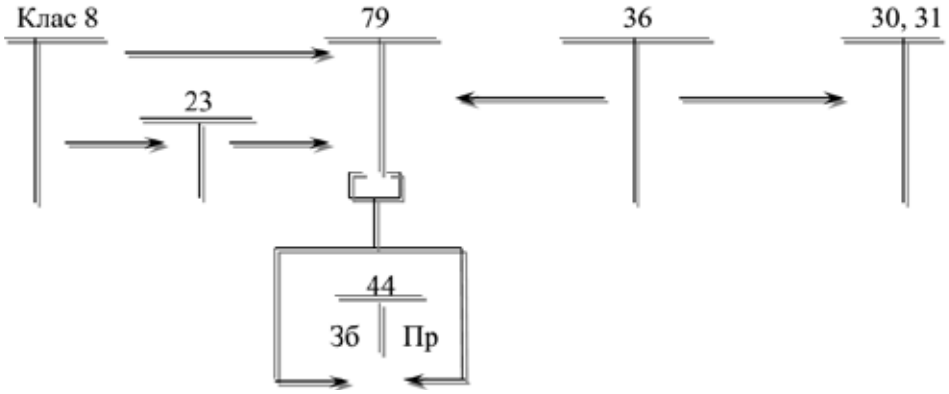


Рис. 2. Модель простого обліку формування доданої вартості аграрної продукції у процесі валоризації у фермерському господарстві

Джерело: розроблено авторами

незавершеними виробничими циклами визнають як незавершене виробництво.

Тому, якщо мова йде про незавершене виробництво, то закриття рахунків класу 8 пропонуємо зробити наступним чином:

дебет рахунка 23 «Виробництво»;

кредит рахунків класу 8.

Здійснюючи облік витрат за даною моделлю фермер в кінці звітного періоду (року) може отримати інформацію про фінансовий результат, не здійснюючи калькуляції і не розраховуючи при цьому собівартості одиниці сільськогосподарської продукції. Тобто, сальдо на рахунку 79 «Фінансові результати» при його закритті слід списати на рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», зробивши відповідний запис:

дебет рахунка 79 «Фінансові результати»;

кредит рахунка 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)».

Аналітичний облік витрат в розрізі об'єктів пропонуємо вести в тих фермерських господарствах, де виробнича діяльність здійснюється в кількох напрямках і виробляється декілька видів аграрної продукції. У цьому випадку виникає необхідність в первісному визнанні готової продукції за видами, іншими словами – за фактичними витратами, що нагромаджена на дебеті рахунків класу 8. Проте, це може ускладнити облік, оскільки в розрізі об'єктів обліку витрат потрібно буде закривати окремо кожен рахунок класу 8. Тому, на нашу думку, при такій ситуації можна спочатку провести закриття цих рахунків, скажімо, в дебет рахунка 86 «Зведені за елементами витрати операційної діяльності», на якому в розрізі об'єктів будуть нагромаджуватися суми витрат. Таким чином у Відомості обліку витрат і виходу продукції (табл. 2) відбудеться закриття рахунків класу 8 в дебет рахунка 86 «Зведені за елементами витрати операційної діяльності», на якому в розрізі об'єктів будуть нагромаджуватися суми витрат.

Тоді оприбуткування готової продукції будемо відображати таким бухгалтерським записом:

дебет рахунка 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва»;

кредит рахунка 86 «Зведені за елементами витрати операційної діяльності».

У даному випадку доречними будуть міркування щодо пріоритетності введеного рахунка 86 «Зведені за елементами витрати операційної діяльності» поряд із рахунком 23 «Виробництво», адже за своїм призначенням нововведений рахунок теж можна вважати калькуляційним. Проте, з позицій селянина, який самостійно бажає вести облік за допомогою рахунків класу 8 «Витрати за елементами», немає принципової різниці в шифрі рахунків, тим паче вільний діапазон класу 8 дозволяє відкрити такий рахунок, на якому б нагромаджували саме витрати за елементами.

Таблиця 2

Відомість обліку витрат і виходу продукції за 20_ рік, грн.

Назва продукції	Витрати (дебет р. 86)						Вихід продукції (кредит р. 86)		Собівар-тість
	Матеріальні витрати	Витрати на оплату праці	Відрахуванні на соціальні заходи	Амортизація	Інші операційні витрати	Разом витрат	Кількість	Сума	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 3

Трансформація інформації із Відомості обліку витрат на виробництво у категорію «Додана вартість», яка сформована у процесі валоризації аграрної продукції (молоко охолоджене І гатунку) у фермерському господарстві «Агротем» за 2018 рік, тис грн

Книга обліку доходів і витрат (рахунок 86)			Додана вартість		
Елементи витрат	Дебет	Кредит	Елементи	Витрати	Доходи
Матеріальні витрати	15184,5	19523,4	Дохід від реалізації	Х	51856,7
Витрати на оплату праці	7853,1		Заробітна плата з відрахуваннями на соціальні заходи (ЗП)	9423,7	
Відрахуванні на соціальні заходи	1570,6		Амортизація (А)	10124,7	
Амортизація	10124,7				
Інші операційні витрати	853,9		Специфічні витрати (ВС)	853,9	
			Прибуток (П)	16269,9	
Разом витрат	35586,8	х	Разом додана вартість (ДВ)	36672,2	х

Джерело: розраховано і побудовано за даними бухгалтерського обліку фермерського господарства «Агротем»

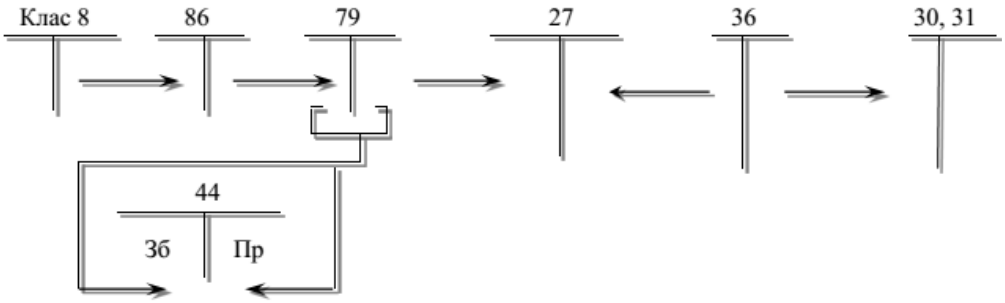


Рис. 3. Модель обліку формування доданої вартості у процесі валоризації аграрної продукції у фермерському господарстві в розрізі об'єктів

Джерело: розроблено авторами

Попередньо списавши витрати в дебет рахунка 79, первісне визнання готової продукції будемо відображати таким бухгалтерським записом: дебет рахунка 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва», кредит рахунка 79 «Фінансові результати». Отож, у багатогалузевих фермерських господарствах облік процесу валоризації аграрної продукції може бути втілений у моделі обліку витрат у розрізі об'єктів (рис. 3).

Першочергово, і ми уже про це згадували, валоризація передбачає штучне збільшення ціни за рахунок надання аграрній продукції певних конкурентних переваг. Цей процес має безпосередній вплив на зміну оцінки аграрної продукції та величину фінансового результату від реалізації. Так, логічно, що справедлива вартість буде більшою від оцінки при первісному визнанні. Тому відображення результату від зміни (збільшення) оцінки аграрної продукції слід провести в обліку додатковою бухгалтерською кореспонденцією: дебет рахунка 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва», кредит рахунка 79 «Фінансові результати».

Вважаємо, що при використанні запропонованих нами моделей обліку фермеру буде досить легко визначити величину доданої вартості, оскільки інформація у системі обліку відображена у згрупованому вигляді (табл. 3).

Передумовою запропонованих альтернативних моделей обліку формування доданої вартості в процесі валоризації аграрної продукції є сезонність і різноманітність виробництва в аграрній галузі, орієнтація сімейних фермерських господарств на безперервну діяльність, досягнення ними вищого рівня конкурентоспроможності та прибутковості через орієнтацію на нішеве виробництво. Проста модель обліку формування доданої вартості у процесі валоризації аграрної продукції у фермерському господарстві та модель обліку у розрізі об'єктів витрат адаптовані до чинної нормативно-правової бази. Їх основу становить поелементний облік витрат щодо формування собівартості виготовленої та реалізованої продукції, оскільки декомпозиція елементів витрат є тотожною компонентній наповненості показника доданої вартості аграрної продукції.

Висновки з проведеного дослідження. Процес валоризації є засобом збільшення доданої вартості аграрної продукції та інструментом підвищення конкурентоспроможності фермерських господарств. За допомогою вертикальної інтеграції та інноваційних технологій передбачено мінімізацію кількості стадій обробки виробленої фермерами продукції, пропозицію споживачеві продукції та товарів нового екологобезпечного і збалансованого за поживністю типу.

Грамотне поєднання соціального і комерційного векторів у конфігурації доданої вартості аграрної продукції, розширення спектру інформаційних запитів про результативність агробізнесу вимагають нового сутнісного наповнення сучасної системи обліку у фермерських господарствах, де зміщення акцентів повинно першочергово стосуватись становлення і розвитку сімейного фермерства на засадах нішевого та крафтового виробництва, а відповідно і їх облікового забезпечення.

Орієнтація на безперервну діяльність сімейного фермерства на інноваційних засадах передбачає досягнення вищого рівня конкурентоспроможності та прибутковості. Раціональний підхід у забезпеченні цих характеристик, а також сезонність і розмаїття об'єктів виробництва, орієнтацієя на нішеве чи органічне виробництво дозволяє запропонувати дві альтернативні моделі обліку формування доданої вартості в процесі валоризації аграрної продукції: просту та в розрізі об'єктів витрат. Для кожної з них розроблена відповідна методика, адаптована до чинної нормативно-правової бази.

Методологічно основу обліку валоризації становить поелементний облік витрат, які формують собівартість виготовленої та реалізованої продукції. Декомпозиція елементів витрат є тотожною компонентній наповненості показника доданої вартості аграрної продукції. Відтак концепція обліку валоризації у фермерських господарствах зводиться до переорієнтації окремого узагальнення інформації про витрати за елементами і доходи на один бухгалтерський рахунок 79 «Фінансові результати».

БІБЛІОГРАЇЧНИЙ СПИСОК:

1. Porter M. E. Competitive advantage: creating and sustaining superior performance. New York: Free press, 1985. 658 p.
2. Довбуш А.В. Визначення фінансових результатів фермерських господарств. *Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету*. 2013. Вип. 21. С. 170-174.
3. Коваленко О. В. Соціальні та комерційні вектори формування конфігурації доданої вартості у продовольчому комплексі. *Продовольчі ресурси. Економічні науки.* 2014. № 3. С. 74–80.
4. Коваль Н. І., Мандибура В. В. Удосконалення організації обліку фермерських господарств: зарубіжний досвід. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2015. № 3. С. 877-882.
5. Костенко В. Г. Особливості бухгалтерського обліку і фінансової звітності в фермерських господарствах. *Економіка АПК. 2011.* №2. С.12-14.
6. Лень В.С., Зоценко Д.В. Щодо вибору форми бухгалтерського обліку в фермерських господарствах. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2014. № 1. С. 237-246.
7. Методичні рекомендації з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств: Наказ Міністерства аграрної політики України від 18.05.2001 р. №132. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01/ed20051031/ (дата звернення: 10.11.2019).
8. Методичні рекомендації по організації та ведення обліку в селянських (фермерських) господарствах: Наказ Міністерства аграрної політики України від 02.07.2001 р. №189. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0189555-01 (дата звернення: 12.11.2019).
9. Методичні рекомендації із застосування регістрів бухгалтерського обліку малими підприємствами: Наказ Міністерства фінансів України від 15.06.2011 р. №720. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0422201-03 (дата звернення: 24.11.2019).
10. Методичні рекомендації щодо застосування регістрів журнально-ордерної форми обліку для сільськогосподарських підприємств: Наказ Міністерства аграрної політики України від 04.06.2009 р. № 390. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0390555-09 (дата звернення: 13.11.2019).
11. Модернизация предприятий в цепочках добавленной стоимости [Авдашева С. Б., Буданов И. А., Голикова В. В., Яковлев А. А.]. *Экономический журнал ВШЭ*. 2005. № 3. С. 361–377.
12. Нікішина О. В. Відтворювальний методичний підхід до оцінки ефективності суб'єктів інтегрованих товарних ринків. *Економіка харчової промисловості.* 2017. Т. 9. Вип. 3. С. 24–35.
13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність»: Наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000 р. № 39. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00 (дата звернення: 13.12.2019).
14. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»: Наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005 р. № 790 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05 (дата звернення: 14.11.2019).
15. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 р. № 973-IV. URL: zakon.rada.gov.ua/go/973-15 (дата звернення: 13.12.2019).
16. Ревуцька Н. В., Гришкова О. О. Дослідження ланцюга створення цінності на підприємстві. URL: http://Conference.SPKNEU.ORG. (дата звернення: 08.11.2019).
17. Саблук В. Як «виростити» додану вартість в АПК. URL: https://agropolit.com/blog/123-yak-virostiti-dodanu-vartist-v-apk. (дата звернення: 08.11.2019).
18. Скрипник С.В. Удосконалення методичного забезпечення облікового процесу фермерських господарств. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. Вип. 2 (53). С. 264-269.
19. Слободян В. Удосконалення організацій бухгалтерського обліку у фермерських господарствах. URL: http://sophus.at.ua/publ/2014_04_17_18_kampodilsk/sekcija_2_2014_04_17_18/udoskonalennja_organizacij_bukhgalterskogo_obliku_u_fermerskikh_gospodarstvakh/52-1-0-929 (дата звернення: 12.11.2019).
20. Шевченко Н.О. Оптимізація системи бухгалтерського обліку фермерських господарств. *Збірник наукових праць Уманський національного університету садівництва.* 2012. Вип. 79 Ч. 2. С. 146-151.

REFERENCES:

1. Porter M. E. (1985) Competitive advantage: creating and sustaining superior performance. New York: Free press.
2. Dovbush A. V. (2013) Vyznachennia finansovykh rezultativ fermerskykh gospodarstv. [Determination of financial results of farms]. *Zbirnyk naukovyh prats Podilskoho derzhavnoho ahrarno-tehnichnoho universytetu*. Vyp. 21. Pp. 170–174.
3. Kovalenko O. V. (2014) Sotsialni ta komertsiyni vektory formuvannia dodanoi vartosti u prodovolchomu kompleksi. [Social and commercial vectors of value-added configuration formation in the food complex]. *Prodovolchi resursy. Ekonomichni nauky*. № 3. Pp. 74–80.
4. Koval N. I., Mandybura V. V. (2015) Udoskonalennia orhanizatsii obliku fermerskykh hospodarstv: zarubiznyy dosvid. [Improvement of the organization of accounting of farms: foreign experience]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. № 3. Pp. 877-882.
5. Kostenko V. H. (2011) Osoblyvosti bukhhalterskoho obliku i finansovoi zvitnosti v fermerskykh hospodarstvakh. [Features of accounting and financial reporting in farms]. *Ekonomika APK*. № 2. Pp. 12–14.
6. Len V. S., Zotsenko D. V. (2014) Shchodo vyboru formy buhhalterskoho obliku v fermerskyh hospodarstvah. [Choosing the form of accounting in farms]. Visnyk Chernihivskoho derzhvnoho ahrarnoho universytetu. № 1. Pp. 237–246.
7. Metodychni recomendatsii z planuvannia, obliku ta kalkuluvannia sobivartosti produktsii (robit, posluh) silskohospodarskykh pidpryemstv. [Methodical recommendations for planning, accounting and costing of products (works, services) in agricultural enterprises]. Nakaz Ministerstva ahrarnoi polityky Ukrainy vid 18.05.2001 r. № 132. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01/ed20051031/ (accessed 10 November 2019).

8. Metodychni recomendatsii po orhanizatsii obliku v selianskykh (fermerskykh) hospodarstvakh. [Methodical recommendations for organization of accounting in farms]. Nakaz Ministerstva ahrarnoi polityky Ukrainy vid 02.07.2001 r. №189. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0189555-01 (accessed 12 November 2019).

9. Metodychni rekomendatsiyi iz zastosuvannya rehistriv bukhhalters'koho obliku malymy pidpryyemstvamy. [Methodical recommendations for using of accounting registers by small enterprises]. Nakaz Ministerstva finansiv Ukrayiny vid 15.06.2011 r. № 720. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0422201-03. (accessed 24 November 2019).

10. Metodychni recomendatsii shchodo zastosuvannia rehistriv zhurnalno-ordernoi formy obliku dlia silskohospodarskykh pidpryemstv. [Methodical recommendations for using of registers of the log-order form of accounting for agricultural enterprises]. Nakaz Ministerstva ahrarnoi polityky Ukrainy vid 04.06.2009 r. № 390. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0390555-09 (accessed 13 November 2019).

11. Avdasheva S. B., Budanov I. A., Holykova V. V., Iakovlev A. A. (2014) Modernizatsia predpriiatiy v tsepochkakh dobavlennoy stoimosti. [Modernization of enterprises in value chains]. *Ekonomicheskiy zurnal.* № 3. pp. 361–377.

12. Nikishyna O. V. (2017) Vidtvoryuvalnyy metodychnyy pidhid do otsinky efektyvnosti subiektiv intehrovanykh tovarnykh rynkiv. [Reproductive methodological approach to evaluating the performance of integrated commodity market entities]. *Ekonomika harchovoi promyslovoti.* T. 9. Vyp. 3. Pp. 24–35. (in Ukrainian)

13. Polozhennia (standart) bukhhaltrskoho obliku 25 “Sproshchena finansova zvitnist” [Accounting Standard 25 “Simplified Financial Statements”]. Nakaz Ministerstva finansiv vid 25.02.2000 r. № 39. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00 (accessed 13 December 2019).

14. Polozhennia (standart) bukhhaltrskoho obliku 30 “Biolohichni aktyvy” [Accounting Standard 30 “Biological assets”]. Nakaz Ministerstva finansiv vid 18.11.2005 r. № 790. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05 (in Ukrainian) (accessed 14 November 2019).

15. Pro fermerske hospodarstvo. [About the farm]. Zakon Ukrainy vid 19.06.2003 r. № 973-IV. URL: zakon.rada.gov.ua/go/973-15 (accessed 13 December 2019).

16. Revutska N. V., Hryshkova O. O. Doslidzhennia lantsiuha stvorennia tsinnosti na pidpryemstvi. [Investigating the value chain of an enterprise]. URL: http://Conference.SPKNEU.ORG. (accessed 8 September 2019).

17. Sabluk V. Iak “vyrostyty” dodanu vartist v APK. [How to "grow" value-added in agroindustrial complex]. URL: https://agropolit.com/blog/123-yak-virostiti-dodanu-vartist-v-apk (accessed 8 November 2019).

18. Skrypnyk S. V. (2014) Udoskonalennyia metodychnoho zabezpechennia oblikovoho protsesu fermerskykh hospodarstv. [Improvement of methodological support of the accounting process of farms]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*. Vyp. 2 (53). Pp. 264-269.

19. Slobodyan V. Udoskonalennya orhanizatsiy bukhhalters'koho obliku u fermers'kykh hospodarstvakh. [Improvement of accounting organizations in farms]. URL: http://sophus.at.ua/publ/2014_04_17_18_kampodilsk/sekcija_2_2014_04_17_18/udoskonalennja_organizacij_bukhgalterskogo_obliku_u_fermerskikh_gospodarstvakh/52-1-0-929. (accessed 12 November 2019).

20. Shevchenko N. O. (2012) Optymizatsia systemy buhhhalterskoho obliku fermerskykh hospodarstv. [Optimization of the farm accounting system]. *Zbirnyk naukovykh prats Umanskyy natsionalnoho universytetu sadivnytstva.* Vyp. 79 Ch. 2. Pp. 146-151.

МАРКЕТИНГОВИЙ СУПРОВІД КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ[1]

MARKETING SUPPORT FOR COMMERCIALIZATION INNOVATION PRODUCTS OF ENTERPRISES

УДК 658.8.001.76
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-76

Ілляшенко С.М.
д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»;
д-р хабілітований, професор
Вища економіко-гуманітарна школа
Шипуліна Ю.С.
д.е.н., доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Illiashenko Sergii
National Technical University
“Kharkiv Polytechnic Institute”;
University of Economics and Humanities
Shypulina Yuliia
National Technical University
“Kharkiv Polytechnic Institute”

У статті запропоновано схему управління вибором заходів маркетингового супроводу різних варіантів комерціалізації інноваційної продукції підприємства, що виділені за ступенем охоплення етапів інноваційного й життєвого циклу продуктової інновації. Вона дає змогу узагальнено окреслити коло методів та інструментів маркетингу інновацій, які забезпечують маркетинговий супровід вибраних варіантів комерціалізації. Запропоновано підхід до врахування в заходах маркетингу інновацій особливостей виконання його завдань на етапах життєвого циклу нового товару, а також урахування стану споживчої готовності цільових споживачів, що дає змогу уточнити силу впливу, тривалість і бюджет заходів комплексу маркетингу інновацій. Практична реалізація отриманих результатів дає змогу підвищити ефективність маркетингового супроводу комерціалізації інновацій у сучасних умовах трансформації технологічних укладів і спричинених цим змін вектору впливу факторів зовнішнього макро- й мікросередовища.
Ключові слова: *інноваційна діяльність, підприємство, комерціалізація інновацій, маркетинг інновацій, маркетинговий супровід комерціалізації.*

В статье предложена схема управления выбором мер маркетингового сопровождения различных вариантов коммерциализации инновационной продукции предприятия, которые выделены по степени охвата этапов инновационного и жизненного цикла продуктовой инновации. Она позволяет обобщенно очертить круг методов и инструментов маркетинга инноваций, которые обеспечивают маркетинговое сопровождение выбранных вариантов коммерциализации. Предложен подход к учету в мерах маркетинга инноваций особенностей выполнения его заданий на этапах жизненного цикла нового товара, а также учету состояния потребительской готовности целевых потребителей, что позволяет уточнить силу влияния, длительность и бюджет мер комплекса маркетинга инноваций. Практическая реализация полученных результатов позволяет повысить эффективность маркетингового сопровождения коммерциализации инноваций в современных условиях трансформации технологических инноваций и вызванных этим изменений вектора влияния факторов внешней макро- и микросреды.
Ключевые слова: *инновационная деятельность, предприятие, коммерциализация инноваций, маркетинг инноваций, маркетинговое сопровождение инноваций.*

World experience shows that successful innovation depends largely on the stage of commercialization of innovations. And one of the main tools of commercialization is marketing. Accordingly, the purpose of the article is to develop an approach to managing the choice of complex marketing support measures for the commercialization of innovative products. The article describes the variants of the innovation process, distinguished by the degree of coverage of the stages of innovation and life cycle of a new product, and, accordingly, options for commercialization of innovations. Refinements and systematization of problems of marketing of innovations for the selected variants of the innovation process and variants of commercialization of innovations are carried out. It is proved that all works of marketing of innovation can be divided into two types: related to the orientation of innovative activity of the enterprise on creation of perspective innovations, which are aimed at solving current and predicted problems of actual and potential consumers; related to the formation and stimulation of demand for innovation, the promotion of innovation in the market, monitoring the development of the market situation. The marketing tasks of innovation in the life cycle stages of a new product, which depend on the type of consumer (innovators, followers, majority or outsiders), have been clarified. The features of the tasks of marketing of innovations peculiarities of the innovation marketing tasks, according to the state of consumer readiness in which the target consumers of the new product are located (actual or potential), are identified. The scheme of management of choice of measures of marketing support of commercialization of innovative products is developed. This scheme allows us to summarize the range of methods and tools of marketing innovation that provide marketing support for the selected options for commercialization. The practical realization of the obtained results allows increasing the efficiency of marketing support of commercialization of innovations in the conditions of transformation of technological ways. Further research should focus on developing the principles of organizational and economic mechanism of management of commercialization of innovations based on marketing.
Key words: *innovative activity, enterprise, commercialization of innovations, marketing of innovations, marketing support of commercialization.*

Постановка проблеми. Як засвідчує світовий досвід, успіх орієнтованої на ринок інноваційної діяльності головним чином залежить від ефективності її завершального етапу, а саме комерціалізації інновацій. Серед множини факторів, які впливають на ефективність комерціалізації, одну з головних ролей відіграє її маркетингове забезпечення. Інструменти й методи маркетингу інновацій дають змогу визначити тенденції розвитку ринкових процесів, визначити на цій основі інтереси та мотиви поведінки всіх учасників системи створення, виготовлення й просування інновацій на ринку, розробити дієві заходи комплексу маркетингу інновацій. Поточний період трансформації технологічних укладів і спричинених нею змін умов макро- й мікросередовища актуалізує проблему оперативного реагування на ці зміни та їх урахування у стратегіях інноваційного розвитку, зокрема в тій їх частині, що стосується маркетингового забезпечення комерціалізації інновацій. Надзвичайно гостро ця проблема постає для вітчизняних підприємств, які часто програють

[1] Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми: «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» № ДР 0118U003572

зарубіжним конкурентам внаслідок неспроможності оперативно й ефективно комерціалізувати свої інноваційні продукти, що не поступаються зарубіжним аналогам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика комерціалізації інноваційної продукції досліджувалася в роботах багатьох науковців. М.П. Бутко, О.В. Попело [1] досліджують підходи до комерціалізації науково-технічних розробок, а також фактори, що впливають на успіх комерціалізації, серед яких найважливішою вони вважають ефективність маркетингу інновацій. М.П. Калініченко [7] розроблює й науково обґрунтовує рекомендації щодо застосування маркетингового підходу до комерціалізації результатів інноваційної діяльності у промисловості.

О.В. Євтушевська [2] досліджує особливості сприйняття чи несприйняття споживачами товарів новинок, аналізує маніпулятивні технології комплексу маркетингових комунікацій тощо. О.М. Олефіренко [16] аналізує конфлікти суб'єктів процесу комерціалізації інновацій промислових підприємств, окреслює загрозі, які вони становлять, обґрунтовує необхідність забезпечення узгодженої взаємодії зазначених суб'єктів. Д.В. Тимофєєв [19] досліджує теоретичні аспекти зміни динаміки економічного ефекту в процесах управління життєвим циклом промислових інновацій на етапі їх комерціалізації.

О.О. Плахотнік [17] аналізує проблеми та особливості формування сучасного механізму комерціалізації інноваційних технологій, розглядає основні складові частини механізму комерціалізації інноваційних технологій та особливості їх прояву в Україні. О.М. Олефіренко [15] аналізує передумови та реалії комерціалізації інновацій в умовах України. В.М. Кузьомко [12] аналізує ключові виклики та загрози інноваційній діяльності підприємств України. А.О. Попова [18] розкриває сутність, зміст, перспективи й перешкоди реалізації в Україні моделі так званої потрійної спіралі взаємовідносин університетів, підприємств та уряду в процесі комерціалізації інноваційної продукції, обґрунтовує зростання ролі університетів у цьому процесі. А.В. Карпенко, Ю.С. Кононенко [8] визначає основні фактори впливу на успіх комерціалізації інноваційної діяльності за рівнем сприятливості, окреслює основні способи комерціалізації та її етапи, а також порядок взаємодії суб'єктів комерціалізації інновацій. О.П. Косенко [9] розвиває теоретико-методологічні й методичні засади комерціалізації інтелектуально-інноваційних технологій. Н.Ю. Мирощенко [14] розробляє теоретико-методологічні й методичні засади комерціалізації високотехнологічної продукції промислових підприємств.

О.Є. Кузьмін, Р.С. Косцик [11] аналізують форми та відповідні їм методи комерціалізації інноваційної продукції підприємств, зазначають їхні переваги та недоліки, а також формують модель вибору методів комерціалізації інноваційної продукції підприємств. Ю.М. Мельник, Л.Ю. Сагер, Л.О. Сигида [13] пропонують способи комерціалізації відповідно до форм інноваційної продукції, а також набір стратегічних альтернатив комерціалізації, виділяють фактори, що визначають особливості стратегії комерціалізації.

Незважаючи на численні напрацювання, проблема комплексного маркетингового супроводу комерціалізації інноваційної продукції залишається невирішеною. Наявні підходи до визначення варіантів комерціалізації інновацій недостатньо відображають їх специфіку відповідно до ступеня охоплення етапів інноваційного й життєвого циклу, недостатньо висвітленими є завдання маркетингу інновацій для зазначених варіантів комерціалізації, що не дає змогу цілеспрямовано управляти заходами маркетингового супроводу комерціалізації інноваційної продукції на рівні окремих підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення підходу до визначення послідовності та змісту процедур цілеспрямованого й ефективного управління вибором системи заходів комплексного маркетингового супроводу комерціалізації інноваційної продукції підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення задекларованої мети запропоновано таку послідовність етапів виконання досліджень:

1) уточнення варіантів інноваційного процесу, виділених за ступенем охоплення етапів інноваційного й життєвого циклу нового продукту, та, відповідно, варіантів комерціалізації інновацій;

2) уточнення та систематизація завдань маркетингу інновацій для виділених варіантів інноваційного процесу й варіантів комерціалізації інновацій;

3) уточнення завдань маркетингу інновацій на етапах життєвого циклу нового товару;

4) визначення особливостей виконання завдань маркетингу інновацій відповідно до стану споживчої готовності, в якому перебувають цільові споживачі нового товару (фактичні чи потенційні);

5) розроблення схеми управління вибором заходів маркетингового супроводу комерціалізації інноваційної продукції, що дає змогу узагальнено окреслити коло методів та інструментів маркетингу інновацій, які забезпечують маркетинговий супровід вибраних варіантів комерціалізації.

Розглянемо роль маркетингу (маркетингу інновацій) у виконанні робіт різних варіантів інноваційного процесу, що подані у табл. 1.

Літери у табл. 1 мають такі значення: м, с, в – малі, середні та великі підприємства відповідно; 1і.ц., …, 5і.ц. – номер етапу типового інноваційного циклу; 1ж.ц., …, 4ж.ц. – номер етапу життєвого циклу товару.

Таблиця 1

Варіанти інноваційного процесу

Номер варіанта інноваційного процесу та відповідного йому типу інноваційної стратегії	Тип інноваційного бізнесу	Етапи інноваційного циклу							
						Етапи життєвого циклу			
		Генерування ідеї та розроблення концепції товару (1і.ц.)	Бізнес-аналіз (2і.ц.)	Розроблення товару (3і.ц.)	Ринкові випробування (4і.ц.)	Виведення на ринок (5і.ц., 1ж.ц.)	Зростання обсягів збуту (2ж.ц.)	Зрілість (3ж.ц.)	Виведення з ринку (4ж.ц.)
1. Ліцензування	Венчурний	м							
2. Імітаційна			м						
3. Ліцензування		м							
4. Імітаційна	Експлерент					м			
5. Нішера	Патієнт						м		
6. Традиційна (захисна)	Віолент							в, с	
7. Нішера	Комутант								м
8. Імітаційна	Комбінований		в, с						
9. Наступальна		в, с							
10. Захисна							в, с		

Джерело: побудовано авторами на основі джерел [20; 21]

Таблиця 2

Завдання маркетингу інновацій для різних варіантів інноваційного процесу

Варіант інноваційного процесу	Завдання маркетингу інновацій підприємства
1	Аналіз ринкових позицій підприємства. Аналіз тенденцій розвитку ринкових процесів. Аналіз проблем споживачів продукції галузі підприємства (суміжних галузей) і визначення шляхів їх подолання. Аналіз ринкових можливостей інноваційного розвитку підприємства (SWOT, Gap та інші методи). Визначення потенційних покупців патенту й просування його на ринку.
2	Участь у розробленні концепції товару. Бізнес-аналіз і розроблення програми маркетингу з просування на ринку нового товару (його очікувані характеристики визначені у концепції товару), оцінювання можливості її реалізації. Ринкові випробування товару методом пробного маркетингу чи іншими методами. Визначення потенційних партнерів для розгортання комерційного виробництва товару.
3	Поєднання робіт першого й другого варіантів інноваційного процесу.
4	Радикальна трансформація наявного чи формування нового ринку, формування первинного попиту. Вжиття заходів комплексу маркетингу інновацій. Пошук партнера для впровадження.
5	Аналіз тенденцій розвитку ринку, включаючи аналіз споживачів, мотивів їх поведінки, конкурентів та їх продукції, обсягів збуту тощо. Пошук нових сегментів чи ніш ринку. Модифікація заходів комплексу маркетингу задля підвищення конкурентоспроможності й охоплення нових сегментів чи ніш ринку. Пошук партнера для впровадження (за необхідності).
6	Аналіз ринкових тенденцій. Маркетинговий контроль реалізації та прибутковості. Конкурентний аналіз. Модифікація заходів комплексу маркетингу задля підвищення конкурентоспроможності й протидії конкурентам. Пошук нових ринків.
7	Пошук ніші ринку. Маркетинговий контроль реалізації та прибутковості. Модифікація заходів комплексу маркетингу. Вжиття заходів завершення життєвого циклу товару (вичерпання можливостей).
8	Поєднання робіт другого й четвертого варіантів інноваційного процесу.
9	Поєднання робіт третього й четвертого варіантів інноваційного процесу.
10	Поєднання робіт п’ятого, шостого й сьомого варіантів інноваційного процесу.

Джерело: побудовано авторами на основі джерела [6]

Аналіз табл. 2 свідчить про те, що всі роботи маркетингу інновацій можна розділити на такі види:

– пов'язані з орієнтацію інноваційної діяльності підприємства на створення перспективних інновацій, які спрямовані на вирішення поточних і прогнозованих проблем фактичних та потенційних споживачів, звичайно, при цьому створювані інновації повинні вирішувати проблеми підприємств-інноваторів, а саме приведення у відповідність внутрішніх можливостей (потенціалу інноваційного розвитку) до зовнішніх, які генеруються ринком;

– пов'язані з формуванням і стимулюванням попиту на інновації, просуванням інновацій на ринок, моніторингом розвитку ситуації на ринку (задля своєчасного реагування на зміни умов зовнішнього макро- й мікросередовища), тобто роботи, що безпосередньо спрямовані на комерціалізацію інновацій.

Під час планування й вжиття заходів другого виду необхідно враховувати особливості сприйняття інновацій різним групами споживачів (табл. 3). Відповідно до табл. 3 на етапах життєвого циклу різними будуть завдання комплексу маркетингу інновацій.

У табл. 2 систематизовано завдання маркетингу інновацій стосовно виділених у табл. 1 варіантів інноваційного процесу.

Необхідним також є врахування стану споживчої готовності, у якому перебувають цільові споживачів (фактичні чи потенційні). Від цього залежать сила впливу заходів комплексу маркетингових комунікацій (комплексу маркетингу загалом), тривалість часу формування й стимулювання попиту, бюджет комплексу маркетингу тощо (рис. 1). Стани споживчої готовності подано за Ф. Котлером [10]: загальні уявлення про товар (C_1); знання характеристик і способів використання товару (C_2);

Таблиця 3

Завдання маркетингу інновацій на етапах життєвого циклу нового товару

Тип споживачів, їх частка [10]	Етапи життєвого циклу			
	виведення на ринок	зростання збуту	зрілість	виведення з ринку
Новатори, 2,5%	1. Формування первинного попиту			
Ранні послідовники, 16%		2. Формування вибіркового попиту		
Рання більшість, 34%		3. Підтримання попиту	4. Підтримання попиту	
Пізня більшість, 34%			5. Підтримання попиту	
Аутсайдери, 13,5%				6. Вичерпання можливостей

Джерело: побудовано авторами

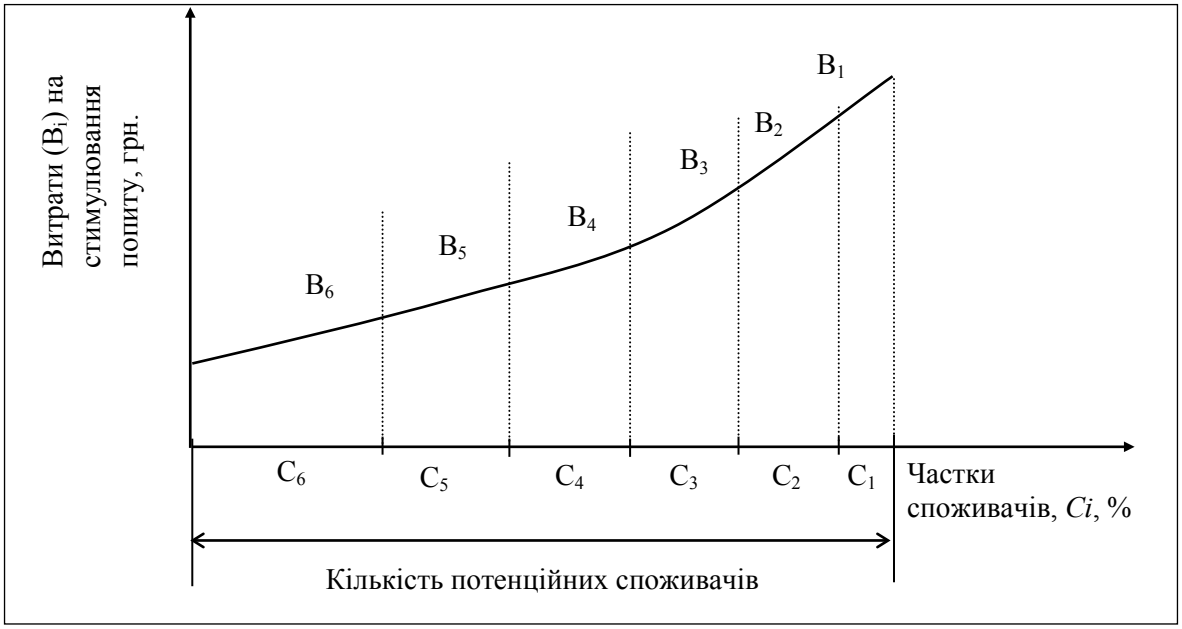


Рис. 1. Витрати на формування й стимулювання збуту залежно від стану споживчої готовності цільової аудиторії

Джерело: складено авторами за джерелом [3]

Таблиця 4

Таблиця рішень щодо вибору заходів маркетингового супроводу комерціалізації інноваційної продукції

Тип інноваційного бізнесу	Розмір підприємства-інноватора			Інноваційна стратегія, табл. 1	Завдання маркетингу, табл. 2	Завдання маркетингу на етапі ж. ц., табл. 3	Стан споживчої готовності, рис. 1	Наголос у маркетингу інновацій
	М	С	В					
Венчурний	+			1	1		Формування споживчої готовності	Аналіз, просування
	+			2	2		Формування споживчої готовності	Аналіз, просування
	+			3	3		Формування споживчої готовності	Аналіз, просування
Експлерент	+			4	4	1	Формування й підвищення рівня споживчої готовності	Формування ринку, пошук партнера
Патієнт	+			5	5	2, 3	Підвищення рівня споживчої готовності	Диверсифікація ринку, продукту, маркетингу
Віолент		+	+	6	6	4, 5	Підтримання споживчої готовності	Підтримання попиту, аналіз
Комутант	+			7	7	6	Підтримання споживчої готовності	Вичерпання можливостей
Комбінований		+	+	8	8	1	Формування й підвищення рівня споживчої готовності	Формування ринку, аналіз
		+	+	9	9	1	Формування й підвищення рівня споживчої готовності	Формування ринку, аналіз
		+	+	10	10	2-6	Підвищення рівня й підтримання споживчої готовності	Диверсифікація ринку, продукту, маркетингу, підтримання попиту, аналіз

Джерело: розроблено авторами

прихильність до товару, тобто у споживачів сформувалося сприятливе ставлення до товару (C_3); надання переваги перед аналогами (C_4); впевненість у необхідності товару (C_5); готовність придбати товар негайно (C_6).

Узагальнення викладеного дало змогу розробити схему управління вибором заходів маркетингового супроводу комерціалізації інноваційної продукції (табл. 4).

Слід зазначити, що табл. 4 дає змогу узагальнено окреслити коло методів та інструментів маркетингу інновацій, які забезпечують маркетинговий супровід вибраних варіантів комерціалізації.

Їх уточнення рекомендується виконувати з урахуванням специфіки конкретного підприємства-інноватора, виду його продуктових (товарних) інновацій, цільового ринку чи сегментів тощо.

Враховуючи специфіку сучасного етапу розвитку світової та вітчизняної економіки (завершення 5-го і перехід до початку 6-го технологічних укладів, початок Четвертої промислової революції тощо), зниження дієвості традиційних інструментів маркетингу, доцільним вважаємо застосування новітніх видів та інструментів [20; 21].

Висновки з проведеного дослідження. Підбиваючи підсумки, маємо зазначити, що авторами розроблена схема управління вибором заходів маркетингового супроводу різних варіантів комерціалізації інноваційної продукції підприємства, які виділені за ступенем охоплення етапів інноваційного й життєвого циклу продуктової інновації.

Вона дає змогу узагальнено окреслити коло методів та інструментів маркетингу інновацій, які забезпечують маркетинговий супровід вибраних варіантів комерціалізації. Запропоновано підхід до врахування в заходах маркетингу інновацій особливостей виконання його завдань на етапах життєвого циклу нового товару, а також урахування

стану споживчої готовності цільових споживачів. Практична реалізація отриманих результатів дає змогу підвищити ефективність маркетингового супроводу комерціалізації інновацій в умовах трансформації технологічних укладів.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розроблення засад організаційно-економічного механізму управління на основі маркетингу комерціалізації інновацій підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бутко М.П., Попело О.В. Комерціалізація результатів науково-технічної діяльності в умовах поглиблення інтеграційних процесів. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 1. С. 7–20.
2. Євтушевська О.В. Комерціалізація інноваційних розробок у контексті сприйняття споживачами товарів-новинок. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 2. С. 38–41.
3. Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2002. 250 с.
4. Ілляшенко С.М., Рудь М.П. Маркетингові інновації в інноваційній діяльності підприємств України. *Ефективна економіка*. 2017. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5626 (дата звернення: 10.01.2020).
5. Ілляшенко С.М., Рудь М.П. Новітні види маркетингу в умовах випереджаючого розвитку: еволюція, сутність, умови застосування. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 24. Ч. 2. С. 37–42.
6. Ілляшенко С.М. Теоретико-методичні засади товарної інноваційної політики підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 2. С. 13–26.
7. Калиниченко М.П. Маркетинг комерціалізації результатів інноваційної діяльності в промисловості. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 43–50.
8. Карпенко А.В., Кононенко Ю.С. Стратегічне значення комерціалізації для інноваційного розвитку національної економіки. *Економіка і організація управління*. 2017. № 1 (25). С. 190–201.
9. Косенко О.П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій : монографія. Харків : НТУ «ХПІ», 2015. 599 с.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва : Бизнес-книга, 1995. 698 с.
11. Кузьмін О.Є., Косцик Р.С. Вибір методів комерціалізації інноваційної продукції підприємств. *Економіка та держава*. 2013. № 9. С. 6–8.
12. Кузьомко В.М. Інноваційна діяльність та комерціалізація інновацій: виклики та загрози. *Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку* : збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної конференції, 29–30 березня 2017 р. / Міністерство освіти і науки України, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана» [та ін.] ; оргком.: Г.О. Швиданенко (голова) [та ін.]. Київ : КНЕУ, 2017. С. 167–169.
13. Мельник Ю.М., Сагер Л.Ю., Сигида Л.О. Теоретичні аспекти формування стратегій комерціалізації інноваційної продукції. *Вісник ОНУ ім. І.І. Мєчнікова*. 2019. Т. 24. Вип. 1 (74). С. 69–73.
14. Мирощенко Н.Ю. Комерціалізація високотехнологічної продукції промислових підприємств : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 ; Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2018. 216 с.
15. Олефіренко О.М. Комерціалізація інновацій в Україні: передумови та вітчизняні реалії. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 6. С. 197–202.
16. Олефіренко О.М. Комерціалізація інновацій як об'єктивний чинник ефективного функціонування промислового підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. Вип. 5. С. 186–189.
17. Плахотнік О.О. Теоретичні засади формування механізму комерціалізації інноваційних технологій. *Технологический аудит и резервы производства*. 2015. № 5 (25). С. 54–57.
18. Попова А.О. Комерціалізація результатів інноваційної діяльності крізь призму моделі «Потрійна спіраль». *Економічні інновації*. 2015. № 60. Кн. II. С. 113–120.
19. Тимофеев Д.В. Динамика экономического эффекта в процессе управления жизненным циклом инноваций при их коммерциализации. *Бизнес-Информ*. 2017. № 1. С. 56–60.
20. Шипулина Ю.С., Ілляшенко Н.С., Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком підприємства на основі його інноваційної культури. *Інституціональна модель інноваційної економіки* : колективна монографія / за ред. В.І. Ляшенка, О.В. Прокопенко, В.А. Омельяненка. Київ : НАН України, Інститут економіки промисловості, 2019. С. 97–113.
21. Illiashenko S.M. Innovative process rational choice grounding in organization. *Marketing and Management of Innovation*. 2015. № 2. P. 11–20.

REFERENCES:

1. Butko M.P., Popelo O.V. (2015) Komertsializatsiia rezultativ naukovo-tekhnichnoi diialnosti v umovakh pohlyblennia intehratsiinykh protsesiv [Commercialization of the results of scientific and technological activities under integration processes deepening]. Problems and Prospects of the Economy and Management. Vol. 1, pp. 7–20.
2. Ievtushevska O.V. (2019) Komertsializatsiia innovatsiinykh rozrobok u konteksti spryiniattia spozhyvachamy tovariv-novynok [Commercialization of innovations in a context of new products perception]. Investytsiyi: praktyka ta dosvid. Vol. 2, pp. 38–41.
3. Illiashenko S.M., Prokopenko O.V. (2002) Formuvannia rynku ekolohichnykh innovatsii: ekonomichni osnovy upravlinnia. Sumy : VTD "Universytetska knyha". 2002. 250 p.
4. Illiashenko S.M., Rud M.P. (2017) Marketynhovi innovatsii v innovatsiinii diialnosti pidpryiemstv Ukrainy [Marketing innovations in the innovative activity of the Ukrainian enterprises]. Efektyvna ekonomika. Vol. 6. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5626 (accessed: 10 January 2020).

5. Illiashenko S.M., Rud M.P. (2019) Novitni vydy marketynhu v umovakh vyperedzhaiuchoho rozvytku: evoliutsiia, sutnist, umovy zastosuvannia [The newest types of marketing in the conditions of future development: evolution, essence, application conditions]. Uzhgorod National University Herald. International Economic Relations And World Economy. Vol. 24. Iss. 2, pp. 37–42.

6. Illiashenko S.M. (2011) Teoretyko-metodychni zasady tovarnoi innovatsiinoi polityky pidpryiemstva [Theoretical and methodical foundations of commodity innovation policy of the enterprise]. Marketing and Management of Innovations. Vol. 2, pp. 13–26.

7. Kalynychenko M.P. (2012) Marketynh komertsializatsii rezultativ innovatsiinoi diialnosti v promyslovosti. [The marketing of innovation activity results commercialization in industry]. Marketing and Management of Innovations. Vol. 4, pp. 43–50.

8. Karpenko A.V., Kononenko Yu.S. (2017) Stratehichne znachennia komertsializatsii dlia innovatsiinoho rozvytku natsionalnoi ekonomiky [Strategic importance of commercialization for innovative development of national economics]. Economics and organization of management. Vol. 1 (25), pp. 190–201.

9. Kosenko O.P. (2015) Komertsializatsiia intelektualno-innovatsiinykh tekhnolohii [Commercialization of intellectually innovative technologies]. Kh. : NTU "KhPI", 599 p.

10. Kotler F. (1995) Osnovy marketynha [Fundamentals of Marketing]. M. : Byznes-knyha. 698 p.

11. Kuzmin O.Ie., Kostsyk R.S. (2013) Vybir metodiv komertsializatsii innovatsiinoi produktsii pidpryiemstv [The choice of commercialization methods of enterprises innovative products]. Ekonomika ta derzhava. Vol. 9, pp. 6–8.

12. Kuzomko V.M. (2017) Innovatsiina diialnist ta komertsializatsiia innovatsii: vyklyky ta zahrozy. Innovatsiine pidpryiemnytstvo: stan ta perspektyvy rozvytku [Innovation and the commercialization of innovation: challenges and threats]. Kyiv : KNEU, pp. 167–169.

13. Melnyk Yu.M., Saher L.Iu., Syhyda L.O. (2019) Teoretychni aspekty formuvannia stratehii komertsializatsii innovatsiinoi produktsii [Theoretical aspects of strategies forming for innovative products commercialization]. Odesa National University herald. Vol. 1 (74). Iss. 24, pp. 69–73.

14. Myroshchenko N.Iu. (2018) Komertsializatsiia vysokotekhnolohichnoi produktsii promyslovykh pidpryiemstv : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Natsionalnyi universytet "Lvivska politekhnika". Lviv, 216 p.

15. Olefirenko O.M. (2016) Komertsializatsiia innovatsii v Ukraini: peredumovy ta vitchyzniani realii [Innovations commercialization in Ukraine: preconditions and domestic realities]. Economy and Society. Vol. 6, pp. 197–202.

16. Olefirenko O.M. (2016) Komertsializatsiia innovatsii yak obiektyvnyi chynnyk efektyvnoho funktsionuvannia promyslovoho pidpryiemstva. [Commercialization of innovation as an objective factor in the efficient functioning of an industrial enterprise]. Ekonomika ta upravlinnia pidpryiemstvamy. Vol. 5, pp. 186–189.

17. Plakhotnik O.O. (2015) Teoretychni zasady formuvannia mekhanizmu komertsializatsii innovatsiinykh tekhnolohii [Theoretical bases of formation of commercialization mechanism of innovative technologies]. Technology Audit And Production Reserves. Vol. 5 (25), pp. 54–57.

18. Popova A.O. (2015) Komertsializatsiia rezultativ innovatsiinoi diialnosti kriz pryzmu modeli "Potriina spiral" [Commercialization of results of innovation activity through the prism of the Triple Helix Model]. Economic innovations. Vol. 60. Iss. 2, pp. 113–120.

19. Tymofeev D.V. (2017) Dinamika ekonomicheskogo effekta v protsesse upravleniya zhiznennyim tsiklom innovatsiy pri ih kommertsializatsii [Dynamics of the Economic Effect in the Process of Managing the Life Cycle of Innovations in Terms of Their Commercialization]. Business-Inform. Vol. 1, pp. 56–60.

20. Shypulyna Yu.S., Illiashenko N.S., Illiashenko S.M. (2019) Upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpryiemstva na osnovi yoho innovatsiinoi kultury. Instytutsionalna model innovatsiinoi ekonomiky : kolektyvna monohrafiia. Kyiv : NAN Ukrainy, In-t ekonomiky prom-sti, pp. 97–113.

21. Illiashenko S.M. (2015) Innovative process rational choice grounding in organization. Marketing and Management of Innovation. Vol. 2. pp. 11–20.

ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: ПЕРЕДУМОВИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ

PRINCIPLES OF ORGANIZATION OF ACCOUNTING: PREREQUISITES AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

УДК 657.372
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-77

Островерха Р.Е.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Університет державної фіскальної
служби України

Ostroverha Rita
University of the State Fiscal Service
of Ukraine

У статті розглянуто питання розвитку та модифікації принципів бухгалтерського обліку через призму пізнання їх сутності та ролі у системі інформаційного забезпечення бізнесу. Доведено безальтернативність застосування принципів для формування інформації. Встановлено основні напрями та основні передумови розвитку та модифікації принципів як невід'ємного складника методології бухгалтерського обліку. Доведено необхідність одночасного застосування в обліковому процесі принципів організації і принципів ведення бухгалтерського обліку. Обґрунтовано методологічні припущення, які реалізує кожний із принципів організації бухгалтерського обліку та їхній вплив на якісні характеристики облікової інформації. Розглянуто та удосконалено напрями практичної реалізації принципів організації бухгалтерського обліку, спрямовані на зростання дієвості та ефективності обліково-аналітичного забезпечення менеджменту.

Ключові слова: *бухгалтерський облік, методологія, принципи, інформація, обліково-аналітичне забезпечення.*

В статье рассмотрены вопросы развития и модификации принципов бухгалтерского учета через призму познания их сущности и роли в системе информационного обеспечения бизнеса. Доказана безальтернативность применения принципов для формирования информации. Установлены основные направления и основные предпосылки развития и модификации принципов как неотъемлемой составляющей методологии бухгалтерского учета. Доказана необходимость одновременного применения принципов организации и принципов ведения бухгалтерского учета. Обоснованы методологические предположения, которые реализует каждый из принципов организации бухгалтерского учета, и их влияние на качественные характеристики учетной информации. Рассмотрены и усовершенствованы направления практической реализации принципов организации бухгалтерского учета, направленные на рост рациональности и эффективности учетно-аналитического обеспечения управления.

Ключевые слова: *бухгалтерский учет, методология, принципы, информация, учетно-аналитическое обеспечение.*

The article deals with the issues of development and modification of accounting principles through the prism of knowing their essence and role in the system of business information support. It is proved that there is no alternative to accounting principles in the formation of information. It is established that the application of the principles of information formation was implemented by IFRS and is related to the granting of economic independence to accounting entities, and therefore is an objective condition of the processes of accounting reform. The main directions and basic prerequisites for development and modification of principles as an integral part of accounting methodology are identified. It is proved that the strategy of development of accounting methodology determines the directions of modification of principles, and the main reason is the development and change of information needs of users of information. The necessity of simultaneous application of accounting principles and principles of accounting information formation in accounting process is substantiated. It is emphasized that the scientific substantiation of the methods of practical implementation of the principles is the basis for increasing the effectiveness of their use in the formation of information. The methodological assumptions inherent in each principle of accounting organization are substantiated and their influence on the qualitative characteristics of accounting information is established. It is established that in connection with the processes of implementation of IFRS in Ukraine, and in view of the general trends of development and improvement of accounting, it is necessary to make some adjustments and clarifications to the very structure of accounting principles and methodical instruments that ensure the effectiveness of the principles on impact on quality, timeliness, efficiency and reliability of information. The directions of practical implementation of accounting principles aimed at improving the efficiency and effectiveness of accounting information are considered and improved.

Key words: *accounting, accounting methodology, principles, information, accounting and analytical support.*

Постановка проблеми. Для розроблення оперативних та обґрунтованих рішень щодо вибору оптимальних стратегій розвитку в умовах швидких змін економічної ситуації потрібна релевантна інформація, адаптована під запити бізнес-структури. Із перетворенням бухгалтерського обліку на основну інформаційну систему, здатну забезпечити нагальні інформаційні потреби менеджменту, першочергового значення набуває ступінь раціональності способів, методів та прийомів, що забезпечують формування облікової інформації. Достовірність облікової інформації «залежить насамперед від знання принципів, за допомогою яких бухгалтери її формують», тому принципи становлять «альфу і омегу» рахунковедення [1, с. 31]. Будучи інструментом реалізації права суб'єктів господарювання на самостійність у формуванні облікової політики, саме принципи забезпечують задоволення запитів бізнес-структури у «різній інформації для різних цілей і користувачів». Крім того, перехід до використання принципів замість однакових чисельних правил означає якісно новий підхід до формування інформації, тому є об'єктивною закономірністю процесів реформування бухгалтерського обліку. Особливе стратегічне місце принципів у складі методологічного інструментарію бухгалтерського обліку та необхідність запобігання їхнім «химерним трансформаціям» визначають актуальність теоретичних досліджень, спрямованих на плідну імплементацію принципів у практику бухгалтерського обліку при формуванні інформаційних ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових працях, присвячених удосконаленню

теоретичних засад бухгалтерського обліку, обліку значна увага приділяється розвитку принципів обліку. Зокрема, вказані питання досліджувалися К. Безверхим, Н.Є. Білинською, С.П. Головим, Я.О. Ізмайловим, М.В. Корягіним, С. Легенчуком, Н.М. Малюгою, О.В. Мервенецькою, А.В. Рабошук, С.В. Свірко, А.В. Тягнирядно, Л.Л. Харламовою, М.М. Шигун. Але перелік принципів організації бухгалтерського обліку, питання щодо їх змістовного наповнення, а особливо рекомендації щодо їх практичного використання залишаються недостатньо розробленими, а тому потребують подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування переліку принципів організації бухгалтерського обліку, розкриття їх змісту, а також розроблення способів практичної реалізації в обліковому процесі з метою підвищення якості та релевантності облікової інформації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У загальнонауковому понятійно-термінологічному апараті категорія «принципи бухгалтерського обліку» є похідною від одного із ключових понять філософії «принцип (від лат. principium – основа, початок)» – «основне вихідне положення якої-небудь наукової системи, теорії» [2, с. 1132]. Будучи базисним положенням, принципи зумовлюють, визначають усі наступні твердження, практики, дії, до яких їх застосовують та які з них витікають. Для практичної реалізації принципів першочергово потрібно «визначити їх сутність, пріоритетність та доцільність застосування», тому що «неоднозначність трактування та складу принципів призводить до плутанини у їх змісті, помилок у застосуванні і, як наслідок, викривлення сутності бухгалтерського обліку» [3, с. 113].

Запровадження принципів в облікову практику зумовлюється невідворотністю децентралізації у регулюванні облікової практики, що формалізувалося у наданні права суб'єктам господарювання на самостійність у формуванні облікової політики [4]. Використання принципів надає інформації якісно нових властивостей, чим забезпечує її адаптування до інформаційних запитів користувачів. Відповідно, визначення «принципи – це фактично нормативне закріплення елементів методу бухгалтерського обліку» [5, с. 214] суперечить їхній сутності. Більш обґрунтованим є визнання принципів «першоосновою для відображення у бухгалтерському обліку операцій і фактів господарського життя» [6, с. 186].

Н.М. Малюга розглядає сутність принципів із різних позицій: «З одного боку, принципи є елементом регулювання методології бухгалтерського обліку. В такому контексті вони тлумачаться по-різному: правила, норми, інструкції, вимоги, рекомендації, обмеження, якісні характеристики. З іншого боку, принципи бухгалтерського обліку трактуються як основоположні концепції» [3, с. 114–115]. Підміна дефініцій у визначенні «створює термінологічні колізії, призводить до еклектичного змішування термінології, некоректності вживаних дефініцій і неприпустимо для наукових досліджень» [7, с. 219]. Принципи не можна ототожнювати з правилами, нормами, тощо. Правила призначені для детальної та неухильної регламентації дій бухгалтера, а принципи – інструмент вибору методів, способів і процедур оцінки та обліку з альтернативних варіантів, запроваджених нормативними документами. Тлумачення принципів основоположними концепціями більш повно розкриває їхню природу та призначення.

Для визначення та розроблення напрямів та шляхів модернізації принципів важливо ідентифікувати їхнє місце у багаторівневій системі бухгалтерського обліку та взаємозв'язок з іншими елементами цієї системи. Намагання ототожнити принципи з методологією, про що свідчить визначення: «Методологія бухгалтерського обліку є нічим іншим як впорядкованою системою принципів бухгалтерського обліку [3, с. 123] не знайшло підтримки у наукових колах. Так, В. Поуел у своєму знаменитому мосту: *постулати – принципи – правила – процедури* позиціював принципи одним з елементів процесу послідовного сходження від абстрактного до конкретного, від теорії до практики [8, с.351]. М.В. Корягін принципи вважає однією зі складових частин методології разом з «методами обліку, способами, прийомами, методологічними інструментами, методичними підходами до виконання облікових процедур, що в своїй сукупності забезпечують пізнавальні процеси у системі бухгалтерського обліку» [9, с. 27]. Як складову частину методології розглядав принципи В.В. Сопко: «Для того, щоб бухгалтерський облік міг виконувати власну роль (функцію) «мови бізнесу» його побудова повинна відповідати загальновизнаним у світовій практиці принципам. Їхній взаємозв'язок формує бухгалтерський облік як процес, його методологію та систему організації» [10, с. 32].

Визнання принципів невід'ємним елементом теоретичної конструкції бухгалтерського обліку доводить нерозривний взаємозв'язок між реформуванням методології та модифікацією принципів бухгалтерського обліку. Так, з одного боку, без модифікації принципів процес удосконалення методології не може набути завершеності та вичерпності, а сама модель – оптимальності та раціональності. З іншого боку, саме стратегія розвитку методології визначає напрямки модифікації принципів. Спільність передумови обох процесів, якою є розвиток та зміни інформаційних потреб користувачів, визначає спільність напрямів удосконалення та модифікації принципів та методології обліку – посилення інформаційної функції бухгалтерського обліку.

Однією з найбільш актуальних тем сучасного наукового дискусу є обговорення напрямів класифікації принципів за різними підходами. Прозиції С.Ф. Легенчука щодо групування та модифікації принципів спрямовані на забезпечення відповідності бухгалтерського обліку вимогам користувачів інформації в умовах постіндустріальної економіки [11, с. 14].

С.В. Свірко пропонує поділяти принципи на три групи (принципи рекомендації, принципи умови, принципи обмеження) на основі критичного аналізу їхньої дієвості [12, с. 149–150]. Я.Ю. Ізмайлов дотримується аналогічних підходів до формування груп, але на основі критичної характеристики принципів в контексті інвестиційно-інноваційного розвитку України пропонує власні зміни до складу груп та уточнення до змісту принципів кожної групи [13, с. 333–334].

За одним з найбільш розповсюджених підходів до групування принципів їх поділяють на принципи бухгалтерського обліку і принципи фінансової звітності, що, зокрема, підтримується А.В. Рябощук [14, с. 6], М. Шигун [15, с. 200] та іншими. Слід відмітити, що при цьому не розроблені та не визначені єдині підходи щодо складу відповідних груп та змісту принципів. «З цією ідеєю» цілком погоджується О.В. Харламова, мотивуючи, що «таке розмежування принципів дозволить їх структурувати, полегшить їх сприйняття укладачами фінансової звітності, сприятиме їх практичній реалізації та імплементації в обліково-звітну систему» [7, с. 219].

Але, «обліково-звітна система» є єдиною системою бухгалтерського обліку, у якій інформація формується шляхом послідовного проходження через три взаємопов'язані етапи облікового процесу, тому у формах звітності лише узагальнюється інформація, одержана і сформована із використанням принципів бухгалтерського обліку, які одночасно є і принципами фінансової звітності. Ідея розмежування принципів бухгалтерського обліку і принципів фінансової звітності суперечить вимогам щодо системності бухгалтерського обліку, що позбавляє її перспектив практичного застосування.

У сучасному суспільстві, що прагне до максимальної ефективності в усіх сферах, попитом користуються лише прикладні дослідження, доведені до рівня практичного використання у конкретних ситуаціях. Бухгалтерський облік як практично функціонуюча інформаційна система потребує теоретичних досліджень, результати яких спрямовані на використання у практичній роботі бухгалтера. У кожній конкретній ситуації для формування облікової інформації бухгалтер використовує не групи, не сукупності, а саме певні принципи, при чому «ступінь відповідності об'єктів обліку дійсній реальності залежить, перш за усе, від знання принципів, за допомогою яких бухгалтери формують інформацію» [1, с. 31]. Основними шляхами вирішення нагальної та невідкладної проблеми з практичної імплементації принципів у практику обліку є уточнення та доповнення переліку і змісту принципів відповідно до МСФЗ, прийнятих Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, а також розроблення напрямів їхньої практичної реалізації. Особливо актуальними напрямами досліджень є імплементація принципів до визнання та оцінки якісно нових об'єктів господарювання, а також адаптування до галузевих особливостей бізнес-структур.

Системна взаємодія методології, методики та практики бухгалтерського обліку під час формування облікової інформації засвідчує важливу роль у цьому процесі організації обліку: «Напрямки побудови і розвитку інформаційної підсистеми підприємства мають бути підпорядковані цілям і задачам системи управління, а для цього повинні бути відповідним чином сформульовані принципи організації обліку і моделювання його об'єктів» [16, с. 4]. Принципи є однією з передумов раціональної організації обліку: «Процеси організації бухгалтерського обліку відбуваються на основі відповідних теоретичних засад, основними з яких вважаються принципи організації обліку» [17 с. 218], а також основою формування обліку та забезпечення його подальшої провідної ролі у діяльності підприємства [6, с. 186] .

«У рамках вирішення проблеми формування принципів» М. Шигун пропонує «відокремлювати рівні ведення обліку та складання звітності і виділяти відповідно принципи організації бухгалтерського обліку, ведення бухгалтерського обліку, принципи складання і подання фінансової звітності» [15, с. 200]. Оскільки запропоноване розмежування принципів відповідає структурним рівням бухгалтерського обліку, то є обґрунтованим та наближеним до практичних потреб бухгалтерів під час формування інформації.

Кожна група принципів в обліковому процесі виконує власні функції. Принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності, запроваджені Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [4], визначають методологію оцінки фактів господарського життя (ФГЖ) та результатів діяльності [1, с. 42], тобто змістовні, якісні характеристики облікової інформації. Роль принципів організації бухгалтерського обліку полягає у створенні передумов для формування такої релевантної інформації. Відповідно, специфіка ролі та функцій кожної групи принципів засвідчують необхідність їх одночасної обов'язкової участі в обліковому процесі, а також доцільність тісного взаємозв'язку, взаємозумовленості та комплексного застосування у цьому процесі.

Сучасним науковим середовищем не сформовано єдиних підходів щодо складу принципів

Таблиця 1

Принципи організації бухгалтерського обліку

Принципи	Автор
Цілісності, всебічності, субординації, динамічності, випереджуючого відображення, системоутворюючих відносин, адаптивності, паралелізму, ритмічності, прямо плинності	Кузьмінський А. М., Завгородній В.П., Сопко В. В.
Механізація обліку. Економія часу. Економія праці. Скорочення термінів. Безпечність а) самоконтроль, б) ревізія. Чіткість.	Бутинець Ф.Ф., С.М. Лайчук, О.В. Олійник,
Безперервності, єдиного грошового вимірника, нарахування, періодичності	В. Мервенецька
Безперервності, автономності, послідовності	А. Рабошук
Цілісності, всебічності, динамічності, адаптивності, пропорційності	Ю.Д. Чацкіс, Е.С. Гейєр, О.А. Наумчик,
Автономності, адаптивності, комплексності, безпеки та контролю бухгалтерських даних, ритмічності, зниження витрат, послідовності, застосування комп'ютерної техніки, постійного удосконалення, ешелонування	Дикий А.П.
Цілісності, автономності, безперервності, реєстрації, раціональності та контролю.	ММ. Шигун
Цілісності, реєстрації, ідентифікації, безперервності, контролю (верифікації), несуперечності, повноти	Соколов Я.В.

Джерело: [1, с. 31–41; 14, с. 6; 15, с. 200; 18, с. 11–15; 19, с. 20; 20, с. 47; 21, с. 9]

кожної з груп. Однакові принципи одними дослідниками включаються до першої групи, а іншими – до другої. На наш погляд, основою ефективного використання принципів для формування інформації є не дослідження їхніх кваліфікаційних ознак, а розкриття змісту та розроблення напрямів практичного використання. Формування переліку принципів повинно дати відповідь на питання, як організувати бухгалтерський облік, щоб із найменшими витратами в оптимальний спосіб та терміни забезпечити потреби менеджменту в інформації.

Принципи організації обліку, що найчастіше зустрічаються у працях учених, узагальнені у табл. 1.

Аналіз показників табл. 1 показав, що серед них є методичні прийоми, вимоги, рекомендації, умовності, обмеження, тому не можна однозначно оцінити склад наведених показників і лише частина з них належить до принципів. Наслідком помилкового ототожнення різних за призначенням та способами застосування категорії є їх неправильне вживання, що супроводжується «химерними трансформаціями» на практиці, для уникнення яких потрібно зі складу методичних прийомів, способів чітко виокремлювати саме принципи організації обліку. Також таблиця засвідчує, що серед усіх наведених принципів перевага надається принципам цілісності, всебічності, субординації, динамічності та випереджувального відображення, що зумовлює необхідність першочергового дослідження їхнього змісту та напрямків практичного використання.

Слід підкреслити, що особливості організації обліку, що включає організацію облікового процесу, тобто саме процесу формування інформації, та організацію роботи апарату бухгалтерії потребують одночасного застосування принципів різних наук (бухгалтерського обліку, менеджменту, менеджменту персоналу, тощо).

Узагальнюючим, а тому одним із самих важливих з переліку принципів обліку, Я.В. Соколов визнавав принцип цілісності [1, с. 31]. Цей принцип реалізується у багатьох аспектах. У вузькому розумінні прямим наслідком принципу цілісності є подвійний запис, реалізація якого забезпечує взаємопов'язане відображення ФГЖ на рахунках бухгалтерського обліку та балансове узагальнення інформації за звітний період.

У більш широкому розумінні згідно з принципом цілісності облікова інформація представляє єдину систему, задану в інтересах управління [1, с. 31]. Виходячи з наведеного тлумачення, практична імплементація принципу цілісності в обліковий процес потребує вирішення низки питань, зокрема, визначення складу самої системи, її меж і взаємодії між її складниками та з іншими системами управління, а також щодо критеріїв відповідності інформації завданням управління. Виходячи із системно-кібернетичного підходу, згідно з принципом цілісності бухгалтерський облік необхідно адаптувати у цілісну інформаційну систему управління фінансово-господарською діяльністю, підпорядкувавши, запрограмувавши його на вирішення завдань, що ставляться менеджментом підприємства під час прийняття управлінських рішень. Але, з іншого боку, бухгалтерський облік є складною багаторівневою системою, функціонування якої забезпечують елементи та складники, наведені на різних рівнях системи (рис. 1).

Підхід до організації обліку з позицій цілісності вимагає дотримання вимог системності як щодо кожної його складової частини, кожного елемента, так і системи обліку загалом, а також забезпечення послідовності, наступності та взаємозв'язку складників системи окремо на кожному рівні (змістовному, технологічному та процедурному), а також між рівнями, між етапами облікового процесу

(документуванням ФГЖ, обліковою реєстрацією та складанням звітності), їхньою гармонізацію з особливостями діяльності суб'єктів господарювання та цільовим підпорядкуванням потребам управління підприємством. Для реалізації цілісного підходу до побудови системи обліку необхідно ідентифікувати горизонтальні та вертикальні зв'язки між елементами, визначити, які з них керуючі, а які – підпорядковані, а також встановити їх взаємний вплив та вплив на систему обліку у цілому.

Цілісність передбачає, що система обліку повинна відповідати завданням управління господарськими процесами [1, с. 31], тому завданням організації обліку є забезпечення відповідності інформаційної системи потребам менеджменту. Під створенням цілісної системи управління можна розуміти адаптування інформаційних потоків до запитів системи управління щодо обсягів інформації, її змісту, структури, термінів та форми подання. Для цього необхідно привести рівні систематизації інформації (структуру аналітичного обліку) у відповідність до ієрархії цілей, завдань, стратегій користувачів інформації (управління підприємством, окремим структурним підрозділом, видом діяльності, центром відповідальності). Для цього потрібно розробити операційно-виробничу структуру управління, визначити центри прийняття управлінських рішень, у розрізі яких організувати аналітичний облік. Такими центрами є види діяльності (основна, операційна, фінансова, інша), структурних підрозділів (кожного відділу, групи, виробництва, сегменту), центрів відповідальності (менеджерів різних рівнів та матеріально-відповідальних осіб).

Практична імплементація принципу реєстрації у бухгалтерський облік зобов'язує бухгалтерів реєструвати усі ФГЖ у первинних документах, після чого систематизувати інформацію у регістрах обліку. Тобто критерієм визнання ФГЖ дійсними та достовірними є їхня фіксація у первинних документах, які є юридичним доказом реальності господарської операції та юридичним дозволом на її проведення. Необхідність фіксації ФГЖ у носіях інформації закріплена у Законі України [4] та інших нормативних документах. Суб'єкти господарювання повинні суворо дотримуватись вимог щодо складання первинних документів на кожну господарську операцію. Для цього потрібно організувати процес документування ФГЖ та рух документів між виконавцями облікових робіт з метою вчасного формування інформації.

З огляду на важливість принципу, Я.В. Соколов сформулював закони реєстрації, призначені забезпечити ефективність процесу документування:

1) ФГЖ підлягають реєстрації лише у тому обсязі, який дозволяє здійснювати управлінський вплив на господарські процеси;

2) затрати на реєстрацію ФГЖ не можуть перевищувати економічного ефекту від управлінських рішень, прийнятих на основі інформації [1, с. 33].

Перший закон призначений оптимізувати потоки облікової інформації, тому що «надмірна, надлишкова» інформація «загромаджує» облік, чим уповільнює формування дійсно необхідної інформації. Крім того, на її формування витрачаються фінансові, трудові та людські ресурси, що призводить до необґрунтованого здороження облікового процесу.

Рис. 1. Структура бухгалтерського обліку як цілісної інформаційної системи управління господарською діяльністю

Джерело: авторська розробка

Окремими дослідниками цей закон тлумачиться як дозвіл на вибіркове відображення лише окремих показників, що безпосередньо впливають на управління. Але, основними якісними характеристиками облікової інформації є повнота, релевантність та достовірність, а їх забезпечує саме суцільне відображення ФГЖ. Пропозиції щодо вибіркової реєстрації інформації суперечать вимогам щодо її обов'язковості, тому не можуть застосовуватись у бухгалтерському обліку. Закон реєстрації спрямований на оптимізацію обсягів облікової інформації, приведення їх у відповідність до запитів менеджменту: «Критерієм вибору оптимального обсягу та складу інформації, яка формується у системі обліку, є економічний ефект, який отримано від використання цієї інформації» [22, с. 31], тобто її важливість, цінність, корисність для управління. У науковій літературі обсяги «надмірної, надлишкової» інформації пропонують зменшувати шляхом її проходження через три етапи фільтрації (фізичний канал, семантичний фільтр та прагматичний фільтр), призначені для її оцінки за різними параметрами [23, с. 49]. На наш погляд, для оптимізації обсягів та структури інформації у первинних документах доцільно фіксувати показники, що потрібні для наступних дій або прийняття управлінських рішень та відмовиться від хаотичних та безсистемних повідомлень. Наприклад, згідно нормативних документів одним з показників табеля обліку відпрацьованого робочого часу є стать працівників. Але цей показник не впливає на суму заробітної плати, для нарахування якої призначений табель, тому він зайвий у цьому документі і з метою оптимізації форми документа його доцільно видалити. Зменшити обсяги інформації можна шляхом коригування рівня деталізації інформації в аналітичному обліку. Наприклад, для організації обліку нескладних, однакових за ціною, ґатунком, складом, сорто-розмірами виробів (дитячих іграшок, побутових пластмасових виробів, тощо), що відрізняються лише за кольором, його не доцільно відображувати в обліку та окремо вести аналітичний облік за вказаною ознакою. Для визначення рівнів деталізації інформації доцільно застосовувати межу суттєвості і несуттєві показники, які не впливають на управлінські рішення внаслідок незначної величини, доцільно обліковувати у складі подібних, а не заводити для їх відображення окремі регістри обліку.

Принцип контролю (верифікації) призначений забезпечити достовірність облікової інформації, її адекватність реальному стану об'єктів обліку. Для цього пропонуються два важливих для бухгалтерського обліку прийоми:

1) колації – зустрічної перевірки розрахунків та підсумків взаємопов'язаних регістрів обліку, регістрів аналітичного обліку та регістрів синтетичного обліку; регістрів обліку та форм звітності, тощо;

2) інвентаризації – встановлення фактичних залишків матеріальних цінностей на підприємстві та їх зіставлення з показниками обліку [1, с.39].

Для реалізації принципу колації у формі бухгалтерського обліку потрібно передбачити різні рівні деталізації та систематизації інформації у регістрах аналітичного обліку з наступним узагальненням у регістрах синтетичного обліку. Для цього потрібно розробити детальний взаємозв'язок регістрів обліку при відображенні однорідних груп об'єктів обліку на різних рівнях систематизації інформації, що дозволить контролювати підсумки взаємопов'язаних між собою регістрів аналітичного та синтетичного обліку.

Згідно із Законом України підприємства зобов'язані проводити інвентаризацію активів і зобов'язань з метою забезпечення достовірності показників бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Інвентаризація призначена для перевірки і документального підтвердження наявності, стану і оцінки активів і зобов'язань підприємства. Проведення інвентаризацій змушує матеріально-відповідальних осіб забезпечувати збереження цінностей, що сприятиме зменшенню необґрунтованих втрат підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Результати дослідження визначають шляхи модернізації принципів організації бухгалтерського обліку, спрямовані на зростання релевантності та якості облікової інформації та вирішення питань обліково-аналітичного забезпечення менеджменту під час прийняття управлінських рішень. Незважаючи на широке висвітлення питань, пов'язаних з позиціюванням принципів у багаторівневій системі бухгалтерського обліку, однозначних поглядів щодо їх місця та взаємозв'язку з іншими елементами цієї системі досі не вироблено, тому вказані питання потребують додаткових досліджень, спрямованих на імплементацію принципів в облікову практику.

Визнання принципів невід'ємною складовою частиною теоретичної конструкції бухгалтерського обліку дозволило обґрунтувати нерозривний взаємозв'язок між реформуванням методології та модифікацією принципів бухгалтерського обліку, визначити їхні шляхи та напрями. Розроблені пропозиції щодо практичної імплементації принципів цілісності, реєстрації, контролю (верифікації) окреслюють нові напрямки системного вдосконалення процесів документування, облікової реєстрації та складання форм звітності з метою підвищення якості та релевантності інформаційних ресурсів, а тому і ефективності управлінських рішень, що приймаються на їхній основі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Соколов Я.В. Основы теории бухгалтерского учета. Москва: Финансы и статистика, 2000. 496 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / за ред. В. Т. Бусела. Ірпінь, Вид-во «Перун», 2009. 1736 с.
3. Малюга Н.М. Принципи бухгалтерського обліку: суперечності регламентації. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2006. Вип. 1(4). С. 112–127.
4. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: закон України від 16 липня 1999 р. № 966-XIV/ *Верховна Рада України.* USB: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14 (дата звернення: 21.02. 2020)
5. Петрук О.М. Принципи і правила в регулюванні бухгалтерського обліку. *Вісник ЖІТІ. Серія: Економічні науки*. 2002. № 20. С. 212–217.
6. Білинська Н.Є. Принципи бухгалтерського обліку за міжнародними та національними стандартами. *Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп'ютерних технологій в Україні*. праці VIII наук.-техн. конф., м Львів, 11–13 листопада 2012 р.. Львів, 2012. С. 186–188.
7. Харламова О. Принципи бухгалтерського обліку і фінансової звітності за МСФЗ: проблеми термінологічної формалізації. *Бізнес Інформ.* 2015. № 7. С. 218–222.
8. Соколов Я. В. Бухгалтерский учёт: от истоков до наших дней. Москва: Аудит ЮНИТИ, 1996. 638 с.
9. Корягін М.В. Побудова методології бухгалтерського обліку. *Економіка та держава.* 2018. № 11. С. 27–31.
10. Сопко В.В. Бухгалтерський облік (рахунковедення): теоретичні основи та базові принципи побудови. *Науковий вісник державної академії статистики, обліку та аудиту.* 2004. № 4. С. 30–36.
11. Легенчук С. Ф. Розвиток теорії і методології бухгалтерського обліку в умовах постіндустріальної економіки: автореф. дис. … д-ра. екон. наук: 08.00.09. Житомир, 2011. 39 с.
12. Свірко С. В. Бухгалтерський облік в бюджетних установах: методологія і організація: монографія. Киев: КНЕУ, 2006. 244 с.
13. Ізмайлов Я. О. Формування принципів бухгалтерського обліку господарської діяльності підприємств у контексті інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України. *Бізнес Інформ.* 2016. № 10. С. 329–337.
14. Рабошук А.В. Принципи, стандарти та професійне судження в бухгалтерському обліку: теоретико-методичний аспект : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». Київ, 2006. 21 с.
15. Шигун М.М. Принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності: семантика понять і змісту. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки.* 2009. № 3 (49). С. 199–203.
16. Валуєв Б.І. Деякі актуальні питання наукових досліджень із бухгалтерського обліку. *Наукові школи світу: еволюція, сучасний стан, перспективи розвитку:* праці VII міжнар. наук. конф. м. Житомир,03–04 листопада 2008. Житомир: ЖДТУ, 2008. 208 с. С. 3–6.
17. Шигун М.М. Фактори впливу на процеси організації бухгалтерського обліку. *Вісник ЖДТУ*. 2010. № 2 (52). С. 216–218.
18. Сопко В., Завгородній В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: підручник. Київ: КНЕУ, 2004. 428 с.
19. Чацкіс Ю.Д., Наумчик О.А. Організація бухгалтерського обліку: навч. пос. Київ: ЦУЛ, 2011. 564 с.
20. Бутинець Ф. Ф. Організація бухгалтерського обліку: підруч. Житомир: Рута, 2006. 528 с.
21. Дикий А.П. Організація бухгалтерського обліку як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». Житомир. 2009. 21 с.
22. Пушкар М.С. Чумаченко М.Г. Ідеальна система обліку: концепція, архітектура, інформація: монографія. Тернопіль : Карт-бланш, 2011. 336 с.
23. Документування в бухгалтерському обліку: процесний підхід: монографія / С.Ф. Легенчук, К.О. Вольська, О.В. Вакун. Івано-Франківськ: Вид. Кушнір Г. М. 2016. 228 с.

REFERENCES:

1. Sokolov Ya.V. (2000). Osnovyi teorii buhgalterskogo ucheta. [Fundamentals of Accounting Theory]. Moskva. Finansyi i statistika, p. 496 [In Russian].
2. Vely'ky'j tlumachny'j slovny'k suchasnoyi ukrayins'koyi movy'[A great explanatory dictionary of the modern Ukrainian language]. (2009). / za red. Busela V.T. Irpin', Vy'd-vo: «Perun», p. 1736. [in Ukrainian].
3. Maljugha N.M. (2006). Pryncypy bukhghaltersjkogho obliku: superechnosti reghlamentaciji. [Principles of accounting: contradictions of regulation] *Problemy teoriji ta metodologhiji bukhghaltersjkogho obliku, kontrolju i analizu.* vol. 1(4). pp. 112–127.
4. Zakon Ukrai'ny „Pro buhgalters'kyj oblik ta finansovu zvitnist' v Ukrai'ni" No 996-HIV vid 16.07.1999 r. [The Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine" No. 996-XIV of 16.07.1999]. URL http://uapravo.net/data/base51/ukr51374.htm (accessed 21 February 2020).
5. Petruk O.M. (2002). Pryncypy i pravyla v reghuljuvanni bukhghaltersjkogho obliku. [Principles and rules in accounting regulation]. *Visnyk ZhITI. Serija: Ekonomichni nauky.* no. 20. pp. 212–217.
6. Bilynsjka N.Je. (2012). Pryncypy bukhghaltersjkogho obliku za mizhnarodnymy ta nacionaljnymy standartamy. [Principles of accounting according to international and national standards]. Proceedings of the *Problemy ta perspektyvy rozvytku ekonomiky i pidpryjemnyctva ta komp'juternykh tekhnologhij v Ukrajini*. (Ukrainian, Ljviv, lystopad 11–13 2012), Ljviv, pp. 186–188.
7. Kharlamova O. (2015). Pryncypy bukhghaltersjkogho obliku i finansovoji zvitnosti za MSFZ: problemy terminologhichnoji formalizaciji. [Principles of accounting and financial reporting under IFRS: problems of terminological formalization]. *Biznes Inform.* no. 7. pp. 218–222.
8. Sokolov Ya.V. (1996). Bukhgalterskiy uchet: ot istokov do nashikh dney. [Accounting: from the origins to the present day]. Moskva: Audit YuNITI, [In Russian].

9. Korjaghin M.V. (2018). Pobudova metodologhiji bukhghaltersjkogho obliku. [Construction of accounting methodology]. *Ekonomika ta derzhava*. no. 11. pp. 27–31.

10. Sopko V.V. (2004). Bukhghaltersjkyj oblik (rakhunkovedennja): teoretychni osnovy ta bazovi pryncypy pobudovy. [Accounting (accounting): theoretical foundations and basic principles of construction]. *Naukovyj visnyk derzhavnoji akademiji statystyky, obliku ta audytu.* no. 4. pp. 30–36.

11. Lehenchuk, S. F. (2011). Rozvytok teorii i metodolohii bukhhalterskoho obliku v umovakh postindustrialnoi ekonomiky. [The development of the theory and methodology of accounting in postindustrial economy]. (PhD Thesis), Zhytomyr, Zhytomyrs'kyy derzhavnyy tekhnolohichnyy universytet.

12. Svirko, S. V. (2006). Bukhhalterskyi oblik v biudzhetnykh ustanovakh: metodolohiia i orhanizatsiia [Accounting in budgetary institutions: methodology and organization]. Kyiv: KNEU, [in Ukrainian].

13. Izmajlov Ja.O. (2006). Formuvannja pryncypiv bukhghaltersjkogho obliku ghospodarsjkoji dijaljnosti pidpryjemstv u konteksti investycijno-innovacijnogho rozvytku ekonomiky Ukrajiny. [Formation of principles of accounting of business activity of enterprises in the context of investment and innovative development of the Ukrainian economy]. *Biznes Inform*. no. 10. pp. 329–337.

14. Raboshuk A. V. (2006). Pryncypy, standarty ta profesijne sudzhennja v bukhghaltersjkomu obliku: teoretyko-metodychnyj aspekt. [The principles, standards and professional judgment in accounting, theoretical and methodological aspect]. (PhD Thesis), Kyjiv, Derzhavna akademiya statystyky, obliku ta audytu Derzhkomstatu Ukrayiny.

15. Shyhun M.M. (2009) Pryntsypy bukhhalterskoho obliku ta finansovoi zvitnosti: semantyka poniat i zmistu. [Accounting principles and financial statements: the semantics of concepts and content]. *Zhytomyr: ZhDTU*, *Ekonomichni nauky.* no. 3 (49). pp. 199–203.

16. Valujev B.I. (2008). Dejaki aktualjni pytannja naukovykh doslidzhenj iz bukhghaltersjkogho obliku. [Some topical research questions in accounting]. Proceedings of the *Naukovi shkoly svitu: evoljucija, suchasnyj stan, perspektyvy rozvytku*. (Ukrainian, Zhytomyr, November 03–04 2008). Zhytomyr: ZhDTU. pp. 3–6.

17. Shyghun M.M. (2010). Faktory vplyvu na procesy orghanizaciji bukhghaltersjkogho obliku. [Factors influencing accounting processes]. *Visnyk ZhDTU*. no. 2 (52). pp. 216–218.

18. Sopko V., Zavghorodnij V. (2004). Orghanizacija bukhghaltersjkogho obliku, ekonomichnogho kontrolju ta analizu: pidruchnyk. [Organization of accounting, economic control and analysis: a textbook]. Kyjiv: KNEU. [in Ukrainian].

19. Chackis Ju.D., Naumchyk O.A. (2011). Orghanizacija bukhghaltersjkogho obliku: navch. pos. [Organization of accounting]. Kyjiv: CUL. [in Ukrainian].

20. Butynecj F. F. (2006). Orghanizacija bukhghaltersjkogho obliku: pidruch. [Organization of accounting]. Zhytomyr: Ruta. [in Ukrainian].

21. Dykyj A.P. (2009). Orghanizacija bukhghaltersjkogho obliku jak instrument zabezpechennja ekonomichnoji bezpeky pidpryjemstv. [Organization of accounting as a tool for ensuring the economic security of enterprises]. (PhD Thesis), Zhytomyr, Zhytomyrs'kyy derzhavnyy tekhnolohichnyy universytet.

22. Pushkar M.S. (2011). Chumachenko M.Gh. Idealjna systema obliku: koncepcija, arkhitektura, informacija: monoghrafija. [Ideal accounting system: concept, architecture, information]. Ternopilj : Kart-blansh. [in Ukrainian].

23. Lehenchuk S.F., Vol's'ka K.O., and Vakun O.V. (2016). Dokumentuvannya v bukhhalters'komu obliku: protsesnyy pidkhid [Documentation in accounting: a process approach]. Ivano-Frankivs'k: Vydavets' Kushnir H.M., p. 228 [in Ukrainian].

ПОНЯТТЯ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ ТА ПРАКТИКА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

THE DEFINITION OF SETTLEMENT OPERATIONS AND THE PRACTICE OF THEIR APPLICATION IN E-COMMERCE

УДК 657.01
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-78

Фоміна О.В.
д.е.н., професор,
завідувач кафедри бухгалтерського обліку
Київський національний торговельно-економічний університет
Семеніхін М.В.
аспірант кафедри бухгалтерського обліку
Київський національний торговельно-економічний університет

Fomina Olena
Kyiv National University of Trade and Rconomics
Semenikhin Maksym
Kyiv National University of Trade and Rconomics

У статті здійснено огляд нормативно-правової бази України, що регулює питання використання розрахункових операцій, і проведено дослідження поточної практики їх використання в Україні загалом та у сфері електронної комерції зокрема. Виявлено, що для сучасної української практики притаманне зростання частки та обсягів безготівкових розрахункових операцій, особливо їх нових форм (із використанням банківських карток, через платіжні системи та альтернативні способи оплати, такі як криптовалюти). Розглянуто поняття розрахункових операцій із погляду потреб бухгалтерського обліку. Запропоновано нове визначення даної категорії на основі існуючого визначення в Законі України та з урахуванням нових сутнісних характеристик, що притаманні сучасній практиці використання розрахункових операцій. Запропоновано нову класифікацію розрахункових операцій за формою їх здійснення у вигляді рисунку. Виявлено основні тенденції у використанні розрахункових операцій і проблемні питання, що потребують подальшого дослідження.

Ключові слова: *розрахункові операції, розрахунки, оплати з контрагентами, електронна комерція, електронна торгівля, форми розрахункових операцій, платіжні системи, криптовалюта.*

В статье сделан обзор нормативно-правовой базы Украины, регулирующей вопросы использования расчетных операций, и проведено исследование текущей практики их использования в Украине в целом и в сфере электронной коммерции в частности. Выявлено, что для современной украинской практики характерен рост доли безналичных расчетных операций в общей структуре, а также их объемов, особенно их новых форм (с использованием банковских карт, через платежные системы и альтернативные способы оплаты, такие как криптовалюта). Рассмотрено понятие расчетных операций с точки зрения потребностей бухгалтерского учета, предложено новое определение данной категории на основе существующего определения в Законе Украины и с учетом новых сущностных характеристик, присущих современной практике использования расчетных операций. Предложена новая классификация расчетных операций согласно форме их осуществления в виде рисунка. Обозначены основные тенденции в использовании расчетных операций и проблемные вопросы, требующие дальнейшего исследования.

Ключевые слова: *расчетные операции, расчеты, оплаты с контрагентами, электронная коммерция, электронная торговля, формы расчетных операций, платежные системы, криптовалюта.*

This article reviews the Ukrainian legislation that regulates the usage of settlement operations and studies the current practice of their use in accounting and practice either in Ukraine and in the E-commerce sector. It is revealed that modern Ukrainian practice is characterized by an increase in the share and volume of non-cash settlement operations, and especially of their new forms (operations by using bank cards, by using payment systems and alternative payment methods, such as cryptocurrencies). The article considered the definition of "settlement operations" from an accounting point of view and offer a new one based on the existing definition in the Ukrainian legislation and also including new essential characteristics that are typical to the modern practice of using settlement operations and has next meaning: «fact of payment by a party who has liability for goods, works or services; in the form of monetary assets (cash, electronic money, fiat currencies, etc.) or cryptocurrency to the other party that holds such obligations; in the form and on the terms recognized by the legislation of the country within the payment was made.». A new classification of settlement operations was proposed by the base of the form by which it was made. And is divided into further forms: cash operations, barter, settlement operation with a usage of cryptocurrency, transactions by (electronic money) payment systems and cashless operations. As it identifies main trends in the use of settlement operations and fully fulfill needs of the users of settlement operations from an accounting point of wiev. Issues that need further investigation according to research are:.1. Restrictions on the use of funds in the banks and payment systems accounts that are not taken into accounting. 2. The need to minimize the costs of using funds in the banks and payment systems accounts, which is not provided by the existing methods of accounting for settlement operations. 3. Difficulties in using cryptocurrency and its reflection in accounting records and reports, uncertain legal status.despite using cryptocurrency in Ukrainian practice.

Key words: *settlement operations, settlements, payments with counterparties, e-commerce, e-commerce, forms of settlement transactions, payment systems, cryptocurrency.*

Постановка проблеми. Сучасна підприємницька діяльність відзначається наявністю великого різноманіття способів оплати за товари, роботи й послуги, що зумовлено розвитком засобів комунікації, мережі Інтернет та поширеністю електронних систем обліку інформації. Частка здійснення безготівкових розрахункових операцій щороку зростає. Так, серед громадян України, за даними Національного банку, частка обсягу безготівкових операцій із використанням платіжних карток за підсумками 2018 р. досягла 45,1%. Спостерігається щорічне зростання кількості активних карток в обігу (у середньому на 5,5% за останні три роки), збільшується середній чек операцій, оплачених безготівковим способом.

Разом із тим, обсяги і динаміку ринку електронної комерції складно оцінити через відсутність єдиної статистики з боку державних органів, а дослідницькі центри ведуть статистику лише по підприємствах електронної торгівлі. Очевидним є збільшення обсягів товарообороту в цій сфері як у світі, так і в Україні: у світовому масштабі ніша e-commerce за підсумками 2017 р. показала вражаюче зростання на 16%, при цьому досягнувши 1,5 трлн дол. [1], а за даними Державної служби статистики, обсяги

реалізації підприємств електронної торгівлі у 2018 р. становили понад 8 млрд грн і зросли на 32,6% порівняно з 2017 р. [2].

Тенденції до автоматизованої форми ведення бухгалтерського обліку, а також подачі звітів в електронній формі закріплюється нормативно-правовими документами, а саме законами України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [3], «Про електронні документи та електронний документообіг» [4], «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» [5] і Податковим кодексом України [6], який вимагає подавати звітність середнім і великим підприємствам виключно в електронному вигляді.

Інтерес із боку державних органів виражається зацікавленістю в максимально точному відображенні всіх видів діяльності підприємств електронної комерції для поповнення бюджету шляхом податкових надходжень.

Зміни умов ведення підприємницької діяльності зумовили необхідність змін у методах обліку розрахункових операцій, їх обробці та подальшій систематиці для потреб користувачів інформації. Особливо це питання актуальне для сфери електронної комерції, де вся діяльність пов'язана із застосуванням дистанційних способів зв'язку, а первинні документи переважно формуються в електронному вигляді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження стану електронної комерції в Україні та перспектив її розвитку здійснювали І. Свидрук, К. Маковейчук, В. Жарнікова та О. Крендець. Обліковий аспект діяльності підприємства електронної комерції розвинули А. Крутова та О.В. Лега. Дослідженням розрахункових операцій займалися С. Кузнець, Я.О. Хірс, А.В. Гевчук, О. Кравчук. Утім, зазначимо, що основну увагу вітчизняні вчені приділили саме правовому аспекту електронної комерції, їх дослідженням займалися І. Трубін, В. Желіховський, О. Василенко та В. Висоцька.

Серед зарубіжних учених дослідженням даного питання займалися Alex Kogan, Fred Sudit and Miklos Vasarhelyi, а також Dave Chaffey і Wenjing Yang.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування поняття розрахункових операцій та вдосконалення практики їх застосування на підприємствах електронної комерції.

Завданнями даного дослідження є:

1. Удосконалення поняття «розрахункові операції» (введення нових сутнісних характеристик).

2. Огляд поточної практики використання розрахункових операцій в Україні для виділення основних тенденцій та можливих труднощів в обліку таких операцій.

3. Удосконалення класифікації розрахункових операцій (поліпшення розподілу розрахункових операцій за формою їх здійснення).

4. Виокремлення основних проблем із позиції фінансового та управлінського обліку, що виникають під час використання розрахункових операцій у сфері електронної комерції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначення розрахункових операцій закріплене в ЗУ «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» [5] і використовується в такому значенні: розрахункова операція – приймання від покупця готівкових коштів, платіжних карток, платіжних чеків, жетонів тощо за місцем реалізації товарів (послуг), видача готівкових коштів за повернутий покупцем товар (ненадану послугу), а в разі застосування банківської платіжної картки – оформлення відповідного розрахункового документа щодо оплати в безготівковій формі товару (послуги) банком покупця або, у разі повернення товару (відмови від послуги), оформлення розрахункових документів щодо перерахування коштів у банк покупця [5].

Відразу відзначимо, що дане визначення є дуже об'ємним і складним, наповнене безліччю додаткових умов, які повинні зробити визначення цілісним та універсальним, але натомість робить його складним для розуміння.

Аналізуючи вітчизняні статті, спостерігається така закономірність: автори намагаються уникати поняття розрахункових операцій і використовують його зазвичай у заголовках чи назвах наукових публікацій, а в основній частині замінюють поняття «розрахункові операції» іншими термінами, близькими за значеннями чи змістом (розрахунки, платежі, оплати, взаєморозрахунки і т. д.) [9; 10]. Або, намагаючись створити нове трактування терміна, роблять його вужчим за змістом і неповним за суттю [11]. На нашу думку, це є небажаним з огляду на таке:

1. Важливе для цілей обліку та оподаткування і суміжних сфер знань поняття «розрахункові операції» має надзвичайно складне визначення і не відповідає реальним потребам користувачів інформації, що призводить до того, що його просто не використовують у науковій та підприємницькій практиці.

2. У науковому вжитку складно оперувати цим поняттям у публікації наукових досліджень, а їх трактування в кожному окремому випадку має своє значення і заміняється іншими синонімами.

3. Чітке визначення даної категорії дало б змогу спростити трактування нормативно-правових актів в Україні та налаштувати систему облікового забезпечення управління підприємством під єдине поняття, що зробило б обробку інформації та її подальше використання більш ефективним.

Ураховуючи зазначене, запропонуємо власне визначення поняття розрахункових операцій, яке враховує:

– початковий зміст, який закладено нормативно-правовим документом (ЗУ «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» [5]);

– лаконічність і зрозумілість терміна для повсякденного використання та для цілей бізнес-середовища;

– характерні ознаки даного поняття, які повинні бути визначені виходячи з тих функцій, які вони виконують, та їх різноманіття;

– гнучкість у визначенні дала б змогу використовувати цей термін і в подальшому за зміни способів оплат, форм їх здійснення і тим самим зберегла свій зміст на максимально тривалий час.

Ураховуючи вищенаведені вимоги, ми пропонуємо таке визначення:

розрахункова операція – це факт здійснення оплати стороною, що має зобов'язання за товари, роботи чи послуги, у вигляді монетарних активів (готівки, електронних грошей, фіатних валют тощо) або криптовалюти іншій стороні, перед якою виникли такі зобов'язання, у формі та на умовах, що визнаються нормативно-правовим полем держави, в межах якої проводиться оплата[1].

Дане трактування, на нашу думку, дасть змогу уникнути всіх недоліків попереднього визначення даного поняття, а також задовольнить всі умови, зазначені у вищенаведених пунктах.

Наступним важливим поняттям дослідження є «електронна комерція», яке часто заміщується терміном «електронна торгівля» як у ненаукових виданнях (сайтах, форумах, періодиці), так і в наукових публікаціях. Цікавою особливістю є те, що обидва терміни закріпленні одним законом – ЗУ «Про електронну комерцію» [10], згідно з яким:

– електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час учинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, унаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру;

– електронна торгівля – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом учинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем.

Таким чином, можна зробити висновок, що електронна торгівля – термін вужчий, бо застосовується лише до діяльності, пов'язаної з продажем, реалізацією товарів через інформаційно-телекомунікаційні системи. Тоді як електронна комерція – це будь-яка діяльність, спрямована на отримання прибутку та внаслідок якої виникають або змінюються правочини щодо прав та обов'язків майнового характеру.

Тому зауважимо, що термін «електронна комерція», згідно з нормативно-правовими актами України, включає у себе, також і сферу електронної торгівлі. Для цілей бухгалтерського обліку пропонуємо використовувати поняття електронної комерції як таке, що є ширшим і містить у собі загальну специфіку ведення господарської діяльності через інформаційно-телекомунікаційні системи зв'язку.

Уточнивши категорійний апарат, що використовується в даній статті, пропонуємо перейти до класифікації розрахункових операцій та визначення їхніх характерних особливостей на підприємствах електронної комерції.

Станом на 2019 р. в Україні спостерігається збільшення частки використання безготівкових операцій (передусім із використанням платіжних карток) до 40% від загального обсягу здійснених розрахунків у 2019 р. (приріст 28% порівняно з 2018 р.) [11]; зростання обсягів операцій із використанням електронних грошей (платіжних систем) на 26% порівняно з 2017 р. і становить 7,2 млрд грн у 2018 р., або близько 0,37% від загального обсягу розрахункових операцій на території України [12].

Окремої уваги заслуговує питання використання криптовалют, і хоча в більшості країн світу, у тому числі й в Україні, вони не визнаються законним засобом платежу, існує перелік суб'єктів господарювання, що готові прийняти біткоін в оплату за свої товари і послуги, їх перелік можна знайти на спеціалізованих сайтах [13].

Виходячи з практики використання форм розрахункових операцій в Україні, пропонуємо їх класифікацію за формою здійснення розрахункових операцій (рис. 1).

Для кожної форми розрахункових операцій передбачаються своя кореспонденція і свій рахунок, на якому обліковуються отримані активи (зазначено на рис. 1).

Підприємства електронної комерції зазвичай не використовують бартерні та готівкові операції, тому зробимо акцент на трьох інших формах розрахунків.

На практиці в процесі застосування розрахункових операцій на підприємствах електронної комерції виникають такі складнощі:

1. Під час отримання оплати від покупців, контрагентів у вигляді монетарного активу чи криптовалюти на відповідний рахунок не враховуються обмеження в подальшому їх використанні. Особливо це актуально сьогодні, коли банки і платіжні системи (ПС) посилюють процедури контролю й установлюють обмеження на рух коштів (наприклад, деякі банки не проводять операції з банками, що знаходяться в офшорних зонах,

[1] Авторська розробка

а в межах однієї платіжної системи можливості щодо подальшого перерахунку коштів обмежені списком ПС, з якими вони співпрацюють) – управлінський аспект обліку.

2. Операції з отримання чи перерахунку коштів із рахунків банків та ПС передбачають комісійну винагороду та (або) періодичну плату за утримання рахунку, також можливі різноманітні інші умови використання таких рахунків. Такі особливості використання кожного рахунку передбачають додаткові системи обліку, окрім їх узагальнення на субрахунках 311, 313, 335, що дасть змогу більш ефективно використовувати ліквідні активи підприємства з мінімальними витратами – управлінський аспект обліку.

3. Складнощі з обліком криптовалют на підприємствах, що використовують їх виключно як засіб платежу і не мають на меті їх утримання як фінансових інвестицій, а також не визначено юридичний статус такого активу – фінансовий аспект обліку.

Вирішення вищенаведених питань дасть змогу зробити облік на підприємствах, що використовують сучасні форми розрахунків, значно простішим та ефективнішим. Передбачається оптимізація витрат, пов'язаних із використанням коштів підприємств та інших монетарних активів, а також уникнення нераціональних управлінських рішень в аспекті розрахункових операцій.

Детальний розгляд цих проблем і пропозиції щодо їх вирішення передбачаються у наступних статтях, що будуть узагальнені дисертаційною роботою.

Висновки з проведеного дослідження. Практика ведення господарської діяльності активно змінюється, в аспекті розрахункових операцій це спостерігається у збільшенні обсягів і частки використання безготівкових способів оплати, електронних грошей та криптовалют, що є особливо характерним для підприємств електронної комерції.

Адекватний облік розрахункових операцій на підприємствах електронної комерції потребує чіткого категорійного апарату та класифікації таких операцій за формою розрахунків. Запропоновано авторське визначення поняття «розрахункові операції», аргументовано, чому досліджується саме сфера електронної комерції, а не електронної торгівлі, та запропоновано класифікацію розрахункових операцій за формою.

Питання розрахункових операцій на підприємствах електронної комерції залишається малодослідженим, а існуюча практика впровадження розрахункових операцій указує на такі проблемні питання, що потребують подальшого детального дослідження:

1. Наявність обмежень у використанні коштів на рахунках банків та платіжних систем, що необхідно враховувати в обліку.

2. Потреба в мінімізації витрат із використання коштів на рахунках банків та платіжних систем, що не забезпечується існуючою практикою обліку розрахункових операцій.

3. Складнощі в обліку криптовалют та їх відображення на бухгалтерських рахунках і у звітності, які фактично вже використовуються в практиці, незважаючи на невизначений юридичний статус.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Fedorychak V. Електронна комерція в Україні 2018: факти, цифри та цікава статистика. URL : https://ag.marketing/elektrona-komerciya-v-ukraini-2018/ (дата звернення: 02.02.2020).

2. Сайт Державної служби статистики. Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013–2018 роках. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 26.01.2020).

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV / Верховна Рада України. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14 (дата звернення: 28.01.2020).

4. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22 травня 2003 р. № 851-IV / Верховна Рада України. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15 (дата звернення: 28.01.2020).

5. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг : Закон України від 6 липня 1995 р. № 265/95-ВР / Верховна Рада України. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 28.01.2020).

6. Податковий кодекс України : Закон України від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI / Верховна Рада України. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення: 28.01.2020).

7. Піхняк Т.А., Кобилецька М.А. Економічна сутність безготівкових розрахунків. *Молодий вчений*. 2014. URL : http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/6/55.pdf (дата звернення: 04.02.2020).

8. Бурак І.О. Розрахунки між діловими партнерами: форми та класифікація, *Проблемы материальной культуры*. *Экономические науки*. URL : http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/59029/06-Burak.pdf?sequence=1 (дата звернення: 04.02.2020).

9. Піскунов Р.О., Крамаренко А.Г. Морфологічний аналіз дескриптивних визначень поняття «розрахункові операції». *Харківський банківський інститут Університету банківської справи Національного банку України*. URL: http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2014/Economics/7_169794.doc.htm (дата звернення: 05.02.2020).

10. Про електронну комерцію : Закон України від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII / Верховна Рада України. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19 (дата звернення: 28.01.2020).

11. Національний банк України. Третина безготівкових розрахунків платіжними картками у постерміналах відбувається безконтактно. 2019. URL : https://bank.gov.ua/news/all/tretina-bezgotivkovih-

rozrahunkiv-platijnimi-kartkami-u-pos-terminalah-vidbuvayetsya-bezkontaktno (дата звернення: 08.02.2020).

12. Національний банк України. Статистика операцій банків з електронними грошима. 2019. URL : https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=125412&cat_id=22918283 (дата звернення: 08.02.2020).

13. Что можно купить за биткоин в Украине. 2019. URL : https://prostocoin.com/country/ukraine (дата звернення: 08.02.2020).

REFERENCES:

1. Fedorychak V. (2018) Elektronna komertsiia v Ukraini 2018: fakty, tsyfry ta tsikava statystyka [E-commerce in Ukraine 2018: facts, numbers and interesting statistics] – Available at: https://ag.marketing/elektrona-komerciya-v-ukraini-2018/ (accessed 02 February 2020)

2. Website of the State Statistics Service (2019) tablytsia «Obsiah vyroblenoi produktsii (tovariv, posluh) subiektiv hospodariuvannia za vydamy ekonomichnoi diialnosti u 2013-2018 rokakh [table «Volume of produced goods (goods, services) by economic entities by types of economic activity in 2013-2018] Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/ (accessed 26 January 2020)

3. Ukrainian Law «Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini» [About accounting and financial statement], from 16.07.1999, № 996-XIV / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14 (accessed 28 January 2020)

4. Ukrainian Law «Pro elektronni dokumenty ta elektronnyi dokumentoobih» [About electronic documents and electronic workflow], from 22.05.2003 p. № 851-IV / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15 (accessed 28 January 2020)

5. Ukrainian Law «Pro zastosuvannia reiestratoriv rozrakhunkovykh operatsii u sferi torhivli, hromadskoho kharchuvannia ta posluh» [About the use of registrars of settlement operations in the field of trade, catering and services], from 06.07.1995 p. № 265/95-BP / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80 (accessed 28 January 2020)

6. Tax Code of Ukraine, 02.12.2010 p. № 2755-VI / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (accessed 28 January 2020)

7. Pikhniak T. A. (2014) Ekonomichna sutnist bezghotivkovykh rozrakhunkiv [The economic essence of cashless payments], «Molodyi vchenyi» [A Young Scientist]. Available at: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/6/55.pdf. (accessed 04 February 2020)

8. Burak I. O. Rozrakhunky mizh dilovymy partneramy: formy ta klasyfikatsiia [Calculations between business partners: Forms and classification] Problemы materyalnoi kulturы – ЭKONOMYChESKYE NAUKY [Economic Sciences]. Available at: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/59029/06-Burak.pdf?sequence=1 (accessed 04 February 2020)

9. Piskunov R. O., A. H. Kramarenko Morfolohichnyi analiz deskryptyvnykh vyznachen poniattia «rozrakhunkovi operatsii» [Morphological analysis of descriptive definitions of the definition of "settlement operations"] Kharkivskyi bankivskyi instytut Universytetu bankivskoi spravy Natsionalnoho banku Ukrainy [Kharkiv Educational and Scientific Institute of SHEI “Banking University”]. Available at: http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2014/Economics/7_169794.doc.htm (accessed 05 February 2020)

10. Ukrainian Law «Pro elektronnu komertsiiu» (About E-commerce), from 03.09.2015 p. № 675-VIII / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19 (accessed 28 January 2020)

11. National Bank of Ukraine (2019) Tretyna bezghotivkovykh rozrakhunkiv platizhnymy kartkamy u pos-terminalakh vidbuvaietsia bezkontaktno [One-third of cashless payments by payment cards at POS terminals are made in non-contact way]. Available at: https://bank.gov.ua/news/all/tretina-bezgotivkovih-rozrahunkiv-platijnimi-kartkami-u-pos-terminalah-vidbuvayetsya-bezkontaktno (accessed 08 February 2020)

12. National Bank of Ukraine (2019) Statystyka operatsii bankiv z elektronnymy hroshyma [Statistics of banking transactions with electronic money]. Available at: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish article?art_id=125412&cat_id=22918283 (accessed 08 February 2020)

13. Chto mozhno kupyt za bytkoyn v Ukrayne (2019) [What can you buy for bytkoyn in Ukraine]. Available at: https://prostocoin.com/country/ukraine (accessed 08 February 2020)

РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ: ФАКТОРИ Й ОСОБЛИВОСТІ

ECONOMIC GROWTH OF THE COUNTRY: FACTORS AND FEATURES

УДК 338.1
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-79

Аверкина М.Ф.
д.е.н., професор,
професор кафедри економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій
Національний університет «Острозька академія»
Гурко А.В.
студентка
Національний університет «Острозька академія»

Averkyna Maryna
The National University of Ostroh Academy
Hurko Anna
The National University of Ostroh Academy

У статті наведено сутність поняття «економічне зростання» країни та визначено його роль у формуванні національної економіки. Визначено особливості та фактори економічного зростання. У статті наголошено, що економічне зростання передбачає налагоджене виробництво, покращення якості національних продуктів, підвищення їхньої конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку за рахунок упровадження новітніх технологій і нових виробництв у галузі економіки. У роботі наведено класифікацію факторів економічного зростання, яка, на відміну від наявних, включає цінності (самовираження, релігію, виживання). У статті значну увагу приділено моделям економічного зростання, які стали підґрунтям для оцінювання рівня економічного зростання в Україні. Також це підтвердила актуальність їхнього застосування в сучасних умовах, особливо моделі Лєонтьєва. На підставі отриманих результатів запропоновано пріоритетні напрями забезпечення стійкого економічного зростання в Україні.

Ключові слова: *економічне зростання країни, національна економіка, фактори економічного зростання, ВВП, моделі економічного зростання, регресійний аналіз.*

В статье приведена сущность понятия «экономический рост» страны и определена его роль в формировании национальной экономики. Определены особенности и факторы экономического роста. В статье отмечается, что экономический рост предполагает налаженное производство, улучшение качества национальных продуктов, повышение их конкурентоспособности как на внутреннем, так и на внешнем рынке за счет внедрения новых технологий и новых производств в области экономики. В работе представлена классификация факторов экономического роста, которая, в отличие от существующих, включает ценности (самовыражение, религию, выживание). В статье большое внимание уделено моделям экономического роста, которые стали основой для оценки уровня экономического роста в Украине. Также это подтвердила актуальность их применения в существующих условиях, особенно модели Леонтьева. На основании полученных результатов предложены приоритетные направления обеспечения устойчивого экономического роста в Украине.

Ключевые слова: *экономический рост страны, национальная экономика, факторы экономического роста, ВВП, модели экономического роста, регрессионный анализ.*

There is a problem of finding ways to strengthen its position in the global economy system, because resources are nonrenewable, largely exhaustive and, therefore, valuable, and the competition in the global economic system is accelerating at a rapid pace. This is perhaps the main problem of any country's development – economic growth. There is no doubt that the growing economy is more able to meet new needs and solve socio-economic problems both domestically and internationally. Economic growth, on the one hand, determines the level of state economic policy, the degree of satisfaction of the needs of the inhabitants of the country, and is also an indicator of living standards and well-being. On the other hand, economic growth determines the place of the country among others in the world market, competitiveness, the opportunity to influence the world economic and political development. For the last two decades, one of the most important goals of any government's economic policy has been to stimulate economic growth and maintain its pace at a stable level. All this requires a clear understanding of economic growth, its drivers of stimulation and restraint, which is why the chosen topic of study is extremely relevant in the conditions of economic development of any country. The purpose of the article is to uncover the theoretical foundations, familiarization with the peculiar features of the economic growth of the country, as well as identify ways to ensure the stability and effectiveness of such a process in the context of market relations in the example of Ukraine. The article describes the essence of the concept of "economic growth" of the country and its role in the formation of the national economy. The features and factors of economic growth are determined. The article notes that economic growth involves the establishment of production, improving the quality of national products, increasing their competitiveness in both the domestic and foreign markets through the introduction of the latest technologies and new industries in the field of economics. The paper presents a classification of factors of economic growth, which, unlike existing ones, including values (self-expression, religion, survival). The article pays great attention to economic growth models, which became the basis for assessing the level of economic growth in Ukraine. It also confirmed the relevance of their use in existing conditions, especially the Leontev model. Based on the results obtained, priority directions for ensuring sustainable economic growth in Ukraine are proposed.

Key words: *economic growth of a country, national economy, factors of economic growth, factors of influence on economic growth, GDP growth, models of economic growth, regression analysis.*

Постановка проблеми. В умовах, де ресурси стають все більш обмеженими, здебільшого вичерпними і, відповідно, цінними, а конкуренція у світовій економічній системі загострюється швидкими темпами, постає проблема пошуку шляхів зміцнення своїх позицій у глобальній економіці.

Звідси і постає чи не найголовніша проблема розвитку будь-якої країни – проблема економічного зростання. Не викликає сумнівів, що зростаюча економіка є більш спроможною задовольняти нові потреби і вирішувати соціально-економічні проблеми як всередині країни, так і на міжнародній арені. Економічне зростання, з одного боку, визначає рівень державної економічної політики, ступінь задоволення потреб мешканців країни, а також є індикатором рівня життя і добробуту. З іншого боку, економічне зростання визначає місце країни серед інших на світовому ринку,

конкурентоспроможність, можливість впливу на світовий економічний і політичний розвиток. Впродовж останніх двох десятків років однією з найважливіших цілей економічної політики уряду будь-якої держави є стимулювання економічного зростання, підтримка його темпів на стабільному рівні. Усе це вимагає чіткого уявлення про економічне зростання, фактори його стимулювання і стримування, тому вибрана тема дослідження є надзвичайно актуальною в умовах становлення та розвитку економіки будь-якої країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сучасна економічна теорія виокремлює три напрями у вивченні процесу зростання. Першим є неокласична теорія, розроблена М. Фрідменом, А. Маршаллом і Л. Вальрасом. Другим напрямом є неокейнсіанські теорії, прихильниками яких були С. Фудзіно, Д. Тобін, О. Сімомура. Третім і поки що заключним етапом еволюції поглядів на економічне зростання вважають напрям, сформований у працях К. Маркса, Дж. Ст. Мілля і Й. Шумпетера. На жаль, прихильники кожного із вищезазначених напрямів не виокремили теорію зростання серед інших як унікальну, а натомість лише дослідили проблему у комплексі, періодично знаходячи закономірності і залежності економічного зростання з іншими процесами у економіці.

Постановка завдання. Мета статті – розкриття теоретичних засад, ознайомлення із характерними особливостями економічного зростання країни, а також виявлення способів для забезпечення стабільності та ефективності такого процесу в умовах ринкових відносин на прикладі України.

Виклад основного матеріалу. Економічне зростання є одним із головних показників добробуту країни. Уряд будь-якої держави зацікавлений у досягненні швидких темпів зростання національного доходу порівняно із зростанням чисельності населення, що приводить до підвищення рівня життя. Економічне зростання є набагато важливішим за стабільність, оскільки економіка країни повинна передбачати стійкість розвитку системи, тому виникає необхідність у дослідженні означеного процесу і шляхів його досягнення.

Під економічним зростанням розуміють налагоджене виробництво, покращення якості національних продуктів (товарів та послуг), підвищення їхньої конкурентоспроможності як на внутрішньому ринку, так і на міжнародній арені. Також сюди відносимо освоєння та впровадження новітніх технологій, запровадження нового виробництва у галузях, які тільки зароджуються на ринку. Крім того, цей процес передбачає подолання неефективного використання залишків сировини і покращення рівня менеджменту.

До особливостей процесу економічного зростання варто віднести тенденцію до зменшення частки продукції сільського господарства у загальному обсязі зайнятості і випуску продукції і, відповідно, зростання частки промисловості. За останні десятиліття у розвинутих країнах частка робочої сили, зайнятої у сільському господарстві, зменшилася до 1–8%, тоді як у країнах ss нижчим рівнем економіки вона коливається від 20 до 80%. В Україні означена величина становить приблизно 19%. Частка продукції сільського господарства у ВВП США, Німеччини та Японії становить усього 1–2%, у ВВП України – 7% [1].

Такі зміни пояснюють причинами з боку як попиту, так і пропозиції. З боку пропонування відмічають швидке зростання продуктивності аграрного сектору, тому з меншим числом робочої сили виробляють значно більше продукції. З боку попиту спостерігають тенденцію до скорочення частки споживчого попиту на продукти харчування і сільськогосподарську продукцію у доходах домогосподарств, яка проявляється за зростання доходу на душу населення. Ця тенденція була помічена ще у XIX столітті і відома нині як закон Енгеля.

Іншою особливістю у зміні структури є тенденція до зростання сфери послуг. У сучасний період частка послуг стрімко зростає, тоді як питома вага промисловості, досягнувши свого піку, починає скорочуватися. За даними 2016 р., лідерство у третинному секторі економіки (тобто секторі послуг) тримає Франція з 79,8% ВВП цього сектору. Дещо нижчий показник у США (79,7%), Об'єднаного Королівства (78,3%), а у Японії та Німеччині частка сфери послуг у ВВП становить 71,4% та 71,1% відповідно [2]. В Україні зафіксовано показник приблизно 56% [3].

Також на економічне зростання впливає урбанізація, тобто концентрація населення у густонаселених і відносно великих регіонах. Такий процес безпосередньо пов'язують із розвитком індустрії. Промислове виробництво зосереджується на великих підприємствах, які мають переваги економії від масштабу. Фірми знаходяться на близькій відстані, щоби скористатися перевагами спільної інфраструктури – комунікаціями, транспортом, енергопостачанням тощо.

Опрацювавши значну кількість наукової літератури, можемо помітити, що фактори економічного зростання можуть ототожнюватися, комбінуватися і навіть накладатися один на одного. Тому варто приділити увагу більш ретельному вивченню впливу різних груп факторів на процес економічного зростання.

Порівнявши між собою основні підходи до класифікації факторів економічного зростання, ми пропонуємо авторську розробку (Додаток А). Схема відображає найзагальніші ознаки, за якими можна було би класифікувати фактори економічного зростання.

Так, за сферою впливу процес економічного зростання прямо пов'язаний із збуреннями, які

відбуваються як всередині економічної системи країни, так і поза її межами. Також враховується загальний клімат на міжнародній арені та світові економічні тенденції.

Також здійснено поділ факторів за напрямом зовнішньоекономічної діяльності на імпортну та експортну активність. Здійснення таких операцій визначає відносини з іншими національними економіками, а отже, має вплив на економічний стан обох сторін, які вступають у економічні відносини.

Крім того, виокремлено інституційну ознаку, за якою поділено фактори на ті, які мають місце під час встановлення прозорих правил гри в економіці, а також за правильно прописаних контрактів. Будь-які грошові потоки і взагалі всі операції повинні здійснюватися згідно зі встановленими законодавством правилами і бути у відкритому доступі. Прозорість економіки – невід'ємний аспект економічного зростання країни.

Що стосується контрактів, то кожен суб'єкт повинен неухильно дотримуватися умов домовленості і вчасно їх виконувати. Варто зауважити, що з цим аспектом доволі часто виникають проблеми (згадаймо, наприклад, невиконання Росією Мінських домовленостей). Ти не менше дотримання угод є важливим чинником для ефективного економічного зростання.

Окремо варто виділити ознаку «цінності», яку складно оцінити. Як виявилося, це стало можливим у дослідженні Ш. Шварца «Культурні ціннісні орієнтації: природа і наслідки національних відмінностей», де завдяки набору численних статистичних даних вдалося поділити країни за рівнем економічного стану, враховуючи культурний складник. Автор розглядає культуру як гіпотетичну змінну, яку можна виміряти через її прояв, а також вплив на різні сфери життя країн.

Різноманітні інститути всередині суспільства опираються значною мірою на цінності, які пов'язані з їхніми функціями (наприклад, ієрархія в армії, приналежність у сім'ї, майстерність на ринку, інтелектуальна автономія у науці). Етнічні, релігійні, професіональні та інші групи суспільства піддаються впливу різних культурних цінностей, що може зробити внесок у економічні аспекти країни.

Отже, фактори економічного зростання є основою для детального вивчення цього процесу, а також пошуку найкращих способів для досягнення його ефективності.

Якщо говорити про моделі економічного зростання, то варто зазначити, що основною метою їх побудови є виявлення умов, які необхідні для рівномірного зростання, тобто динамічної рівноваги. На сучасному етапі розвитку економічної теорії розрізняють такі три основні моделі економічного зростання, як:

1) посткейнсіанська (моделі Домара, Робінсона, Харрода);

2) неокласична (виробничі функції Солоу, Кобба-Дугласа, Міда, Трапєзнікова тощо);

3) інституційна (моделі Кузнеця і Шульца).

Розглядаючи перші дві форми економічного зростання, дослідники намагалися вирішити проблеми, пов'язані з тенденціями та джерелами економічного зростання, технологічною політикою та її наслідками, зміною факторів і результатів національної економіки.

Водночас неокласична і посткейнсіанська моделі мають відмінні риси. Неокласична теорія розглядає економічне зростання з погляду факторів виробництва. Прихильники цього напряму вважали економічне зростання сумарним результатом взаємопов'язаних між собою факторів, таких як капітал, праця, земля і підприємницький талант. Відповідно, для їх комплексного аналізу використовують такий інструмент, як виробнича функція. На макроекономічному рівні вона виражає співвідношення між випущеною продукцією і використаними факторами. Посткейнсіанська модель, на відміну від попередньої, розглядає економічне зростання з погляду факторів попиту (здебільшого). Такий процес, на думку послідовників цієї теорії, є похідним від нагромадження і споживання. Головним інструментом посткейнсіанської моделі вважають принцип мультиплікатора-акселератора (модель циклічного економічного розвитку).

Важливе місце серед моделей економічного зростання належить універсальній моделі В. Леонтьєва, або "затрати – випуск". У ній проаналізовано систему взаємозалежностей в економіці на основі таблиці міжгалузевого балансу. Розроблені В. Леонтьєвим математичні таблиці відображають зв'язки, що існують між різними галузями економіки. Розрахунки, здійснені за міжгалузевими балансами, дають можливість оцінити наслідки змін у масштабах, технологіях та структурі виробництва, споживчому попиті, інвестиційній сфері, зовнішній торгівлі, співвідношенні цін і доходів. Використання цієї моделі створює належні умови для того, щоб уряд держави мав змогу зіставити народногосподарські наслідки різних варіантів інвестиційної та податкової політики, зовнішньої торгівлі, військових витрат та іншого.

Якщо оцінювати ситуацію в Україні, то період 2015–2017 років за основними економічними показниками не був однорідним, але його загалом можна охарактеризувати як "переломний", коли надважкі випробування 2014 року, які все ще відчувалися у першій половині 2015 року, у подальшому трансформувалися в етап економічного відновлення шляхом поступового подолання негативних наслідків кризи. При цьому змінювалась і динаміка, і характер розвитку на користь посилення якості економічного зростання.

Загалом питома вага валового нагромадження основного капіталу (ВНОК) у ВВП

збільшилася до 16 відсотків у 2017 році з 13,5 відсотка у 2015 році, проте все ще не досягла рівня 2013 року – 16,9 відсотка ВВП. Другою визначальною рисою цього періоду було реформування соціальної сфери. Впродовж 2016–2017 років було проведено реформи у сфері оплати праці (зменшення навантаження на фонд оплати праці внаслідок зниження ставки єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ) у 2016 році та підвищення рівня оплати праці та її детінізації внаслідок запровадження нової методології визначення мінімальної заробітної плати у 2017 році), а також у сфері пенсійного забезпечення.

Обсяг капітальних інвестицій у 2016–2017 роках зріс на 44,1 відсотка. Це зумовило розвиток інвестиційно спрямованих галузей промисловості та будівництва в цей період: за 2016–2017 роки виробництво продукції машинобудування збільшилось на 10,1 відсотка, індекс будівельної продукції – на 48,3 відсотка (рис. 1).

Позитивна динаміка капітальних інвестицій була сформована в умовах пожвавлення виробничої діяльності підприємств.

Це стимулювало зростання реальної заробітної плати, яке за 2016–2017 роки становило 29,8 відсотка, та реального наявного доходу населення – 9,5 відсотка, що сприяло розширенню споживчого попиту населення. Отже, реалізація реформ у соціальній сфері загалом сприяла покращенню матеріального становища населення і зниженню рівня бідності, що за 9 місяців 2017 році становив 49,8 відсотка проти 58,3 відсотка у 2015 році.

Серед інших позитивних зрушень внаслідок проведених Урядом реформ у соціальній сфері слід відзначити процеси детінізації оплати праці (рівень тіньової економіки за методом "витрати населення – роздрібний товарооборот" у 2017 році скоротився до 47 відсотків від обсягу офіційного ВВП з 57 відсотків у 2015 році відповідно, загалом рівень тіньової економіки за цей період скоротився на 9 відсоткових пунктів – з 40 відсотків до 31 відсотка), а також скорочення кількості неформально зайнятого населення (з 4,3 млн осіб у 2015 році до 3,7 млн осіб у 2017 році).

Однак спостерігалися також і негативні явища в економіці країни. Збільшення витрат на оплату праці змусило підприємців оптимізувати

Рис. 1. Динаміка вкладених прямих інвестицій

Джерело: [4]

Рис. 2. Зміни ВВП, обсягів промислової продукції, реальної заробітної плати, відсотків до попереднього року

Джерело: [4]

свої трудові ресурси, що разом з іншими факторами, такими як тимчасове призупинення переміщення вантажів через лінію зіткнення залізничними і автомобільними шляхами у межах Донецької та Луганської областей, крім гуманітарної допомоги, припинення підприємницької діяльності фізичних осіб-підприємців через зміну податкового законодавства щодо сплати ЄСВ усіма підприємствами без винятку, призвело до певного скорочення кількості зайнятого населення. Зростання безробіття, а також відносно низький рівень життя населення спонукали українців до пошуку роботи поза межами країни. Як наслідок, в Україні впродовж 2015–2017 років відбулося посилення процесів трудової міграції, як зовнішньої, так і внутрішньої. За даними обстеження Держстату, у 2015–2017 роках кількість трудових мігрантів поза межами України становила 1303,3 тис. осіб, що на 10,3 відсотка більше, ніж у 2010–2012 роках з урахуванням демографічних змін.

У 2015 році, після значної девальвації гривні (майже в 2 рази) та суттєвого подорожчання комунальних послуг інфляція досягла 43,3 відсотка.

У 2017 році рівень зростання цін споживчого ринку фактично став підтвердженням продовження позитивного економічного розвитку країни після декількох років кризи, яка передувала 2016 року. Загалом впродовж 2016–2017 років споживчі ціни зросли на 27,8 відсотка у розрахунку до грудня 2015 р.(рис. 2).

Динаміка цін виробників обсягів промислової продукції – зростання на 6,8 відсотка у травні 2018 року відносно грудня 2017 року та на 17,5 відсотка у середньому до відповідного періоду попереднього. Номінальна середньомісячна заробітна плата штатних працівників в умовах чергового підвищення рівня мінімальної заробітної плати з 1 січня 2018 року до 3723 гривень (3200 гривень – у 2017 році) у січні-травні 2018 року збільшилася на 26,7 відсотка до 8225 гривні, реальна заробітна плата – на 11,8 відсотка [5].

Динаміка зовнішньої торгівлі у січні-травні 2018 року також була позитивною. Так, вартісний обсяг експорту товарів та послуг (за даними НБУ) збільшився на 11,7 відсотка. Найбільша питома вага в експорті товарів залишилася за групами товарів «Продовольчі товари та сировина для їх виробництва» та «Чорні й кольорові метали та вироби з них».

Суттєвим чинником забезпечення сталого економічного зростання України має стати активізація малого і середнього бізнесу. Малий бізнес послаблює монополізм і забезпечує конкуренцію. Однак поки що він став в Україні реальною базою для розвитку ринкової економіки.

Для забезпечення стійкого економічного зростання і зміцнення позицій країни у світовому господарстві важливим кроком є формування привабливого інвестиційного середовища в країні.

Монетарна політика країни зобов'язана теж підтримувати стабільне економічне зростання. Для цього мають бути у пріоритетному порядку вирішені такі завдання, як:

– досягнення стабільності банківської системи як необхідної умови поновлення стабільних процесів у сфері кредитування;

– формування впливових інструментів регулювання величин та структури грошової пропозиції з метою мінімізації монетарних факторів інфляційних процесів;

– зведення до мінімуму немонетарних чинників інфляції;

– розбудова на пріоритетних засадах системи інвестиційного кредитування структурної модернізації реального сектору економіки.

Національний банк України має здійснювати таку валютно-курсову політику, яка би спрямовувалася на посилення національної валюти, підвищення її стійкості до негативних впливів та згладжування курсових стрибків. У довгостроковій перспективі пряме державне втручання у процеси курсоутворення має плавно послаблюватися одночасно із розвитком системи страхування валютних ризиків.

Отже, йдеться про необхідність схвалення пакету регуляторних вирішень, які мають розкрити шлях якісному поліпшенню керованості грошово-кредитною сферою на основі повного використання ринкових фінансових інструментів та потенціалу конкуренції на ринку банківських послуг [6].

Висновки з проведеного дослідження. На підставі проведеного дослідження виявлено, що відсутність належної кількості природних ресурсів, низькі потенційні можливості для заощаджень та інвестування, а також застарілі технології створюють серйозні перешкоди для економічного розвитку країни.

Процес економічного зростання передбачає поєднання заходів не тільки економічного, а й законодавчого характеру. Всі зусилля держави повинні бути спрямовані на створення умов для першочергового освоєння вітчизняними товаровиробниками внутрішнього ринку.

До причин глибокої кризи економіки України можна віднести тривалий трансформаційний період до становлення ринкової економіки, неефективне використання ресурсів, повільні темпи зростання галузі промисловості, низькі темпи залучення інвестицій, негативний влив зовнішнього політичного чинника, відсутність чітких, прописаних інституціями правил гри для ведення бізнесу. Пріоритетним завданням щодо поліпшення такої ситуації є інвестиційна підтримка галузей, які виробляють високотехнологічну продукцію в галузі інформаційних технологій, комунікацій і ресурсозбереження. Саме розвиток цих напрямів сприятиме економічному зростанню в Україні на найближчі 50–60 років.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

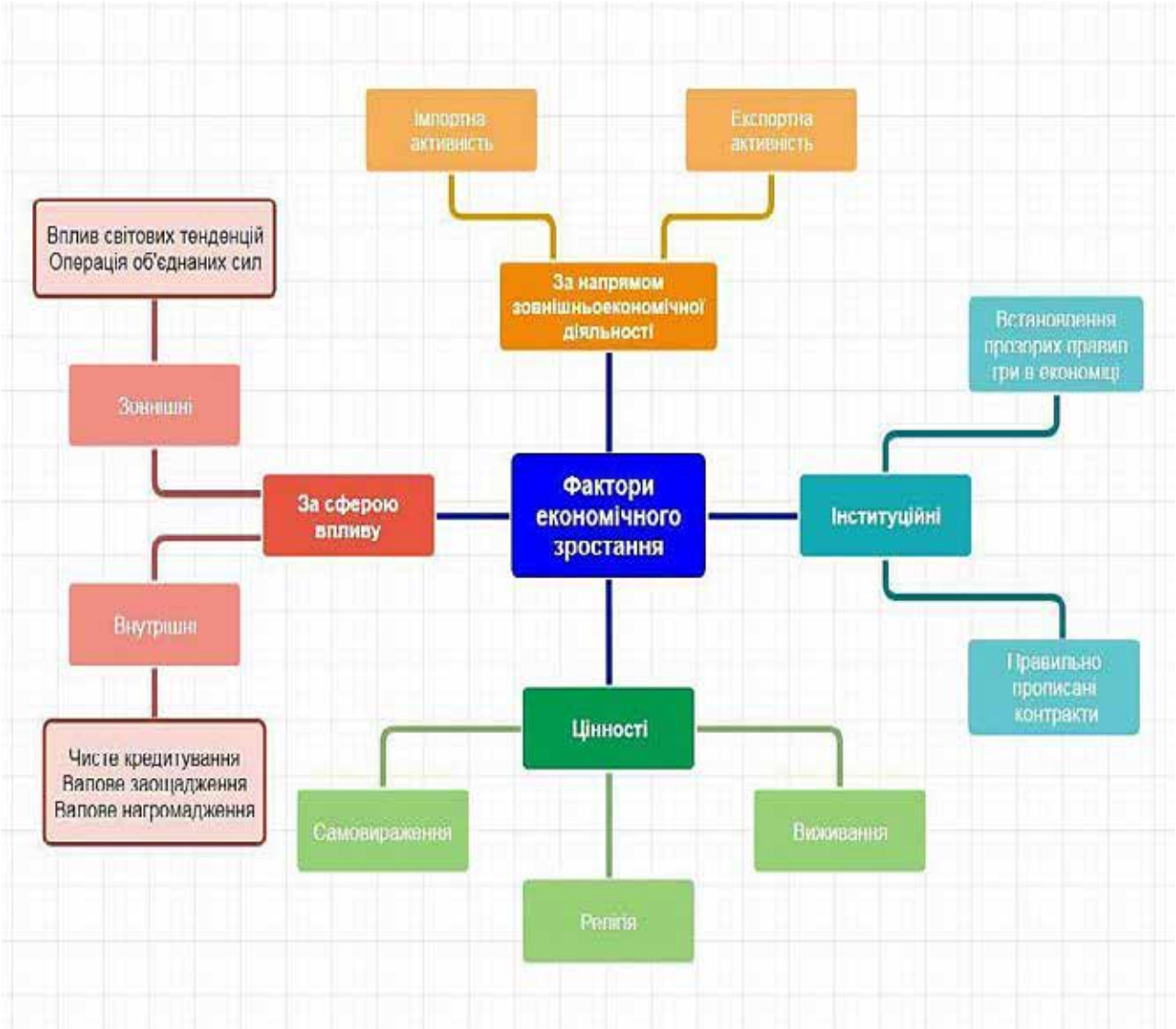
1. World Development report. Доклад о развитии человека 2007/2008. С. .299. URL: http: //hdr.undp.org (дата звернення: 21.02.2020)
2. Світ ефективного бізнесу. Світовий ВВП 2016. URL: https://www.olza.com.ua/statistics/57 (дата звернення: 21.02.2020)
3. Financial and economic analysis office in the VRU: Валовий Внутрішній продукт у 2010–2018. URL: https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/gdp2010-2018.pdf (дата звернення: 21.02.2020)
4. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 21.02.2020)
5. Портал Незалежної асоціації банків України: Макроекономічні показники. URL:https://nabu.ua/ua/makroekonomichnipokazniki.html?com_blog_page r_limit=50 (дата звернення: 21.02.2020)
6. Горошко К. О. Стан інвестиційної діяльності в України. *Ефективна економіка.* 2013. № 2. С. 37–50.

REFERENCES:

1. World Development report. Human development report 2007/2008. pp. 299. Available at: http: //hdr.undp.org (accessed 21 February 2020).
2. The world of efficient business. WorldDP – 2016. Available at: https://www.olza.com.ua/statistics/57 (accessed 21 February 2020).
3. Financial and Economic Analysis Office in the VRU. Gross Domestic Product in 2010–2018. Available at: https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/gdp2010-2018.pdf (accessed 21 February 2020).
4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua (accessed 21 February 2020).
5. Portal Nezalezhnoji asociaciji bankiv Ukrajiny: Macroeconomic indicators. Available at: https: //nabu.ua/en/macroeconomicindicators.html?Com_blog_pager_limit = 50 (accessed 21 February 2020).
6. Goroshko KO (2013), Stan investicijnoyi diyalnosti v Ukrayini [The state of investment activity in Ukraine]. *An efficient economy.* 2013. vol. 2. pp. 37–50.

Додаток А

Фактори економічного зростання (сформовано і розроблено автором)



МОДЕЛЮВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ
MODELING THE PROFITABILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

УДК 519.863:338
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-80

Аверкина М.Ф.
д.е.н., професор, професор кафедри економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій
Національний університет «Острозька академія»
Шмигельський Ю.В.
студент
Національний університет «Острозька академія»

Averkyna Maryna
The National University of Ostroh Academy
Shmyhelskyi Yurii
The National University of Ostroh Academy

Стаття присвячена дослідженню прибутковості підприємств сектору сільського господарства та моделювання прибутковості таких підприємств. У статті визначено сутності таких понять, як прибуток та прибутковість. Проаналізовано стан сільського господарства в Україні; встановлено позитивні та негативні фактори, які впливають на розвиток сільського господарства. Виявлено основні тенденції його розвитку та ризики й наслідки такого розвитку для економіки України загалом. Використовуючи економетричний апарат та статистичні пакети, побудовано економіко-математичну модель на основі даних таких українських аграрних підприємств, як «Agromino», «Agroton», «AgroGeneration Group» та «Grain Aliance». Проведено детальний опис кожного тесту для демонстрації достовірності та непідробленості сформульованих висновків. На основі отриманих результатів встановлено достовірність висунутих раніше гіпотез, визначено закономірності впливу факторів та силу цього впливу на прибутковість. На основі отриманих результатів було сформульовано рекомендації стосовно регулювання незалежних змінних моделі та приведення їх до оптимального стану, за якого ефективність виробництва буде зростати, а підприємство буде максимізувати свою прибутковість.

Ключові слова: *прибутковість, рентабельність, ефективність, економіко-математична модель, моделювання, модель Дюпона, аграрний сектор.*

Статья посвящена исследованию доходности предприятий сектора сельского хозяйства и моделирования прибыльности таких предприятий. В статье определены сущности таких понятий, как прибыль и доходность. Проанализировано состояние сельского хозяйства в Украине; установлены положительные и отрицательные факторы, влияющие на развитие сельского хозяйства. Выявлены основные тенденции его развития, риски и последствия такого развития для экономики Украины в целом. Используя эконометрический аппарат и статистические пакеты, построена экономико-математическая модель на основе данных таких украинских аграрных предприятий, как «Agromino», «Agroton», «AgroGeneration Group» и «Grain Aliance». Проведено детальное описание каждого теста для демонстрации достоверности и неподдельности сформулированных выводов. На основе полученных результатов установлена достоверность поставленных ранее гипотез, определены закономерности влияния факторов и силу этого влияния на прибыльность. На основе полученных результатов были сформулированы рекомендации по регулированию независимых переменных модели и приведению их к оптимальному состоянию, при котором эффективность производства будет расти, а предприятие будет максимизировать свою доходность.

Ключевые слова: *прибыльность, рентабельность, эффективность, экономико-математическая модель, моделирование, модель Дюпона, аграрный сектор.*

The article is devoted to the research of profitability of enterprises in the agricultural sector and modeling the profitability of such enterprises. The essence of such concepts as profit and profitability is defined in the article. The feasibility of modeling the profitability of agricultural enterprises and the importance of this study for the Ukrainian economy are substantiated. The author analyzes the state of agriculture in Ukraine; identifies the positive factors that contribute to the development of business in this area of the economy, and the negative factors that impede the development of agriculture. The main trends of agricultural development, the consequences and major risks associated with its development for the Ukrainian economy are revealed. Existing profitability models are analyzed. One of them was chosen as the basic and reasonable expediency of using this model. Based on the literature used, hypotheses about the main factors affecting profitability are formulated; using the econometric apparatus and statistical packages, a mathematical economic model was built on the basis of data from such Ukrainian agricultural enterprises as Agromino, Agroton, AgroGeneration Group and Grain Aliance. A number of tests were conducted to verify the model for adequacy, namely: testing the model for robustness and validity, verifying if maybe there are not influences that may distort the model's results and lead to false conclusions. Detailed descriptions of each test are provided to demonstrate that the conclusions are reliable and correct. Based on the obtained results, the reliability of the hypotheses previously set, the regularities of influence of factors and the power of this influence on profitability were determined. Based on the results obtained, the author formulated recommendations for adjusting the independent variables of the model in order to bring them to the optimum state in which the production efficiency will be increased and the profitability will be maximized; he describes the reasons for the results obtained. There are formulated recommendations on improving the state of agriculture in Ukraine.

Key words: *profitability, cost-effectiveness, efficiency, economic and mathematical model, modeling, Dupont model, agrarian sector.*

Постановка проблеми. У сучасному світі, який пережив три науково-технічні революції і зараз перебуває у періоді четвертої, в умовах розвитку ринку, підвищення стандартів якості продукції та у стані демографічних процесів підтримка конкурентоспроможного рівня компанії потребує постійного підвищення рівня прибутковості (рентабельності). Для максимізації прибутковості в умовах обмежених і вичерпних ресурсів необхідно підвищувати ефективність управління й використання наявних засобів. Прибутковість фірми є засадничим показником, який виражає стан, стійкість підприємства, позицію підприємства на ринку та є важливим для інвесторів.

Для української економіки однією із стратегічних галузей є сільське господарство. До того ж воно належить до тих галузей, що потребують великих вкладень і при цьому мають невисоку віддачу. Саме тому дослідження питання прибутковості для сільськогосподарських підприємств стоїть особливо гостро.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблеми оцінювання прибутковості підприємств займалися вітчизняні та зарубіжні

вчені: Р.Р. Антонюк, Л.В. Козак, М.Ф. Огійчук, Т.В. Осипова, В.Р. Кобилецький та інші. Зважаючи на значний науковий доробок цих дослідників та особливості підприємств аграрного сектору, необхідно робити звернення до побудови моделей, які сприятимуть виявленню чинників підвищення рівня прибутковості означених підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сутності поняття «прибутковість» та його складників; побудова моделі прибутковості аграрних підприємств, що допоможе виявити основні фактори, які впливають на прибутковість, визначити силу цього впливу та встановити можливі причини зв'язків; надання практичних рекомендацій для підвищення прибутковості аграрних підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній літературі існують різні підходи до визначення поняття «прибуток». Проаналізувавши праці таких науковців, як О.О. Гетьман, Л.В. Козак, М.В. Патарідзе-Вишинська, Г.А. Семенов, ми сформулювали власне визначення прибутковості: прибуток підприємства – це абсолютний показник, який виражає фінансовий результат діяльності підприємства та характеризує успішність цієї діяльності.

Підходячи до оцінки фінансового стану підприємства, поруч із величиною прибутку необхідно оцінювати значення прибутковості підприємства. Прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з погляду його здатності приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів.

Прибутковість означає те саме, що і рентабельність. Оскільки в економічній теорії частіше використовується саме термін «рентабельність», то для її класифікації будемо вживати саме цей термін. У економічній теорії розрізняють такі види рентабельності: виробництва, продукції, виробничих фондів, інвестицій, активів.

У процесі дослідження вирішено здійснити моделювання прибутковості підприємств галузі сільського господарства, оскільки це базова галузь у економіці кожної країни, проте також і одна із тих галузей які мають низьку рентабельність. Забезпечення прибутковості сільськогосподарських підприємств гарантує продовольчу безпеку держави та життя населення. Саме тому дослідження ефективності функціонування підприємств сільського господарства є важливим і пріоритетним для будь-якої держави. Особливо для України: за даними української служби статистики [1], галузь сільського господарства в Україні входить до найбільших за величиною експортованої продукції, що свідчить про те, що сільськогосподарська галузь нині є стратегічною для української держави.

Станом на початок 2018 року 70 найбільших сільськогосподарських підприємств України використовували у процесі виробництва близько 6 мільйонів гектарів землі. Найбільша з цих компаній працює на понад 600 тис. гектарів, а найменша – на 30 тис. гектарів. Велика частина земельного ресурсу розподіляється між порівняно невеликою кількістю компаній, що свідчить про спроможність однієї компанії обробляти значну територію та розвиненість сільського господарства в Україні.

До позитивних сторін ведення сільського господарства в Україні можна віднести: дешеву робочу силу; розвинуту систему зберігання врожаю [2, с. 15]; наявну систему субсидій для сільськогосподарських виробників; розвинуту міжнародну торгівлю – Україна має близько 17 діючих угод про вільну торгівлю та двосторонніх торговельних угод які визначають різні умови міжнародної торгівлі, включаючи квоти та тарифи, що охоплюють 45 країн [2, с. 16; 44], серед них найважливішою є угода про вільну торгівлю України з ЄС, яка набула чинності 1 січня 2016 року.

До негативних сторін відносять: цінову невизначеність – неможливість точного встановлення точної кількості зернових, що потрібно засіяти, через можливі коливання врожайності в силу мінливості клімату та інших подібних неконтрольованих явищ, що робить неможливим чітко прогнозоване рентабельне виробництво і приводить до значних коливань у обсягах виробництва; недостатній рівень фінансово-кредитного забезпечення – формує низький рівень забезпеченості матеріальними ресурсами і приводить до підвищення собівартості виробництва; відсутність ринкової інфраструктури, що перешкоджає вільному ціноутворенню, яке базується на балансі попиту і пропозиції, а також прозорості руху товарів на ринку (але із прийняттям законопроекту про продаж землі це питання повинно зникнути); низька оборотність капіталу сільськогосподарських підприємств, що є особливістю цієї галузі в силу сезонності виробництва, що робить його непривабливою сферою для інвесторів.

Сільське господарство належить до найбільш ризикових галузей, тому імовірність достовірності результатів моделі для таких підприємств є однією з найнижчих. Тому ми вибрали найвідоміший і найпоширеніший метод аналізу рентабельності, а саме факторну модель фірми "DuPont" (Дюпон) [3]. Основним завданням цієї моделі є визначення факторів, що впливають на ефективність роботи підприємства, та надання оцінки визначеним факторам [4]. Існує велика кількість показників рентабельності, тому аналітики компанії DuPont провели розрахунки і виявили, що найбільш значущим є показник рентабельності власного капіталу.

Є три модифікації моделі:

Двофакторна модель рентабельності активів (ROA).

$$ROA = \text{Рентабельність продажів} * \text{оборотність активів}. \quad (1)$$

$$ROA = \frac{\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка ві дреалізації}} * \text{Виручка від реалізації}}{\text{Активи}}. \quad (2)$$

Трифакторна модель власного капіталу (ROE).

$$ROE = \text{Рентабельність продажів} * \\ * \text{Об. активів} * \text{фінансова залежність}. \quad (3)$$

$$ROE = \frac{\frac{\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації}} * \text{Виручка від реалізації}}{\text{Активи}} * \text{Активи}}{\text{Власний капітал}}. \quad (4)$$

П'ятифакторна модель рентабельності власного капіталу (ROE).

$$ROE = \frac{\frac{\frac{\frac{EBIT}{\text{Виручка}} * EBT}{EBIT} * \text{Чистий прибуток}}{EBT} * \text{Виручка}}{\text{Активи}} * \text{Активи}}{\text{Власний капітал}}. \quad (5)$$

Для моделювання рентабельності власного капіталу послуговуватимемося трьохфакторною моделлю DuPont [5], оскільки для цієї моделі ми володіємо необхідним набором даних.

Для побудови нашої моделі було використано річні панельні дані за 8 років, з 2010 по 2017 р. чотирьох українських агропідприємств:

– Agromino – компанія вирощує зернові та олійні культури. Землі компанії розташовані у Полтавській, Черкаській, Київській та Чернігівській областях;

– Agroton – спеціалізується на вирощуванні зернових та олійних культур. Здійснює свою діяльність на території Луганської та Харківської області;

– AgroGeneration Group – компанія вирощує зернові та олійні культури. Землі компанії розташовані у Сумській, Житомирській, Харківській, Тернопільській та Львівській областях;

– Grain Aliance – спеціалізується на вирощуванні зернових та олійних культур. Головний офіс компанії знаходиться у Стокгольмі, проте вся виробнича діяльність зосереджена в Україні.

Як результуючу змінну (Y) було вибрано показник рентабельності власного капіталу.

У результаті проведеного дослідження було розроблено такі гіпотези:

1) на рівень рентабельності капіталу впливає рентабельність продажів (X_1);

2) на рівень рентабельності капіталу впливає оборотність активів (X_2);

3) на рівень рентабельності капіталу впливає фінансова залежність (X_3).

Оскільки всі використані показники є відносними, то нормування даних можна не робити. У процесі збору даних було отримано вибірку по 4 підприємствах за час з 2010 по 2017 р. (період 8 років). Оскільки часовий ряд має мінімальну достатню для побудови моделі кількість спостережень, для більш точної оцінки моделі нами було вирішено провести дві регресії: по панельних та по усереднених значеннях чотирьох підприємств. Для статистичного аналізу даних панельних рядів було використано пакет програм STATA, а для аналізу ряду усереднених значень – пакет Microsoft Excel 2016.

Для опису рентабельності власного капіталу було використано лінійну модель виду:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + E. \quad (6)$$

Рентаб. власного капіталу =

$$0{,}29 + 0{,}8*X_1 + 0.33*X_2 - 0.27*X_3 \quad (7)$$
$$(2{,}06)\ (6.41)\ (1.65)\ (4.53)$$

Рентаб. власного капіталу =

$$0{,}36 + 0{,}39*X_1 + 0{,}1*X_2 - 0{,}26*X_3 \quad (8)$$
$$(2{,}30)\ (1{,}63)\ (0{,}22)\ (-2{,}32).$$

Для вибору остаточної моделі було проведено низку тестів як для моделі, побудованої на основі усереднених даних (8), так і для моделі, побудованої на основі панельних даних (7). Було здійснено такі перевірки:

1. Коефіцієнт детермінації.

Таблиця 1

Коефіцієнт детермінації R^2

	Панельні дані	Усереднені дані
R^2	0,8494	0,9790
Нормований R^2	0,8332	0,9069

Джерело: авторські розрахунки

2. Показник F-статистики наведено в табл. 2.

Таблиця 2

F-статистика

	Панельні дані	Усереднені дані
F	52,62	23,72
Значимість F	0,0000	0,0052

Джерело: авторські розрахунки

Отже, під час аналізу панельних даних показник значущості F-статистики під час оцінювання адекватності моделі є мінімальною (наближається до нуля), а для усереднених значень показник значущості F-статистики = 0,0052, що є високим показником надійності, проте у порівнянні модель (7) дає більш надійні результати. R^2 для панельних даних є гіршим, ніж для усереднених (R^2 = 97,9%), і показує, що ця модель описує явище на 84,94%, що свідчить про високу пояснювальну здатність моделі.

3. Розрахунок коефіцієнтів кореляції наведено в табл. 3 та табл. 4.

Проаналізувавши кореляцію між показниками, можна стверджувати, що істотний вплив на рентабельність власного капіталу (Y) мають рентабельність продажів (X_1) та фінансова залежність (X_3). Між оборотністю активів (X_2) та рентабельністю власного капіталу (Y) показники кореляції, залежно від типу даних, сильно відрізняються: для

панельних даних кореляція є високою і позитивною (39,24%), тоді як для усереднених даних показник кореляції є негативним і незначним (-6,85%). Інші показники кореляції в таблицях 3 і 4 не сильно відрізняються. Слід зауважити, що показники кореляції між оборотністю активів (X_2) та рентабельністю продажів (X_1), а також між фінансовим важелем (X_3) та рентабельністю продажів (X_1) є підвищеною, що дає підстави для підозр на мультиколінеарність.

4. Відповідно до отриманих даних побудуємо рівняння регресії.

Для перевірки гіпотези про вплив факторів на результуючу зміну використано теоретичну модель такого вигляду:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + E. \quad (6)$$

Рентаб. власного капіталу =

$$0{,}29 + 0{,}8*X_1 + 0.33*X_2 - 0.27*X_3 \quad (7)$$
$$(2{,}06)\ (6.41)\ (1.65)\ (4.53)$$

Рентаб. власного капіталу =

$$0{,}36 + 0{,}39*X_1 + 0{,}1*X_2 - 0{,}26*X_3 \quad (8)$$
$$(2{,}30)\ (1{,}63)\ (0{,}22)\ (-2{,}32)$$

Отже, для моделі (7) із рівнем значущості 95% можна зробити висновок, що:

а) за збільшення рентабельності продажів на 1% рівень рентабельності власного капіталу зросте на 0,8%;

б) за збільшення фінансового важеля на 1% рентабельність виробництва знизиться на 0,27%.

Для показника оборотності ми не можемо робити висновків, оскільки цей показник є статистично незначущим, t-статистика Стьюдента є меншою за критичне значення (для вибірки у 32 значення, за цього рівня значущості, t-статистика критичне = 2,04).

Для моделі (8) з рівнем значущості 95% можна робити висновок тільки за показником фінансового важеля, оскільки у решти показників t-статистика є меншою за критичне значення (для вибірки у 8 ступенів свободи, за цього рівня значущості, t-статистика критичне = 2,31), що робить їх статистично незначущими.

Отже, з рівнем значущості 95% за збільшення величини фінансового важеля на 1% рентабельність власного капіталу впаде на 0,26%. На основі показників адекватності моделі та пояснювальної здатності нами вирішено, що для дослідження явища доцільно використовувати модель, побудовану на основі панельних даних (7), тому наступні тести будуть проводитися лише для цієї моделі.

5. Здійснимо тест на гетероскедастичність. Для перевірки на моделі на гетероскедастичності є три тести: White, Goldfeld-Quandt та Breusch-Pagan тести. Насправді для перевірки гетероскедастичності досить провести всього два з цих тестів. Можна почати із White-тесту або Goldfeld-Quandt-тесту. Нами було вирішено для початку провести White-тест, для того, щоб визначити, чи наявна гетероскедастичність у моделі в принципі, чи ні.

Формулюємо такі гіпотези:

$$H_0: \sigma_1^2 = \sigma^2;\ H_1: \sigma_1^2 \neq \sigma^2.$$

Після проведення White-тесту отримуємо такі результати:

Отже, згідно з результатами тесту, оскільки значення p-value = 0,023 і є меншим за значення α = 0,05 і більшим за α = 0,01, а значення White-статистики є високим (9,530), то приймаємо гіпотезу H_0 про наявність гомоскедастичності та відсутність гетероскедастичності. Оскільки ми використали коротший шлях для тестування гетероскедастичності, то наступних тестів (Goldfeld-Quandt та Breusch-Pagan-тестів) проводити не потрібно.

6. Для проведення тесту на ендогенність потрібно, щоб були наявні підозри на ендогенні змінні ще під час створення вибірки. Згідно

Таблиця 3

Кореляційна матриця для усереднених даних

	Р майна	**Рент. Пр.**	**Об.Акт.**	**ФВ**
Р майна	1			
Рент. Пр.	0,868718	1		
Об.Акт.	-0,06855	0,301667	1	
ФВ	-0,90466	-0,66531	0,386343	1

Джерело: авторські розрахунки

Таблиця 4

Кореляційна матриця для панельних даних

	Р майна	**Рент. Пр.**	**Об.Акт.**	**ФВ**
Р майна	1			
Рент. Пр.	0,8594	1		
Об.Акт.	0,3924	0,4358	1	
ФВ	-0,6703	-0,4597	0,0454	1

Джерело: авторські розрахунки

з опрацьованою теорією, ендогенності у моделі не передбачається.

Отже, за результатами вище проведених тестів, ця модель є адекватною, описує явище з високою точністю і надійністю. Побудувавши модель та здійснивши перевірку на її адекватність, провівши низку тестів, можемо зробити висновки про взаємозв'язки між показниками, що характеризують прибутковість власного капіталу підприємства, та обґрунтувати способи та можливі варіанти оптимізації кожного показника для максимального досягнення бажаного ефекту.

Так, використавши річні дані чотирьох агрофірм, подібних за величиною та спеціалізацією, ми зробили висновок про те, що для підвищення прибутковості української агрофірми потрібно насамперед звернути увагу на показник прибутковості продажів та фінансової залежності. Було прийнято рішення про необхідність побудови моделі для визначення факторів та оцінки їхнього впливу на показник рентабельності продажів. Проте на етапі збору даних було з'ясовано, що у річних звітностях вищезгаданих компаній відсутні деякі з показників (показники змінних та постійних витрат), які варто було б залучити у процесі побудови моделі. Тому нами прийнято рішення про припинення побудови другої моделі та про перехід до наступного кроку: розроблення методики з оптимізації значень показників незалежних змінних для досягнення оптимального результату залежної змінної.

Отже, за результатами побудованої моделі для підвищення прибутковості власного капіталу необхідно збільшувати обсяги реалізації продукції. Також для оптимізації цього показника потрібно насамперед знизити собівартість продукції, тобто знизити і витрати на виробництво, оскільки основну частину виручки від реалізації становить саме вартість виробництва [6]. Для зменшення собівартості виробництва сільськогосподарської рослинної продукції потрібно впроваджувати нові технології вирощування, обробки зернових та збору урожаю. Удосконалювати системи логістики для оптимізації транспортних витрат та покращувати системи зберігання зерна. Оскільки кореляційна матриця показувала немалу кореляцію між цим показником та показником фінансової залежності, то для оптимізації значення цього показника потрібно оптимізувати структуру фінансових ресурсів та знизити вартість їх залучення.

Модель показала, що для підвищення прибутковості власного капіталу необхідно знижувати значення коефіцієнта фінансової залежності. Оскільки фінансова залежність виражається як частка від ділення пасивів компанії на частку власного капіталу, то для зменшення значення показника потрібно зменшувати чисельник та (або) збільшувати знаменник, тобто зменшувати величину пасивів компанії, або збільшувати величину власного капіталу. Зменшення величини пасивів означає скорочення виробництва, що змушує нас відмовитися від цього варіанту та звернутись до варіанту збільшення величини власного капіталу. На перший погляд може здатися нелогічним те, що потрібно збільшувати саме власний капітал, а не позиковий, адже власний капітал – це дорогі гроші, до того ж середнє значення фінансової залежності по вибірці належить допустимому інтервалу (1,67; 2,5), ФЗ = 1,96. Проте для аграрних підприємств досить ризиковано брати кредити через імовірність неможливості погашення позики. Це зумовлено стохастичною природою клімату та врожайності. Тому для збільшення частки власного капіталу у складі пасивів компанії є низка заходів, таких як проведення додаткової емісії акцій, облігацій для залучення додаткових коштів, за можливості збільшення частки прибутку, що вкладається у виробництво, тощо [7].

Для оцінки показника оборотності активів модель не дала статистично надійних результатів, проте логічним є твердження про те, що збільшення значення показника оборотності активів приведе до збільшення прибутковості підприємства, оскільки оборотність активів вказує на те, скільки товарів і послуг було продано за досліджуваний період. Стандартними методами підвищення оборотності активів вважаються такі заходи, як: продаж частини незавантажених необоротних активів за умови, якщо не планується збільшення завантаженості; зниження суми запасів, повернення дебіторської заборгованості, а також заходи зі збільшення суми виручки компанії, про які вже згадувалося [8].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, у процесі аналізу стану галузі сільського господарства України нами було визначено, що в Україні наявні як позитивні, так і негативні фактори для ведення сільського господарства. До позитивних сторін насамперед належить наявність значного ресурсного потенціалу для швидкого нарощування виробництва, наявність висококваліфікованої і дешевої робочої сили, є власне виробництво мінеральних добрив, машин та хімічних засобів для захисту рослин. Розвивається транспортна інфраструктура та інфраструктура зберігання зернових. Наявний внутрішній попит на сільськогосподарську продукцію, у світі зростає попит на зернові. Міжнародна співпраця також створює умови та підвищує конкурентоспроможність української продукції на закордонних ринках. До негативних належить: цінова невизначеність, відсутність ринкової інфраструктури та інвестиційна непривабливість, що зумовлено низькою оборотністю.

У результаті побудови та тестування було встановлено, що прибутковість власного капіталу знаходиться у тісній кореляційній залежності від рівня прибутковості продажів, а саме збільшення

показника прибутковості продажів на 1% супроводжувалося збільшенням прибутковості власного капіталу на 0,8%. Також було виявлено доцільність зниження фінансової залежності аграрних підприємств, оскільки зниження цього індикатора 1% приводить до підвищення прибутковості власного капіталу аналізованих підприємств на 0,27%. У моделі Дюпона важливим чинником позитивного впливу на прибутковість власного капіталу підприємств є оборотність його активів. Проте, за нашим дослідженням, цей показник виявився статистично незначущим, що пояснюється сезонним характером виробництва підприємств сільського господарства. На основі оцінок моделі нами було запропоновано низку заходів, які приведуть до підвищення прибутковості власного капіталу. До них варто віднести: зменшення фінансової залежності підприємства в частині скорочення використання кредитних ресурсів з одночасним збільшенням державної підтримки аграрного сектору; подальше урахування факторів зниження ризику під час формування товарної політики аграрних підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 19.02.2020).
2. Agricultural sector of Ukraine Securing the global food supply. *National Investment Council, Agricultural sector of Ukraine*. 2018 р. URL: shorturl.at/byzAO (дата звернення: 19.02.2020).
3. Козак Л.В. Формування стратегій позиціювання продукції аграрних підприємств на вітчизняному та світовому ринках : монографія. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. 494 с.
4. Артамонов І.О., Калініченко З.Д. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. Міжнародна конференція економіка і менеджмент 2016, м. Дніпро, 14–15 квітня 2016 р. URL: shorturl.at/fqySX (дата звернення: 19.02.2020).
5. Костецький Я. Факторний аналіз рентабельності діяльності сільськогосподарських підприємств. *Економічний аналіз.* 2012 р. № 10. Частина 4., ст. 179.
6. Кобилецький В.Р. Показник рентабельності реалізованої продукції за чистим прибутком, норма чистого прибутку, маржа чистого прибутку, рентабельність продажів по чистому прибутку. *Онлайн-журнал «Financial Analysis online».* URL: shorturl.at/hjR02 (дата звернення: 19.02.2020).
7. Кобилецький В.Р. Коефіцієнт фінансової залежності. *Онлайн-журнал «Financial Analysis online»*. URL: https://www.finalon.com/slovnik-ekonomichnikh-pokaznikiv/347-pokaznik-finansovoji-zalezhnosti (дата звернення: 19.02.2020).
8. Кобилецький В.Р. Коефіцієнт оборотності активів (коефіцієнт трансформації, ресурсовіддача). *Онлайн-журнал «Financial Analysis online»*. URL: https://www.finalon.com/slovnik-ekonomichnikh-pokaznikiv/288-oborotnist-aktiviv (дата звернення: 19.02.2020).
9. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства. Київ. Центр навчальної літератури. 2006. 488 с.
10. Офіційний сайт підприємства «Agromino». URL: http://www.agromino.com (дата звернення: 19.02.2020).
11. Офіційний сайт підприємства «Agroton» URL: ://www.agroton.com.ua (дата звернення 19.02.2020).
12. Офіційний сайт підприємства «Grain Alliance» URL: http://www.grainalliance.com/ua/ (дата звернення: 19.02.2020).
13. Офіційний сайт підприємства «AgroGeneration Group» URL: http://www.agrogeneration.com (дата звернення: 19.02.2020).
14. Патарідзе-Вишинська М.В. Визначення та облік фінансового результату: вітчизняний і зарубіжний досвід. Економіка. Управління. Інновації. 2010. № 10. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-ournals/eui/2010_2/10pmvvzd.pdf (дата звернення: 19.02.2020).
15. Семенов Г.А. Фінансове планування і управління на підприємствах. Київ. Центр учбової літератури, 2007. 432 с.
16. Антонюк Р.Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств. Харків. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства*. 2012. № 126. – С. 50–55.
17. Огійчук М.Ф. Сутність прибутку та підходи до методики його визначення. *Економіка АПК*. 2009. № 6. С. 31–45.
18. Осипова Т. В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання. *Управління розвитком*. 2012. № 1. С. 82–84.

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny. Available at: www.ukrstat.gov.ua (accessed 19 February 2020).
2. Agricultural sector of Ukraine Securing the global food supply. National Investment Council, Agricultural sector of Ukraine. 2018 r. Available at: shorturl.at/byzAO (accessed 19 February 2020).
3. Kozak L.V. (2015) Formuvannja strateghij pozycijuvannja produkciji aghrarnykh pidpryjemstv na vitchyznjanomu ta svitovomu rynkakh [Formation of strategies for positioning agricultural products on the domestic and world markets] : monoghrafija. Ostrogh : Vydavnyctvo Nacionaljnogho universytetu «Ostrozjka akademija». (in Ukrainian)
4. Artamonov I.O., Kalinichenko Z.D. (2016) Rentabeljnistj pidpryjemstva ta shljakhy jiji pidvyshhennja [Profitability of the enterprise and ways to increase it]. *Mizhnarodna konferencija ekonomika i menedzhment,* (*Ukraine, Dnipro, April 14–15 2016*). Available at: shorturl.at/fqySX (accessed 19 February 2020).
5. Kostecjkyj Ja. (2012) Faktornyj analiz rentabeljnosti dijaljnosti siljsjkoghospodarsjkykh pidpryjemstv [Factor analysis of profitability of agricultural enterprises]. *Ekonomichnyj analiz*. vol. 10. Chastyna 4., pp. 179.
6. Kobylecjkyj V. R. Pokaznyk rentabeljnosti realizovanoji produkciji za chystym prybutkom, norma chystogho prybutku, marzha chystogho prybutku, rentabeljnistj prodazhiv po chystomu prybutku [Profitability of a Really Realized Person by Net Profit, Normally Net Event, Net

Degree Margin, Net Content Revenue]. *Onlajn-zhurnal «Financial Analysis online»* (electronic journal). Available at: shorturl.at/hjR02 (accessed 19 February 2020).

7. Kobylecjkyj V.R. Koeficijent finansovoji zalezhnosti [Financial dependency ratio]. *Onlajn-zhurnal «Financial Analysis online»* (electronic journal). Available at: https://www.finalon.com/slovnik-ekonomichnikh-pokaznikiv/347-pokaznik-finansovoji-zalezhnosti (accessed 19 February 2020).

8. Kobylecjkyj V.R., Koeficijent oborotnosti aktyviv (koeficijent transformaciji, resursoviddacha) [Asset turnover ratio]. *Onlajn-zhurnal «Financial Analysis online»* (electronic journal). Available at: https://www.finalon.com/slovnik-ekonomichnikh-pokaznikiv/288-oborotnist-aktiviv (accessed 19 February 2020).

9. Ghetjman O.O., Shapoval V.M. (2006) *Ekonomika pidpryjemstva* [Business Economics]. Kyiv: Centr navchaljnoji literatury. pp. 488. (in Ukrainian)

10. Oficijnyj sajt pidpryjemstva «Agromino» [Official site of «Agromino» business]. Available at: http://www.agromino.com (accessed 19 February 2020).

11. Oficijnyj sajt pidpryjemstva «Agroton» [Official site of «Agroton» business]. Available at: http://www.agroton.com.ua (accessed 19 February 2020).

12. Oficijnyj sajt pidpryjemstva «Grain Alliance» [Official site of «Grain Alliance» business]. Available at: http://www.grainalliance.com/ua/ (accessed 19 February 2020).

13. Oficijnyj sajt pidpryjemstva «AgroGeneration Group» [Official site of «AgroGeneration Group» business]. Available at: http://www.agrogeneration.com (accessed 19 February 2020).

14. Pataridze-Vyshynsjka M.V. (2010) Vyznachennja ta oblik finansovogho rezuljtatu: vitchyznjanyy̆ i zarubizhnyy̆ dosvid [Definition and accounting of financial result]. *Ekonomika. Upravlinnja. Innovaciji*. vol. 10. Available at: http://www.nbuv.gov.ua/e-ournals/eui/2010_2/10pmvvzd.pdf (accessed 19 February 2020).

15. Semenov Gh.A. (2007) Finansove planuvannja i upravlinnja na pidpryjemstvakh [Financial planning and management at enterprises]. Kyiv: Centr uchbovoji literatury, pp. 432. (in Ukrainian)

16. Antonjuk R.R. (2012) Prybutkovistj siljsjkoghospodarsjkykh pidpryjemstv [Profitability of agricultural enterprises]. Kharkiv. *Visnyk Kharkivsjkogho nacionaljnogho tekhnichnogho universytetu siljsjkogho ghospodarstva*. vol. 126. pp. 50–55.

17. Oghijchuk M.F. (2009) Sutnistj prybutku ta pidkhody do metodyky jogho vyznachennja [The essence of profit and approaches to the method of determining it]. *Ekonomika APK.* vol. 6. pp. 31–45.

18. Osypova T.V. (2012) Teoretychni aspekty traktuvannja prybutkovosti v suchasnykh umovakh ghospodarjuvannja [Theoretical aspects of the interpretation of profitability in modern economic conditions]. *Upravlinnja rozvytkom*. vol. 1. pp. 82–84.

ПОБУДОВА МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ВИРОБНИЧИХ ФУНКЦІЙ У ТВАРИННИЦТВІ З МЕТОЮ ОЦІНКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

CREATION OF A MATHEMATICAL MODEL OF PRODUCTION FUNCTIONS IN MEAT PRODUCTION IN ORDER TO ASSESS FUNCTIONING OF AN AGRARIAN ENTERPRISE

УДК 330.46

https://doi.org/10.32843/infrastruct40-81

Лобода О.М.
к.т.н., доцент,
доцент кафедри прикладної математики та економічної кібернетики ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

Loboda Olena
Kherson State Agrarian University

У статті наведена необхідність використання виробничої функції як основної характеристики результатів діяльності галузей аграрного підприємства. На основі аналізу різних видів представлення виробничих функції та зібраних матеріалів щодо діяльності аграрних підприємств виконане моделювання виробничої функції з метою оцінки ефективності виробництва та прийняття оптимальних управлінських рішень. Розроблена методика побудови динамічної виробничої функції з урахуванням імовірнісних законів розподілу аргументів і неповної статистичної інформації про параметри аграрного виробництва. Розроблена модель динамічної виробничої функції та обґрунтований підхід до визначення характеристик виробництва на її основі. Розроблена методика дає змогу вирішувати завдання оцінювання параметрів складніших класів виробничої функції, що найбільш повно представляють складні економічні процеси, зокрема заміщення одних факторів іншими.

Ключові слова: *математична модель, система управління, ідентифікація системи, виробничі функції, оптимізація управління.*

В статье приведена необходимость использования производственной функции как основной характеристики результатов деятельности отраслей аграрных предприятий. На основе анализа различных видов представления производственных функций и собранных материалов по деятельности аграрных предприятий выполнено моделирование производственной функции для оценки эффективности производства и принятия оптимальных управленческих решений. Разработана методика построения динамической производственной функции с учетом вероятностных законов распределения аргументов и неполной статистической информации о параметрах аграрного производства. Построена модель динамической производственной функции и обоснован подход на ее основе по нахождению характеристик производства. Разработанная методика позволяет оценивать параметры сложных классов производственных функций и наиболее полно представлять сложные экономические процессы, в том числе замещение одних факторов другими.

Ключевые слова: *математическая модель, система управления, идентификация системы, производственные функции, оптимизация управления.*

The paper explores the necessity of using a production function as the main characteristic of activity results of agricultural enterprises. Modeling of production function in order to assess the efficiency of production and making optimal management decisions were performed on the basis of analysis of different types of production function representation and collected materials on activity of agricultural enterprises. Use of mathematical modeling helps to identify and describe the most important, significant relationships of economic objects and to evaluate production parameters. Production functions are used as a useful tool that allows to perform analytical calculations, to determine efficiency of resources use and feasibility of their additional involvement in production, to predict volume of output and to control reality of planned projects. A technique for creating a dynamic production function was developed. Also, it was taken in to account probabilistic laws of argument distribution and incomplete statistical information on agrarian production parameters. This technique allows to solve problems of evaluating parameters of more complex classes of production function, and represents complex economic processes, apart, replacement of some factors by others. In particular, production functions in meat production were created and analyzed, that allowed to determine optimal weight of an animal and optimal feeding ration. A model of dynamic production function was developed and approach defining production characteristics were grounded on its basis. It is proved that when processing experimental data and conducting statistical analysis, special attention was paid to the methods that are most suitable for studying agrarian sciences, since agricultural engineers have little knowledge of concept of production function and economic principles that determine profit maximization and minimization of production costs. The paper proves that it is economically feasible to find a competitive production option within a farm or enterprise and to calculate marginal feed efficiency, marginal replacement rates and isoclines – values that result from continuous production functions. In particular, production functions in meat production were created and analyzed, which allowed to determine optimal weight of an animal and optimal feeding ration. Created models and performed analysis made it possible to outline closure of the model, which in turn requires considering the problems of consumer behavior in different conditions. Recommendations developed to farmers could be of great economic value provided that experiments and statistical analysis were performed in a form that allows calculating the corresponding production function.

Key words: *mathematical model, control system, system identification, production functions, control optimization.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах математичні методи дослідження все більше проникають в такі сфери діяльності як економіка, екологія, управління аграрним підприємством. Особливо важливі ці методи в дослідженнях складних систем соціально-економічного, інформаційного, біологічного плану. Системи, як правило, характеризуються: неоднорідністю структури [1, с. 78], нелінійністю характеристик, різко асиметричним розподілом параметрів, багатоконтурними взаємодіями. Рішення, що приводить до правильного розуміння поведінки складних систем [2 с. 130], до яких можна віднести великий клас виробничих, лежить у вивченні емпіричних закономірностей за допомогою побудови відповідних математичних моделей [3, с. 104]. Вирішення задачі оптимального управління господарством, [3, с. 138] у цих умовах, приводить до рішення задачі управління у вигляді розподілу ресурсів між галузями господарства. Знаходження оптимальних управлінь, що визначають найбільшу ефективність результатів функціонування аграрного підприємства,

передбачає побудову моделей об'єктів управління, а також вирішення багатокрокової задачі знаходження виробничих функції [4, с. 278].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття виробничої функції введено американськими вченими Коббом і Дугласом. Значний внесок у розвиток теорії виробничих функцій внесли роботи В Леонтьєва, Р. Солоу, А. Клейна, А. Міхальовського, Р. Сато, Дж. Хікса, Л. Терехова, Г. Клейнера і багатьох інших вітчизняних і зарубіжних вчених. У багатьох випадках дослідники в області біології використовували лише розрахунок випуску продукції при використанні певної кількості нового матеріалу [3, с. 356]. Дослідники – агротехніки та біологи протягом тривалого часу вели дослідження, одержуючи нові відомості про властивості сільськогосподарських виробничих функцій. Однак історично ці дослідження планувалися й проводились якось осторонь від формалізованих у вигляді рівнянь регресії виробничих функцій. Звичайне дослідження планувалося на основі явища дискретності, тобто застосовувалися два або кілька технологічних способів виробництва для визначення точкових оцінок виходу сільськогосподарських культур і продуктів тваринництва залежно від рівня витрат факторів виробництва. У деяких випадках, хоча це й був побічний результат, отриманих даних було достатньо для виводу простих рівнянь регресії або кривих, що показують залежність випуску від витрат (залежність вхід-вихід). Більш часто експерименти та статистичні методи дозволяли лише одержати вказівку про те, чи існує математично значима різниця між рівнями врожаю або виходу продукції, що відповідають двом або трьом технологіям або рівням витрат. Виходячи із цих розходжень може бути розрахована відносна прибутковість декількох технологічних способів або видів витрат. Однак узагальнюючи було неможливо застосувати точні економічні принципи для визначення найбільш прибуткового рівня витрат і випуску або для визначення найбільш вигідної комбінації витрат для одержання зумовленої кількості продукції, зокрема у тваринництві.

У зв’язку з тим, що аргументи виробничих функцій не розглядаються як випадкові величини, що описуються різними законами розподілу, інтенсивному впровадженню виробничих функцій для опису мікроекономічних процесів перешкоджає відсутність методик розрахунку основних параметрів виробництва з урахуванням їхнього випадкового характеру [1, с. 88], особливо в агробізнесі.

Постановка завдання. Метою цієї роботи є розроблення методики побудови динамічної виробничої функції з урахуванням імовірнісних законів розподілу аргументів і неповної статистичної інформації про параметри виробництва у м'ясному тваринництві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для розрахунку виробничої функції не можна застосовувати один вид рівнянь для характеристики аграрного виробництва в різних умовах. Вид алгебраїчної функції та величини її коефіцієнтів будуть варіювати залежно від ґрунту, клімату, типу й розмаїтості сільськогосподарських культур і тварин, змін у ресурсах, рівня механізації, величини інших витрат, фіксованих за величиною, тощо. Тому в кожній роботі встає проблема вибору виду алгебраїчної функції, що, очевидно або відповідно до наявних відомостей, сумісна з розглянутим явищем [5, с. 64] Вибір будь-якого специфічного типу рівняння для вираження виробничого явища автоматично накладає певні обмеження або допущення щодо зв'язків, які визначають оптимальні величин ресурсів. Однак одні рівняння відрізняються більшою гнучкістю, ніж інші.

Відповідно виробничу функцію варто представити як

$$Y = f(X_1, X_2, \ldots X_n), \quad (1)$$

де Y – випуск, X_i, – витрати ресурсу.

Загалом за наявності виробничої функції можна визначити такі величини, які мають безпосереднє значення для економіки:

$$\frac{\delta Y}{\delta X_i} = f'_{\text{xi}}(X_1, X_2, \ldots X_n) \quad (2)$$

$$\frac{\delta X_i}{\delta X_j} = -\frac{f'_{\text{xj}}(X_1, X_2, \ldots X_n)}{f'_{\text{xi}}(X_1, X_2, \ldots X_n)} \quad (3)$$

$$X_i = f''(Y, X_1, \ldots, X_n) \quad (4)$$

$$\frac{\delta X_i}{\delta X_j} = -k \quad (5)$$

$$\frac{\delta X_i}{\delta X_j} = 0. \quad (6)$$

Наведені вираження, що базуються на виробничій функції, дають змогу одержати дані, необхідні для економічного аналізу. Бажано одержати зазначені характеристики для різних видів функцій. Розглянемо їх один за одним: рівняння (2) являє собою рівняння додаткового продукту в натуральному вираженні для *i* ресурсу; рівняння (3) – рівняння граничних норм заміщення *i* й *j* ресурсів; (4) – рівняння ізоквант; (5) – рівняння ізоклінів; (6) – рівняння розмежувальних ліній. Якщо вираження, наведене рівнянням (3), підставити в рівняння (5) і (6), то стане очевидним, що кожна з розглянутих величин, установлювана для одного ресурсу, залежить від усього набору ресурсів, які можуть бути використані в цьому виробничому процесі.

Виробничі функції визначалися для молодняка великої рогатої худоби, раціон яких складається з кукурудзи, сіна, білкових добавок. Визначалися також функції часу, що показують, скільки часу необхідно для того, щоби тварини, одержуючи різні раціони, досягли заданої маси. [6, с. 1494]

Знаючи виробничі функції й функції часу, можна порівняти дохід, отриманий за раціонів із мінімальною вартістю кормів і за раціонів, що забезпечують одержання м'яса заданої якості в мінімальний час. Протягом 3 років набори кормів за складом і якістю були загалом однаковими; тому наявні дані дають змогу зробити аналіз для визначення виробничої функції. Крім того, протягом того ж періоду досить однорідним за якістю було й саме поголів'я худоби. До того ж, протягом усього періоду проведення експерименту використовувані сорти кукурудзи та сіна якщо й зазнавали змін, то незначних.

Щодо виробництва м'яса, загальноприйнятий процес одночасного визначення оптимальної маси тварин і оптимального раціону його годівлі варто змінити, тому що згодовування різних кормових раціонів приводить до одержання м'яса неоднакової якості. Так, наприклад, P_g – ціна приросту маси, змінюється разом зі зміною раціону, що йде на відгодівлю за обмеженого діапазону співвідношень грубих кормів і зерна.

Для визначення виробничої поверхні у м'ясному тваринництві на основі наявних показників застосовувалися рівняння декількох алгебраїчних форм. З досліджених функцій найбільш обґрунтованою, з погляду логіки й статистики, є функція, виражена рівнянням (7):

$$Y = 0{,}157C + 0{,}361P + 0{,}112F - 0{,}016C^2 - 0{,}099P^2 - 0{,}059F^2 - 0{,}036CT - 0{,}063CF + 0{,}054PF + 3{,}58, \quad (7)$$

де Y – загальний приріст маси в кг за розрахунку на одну голову худоби з моменту початку відгодівлі до дня зважування. Середня вихідна маса тварин у всіх охоплених групах становив 200 кг;

C – загальна кількість кукурудзи в кг з моменту початку зернової відгодівлі до дня зважування. Таким чином, перше спостереження за згодовуванням кукурудзи охоплює період із початку експерименту до першого зважування, друге – з початку експерименту до другого зважування. Кукурудзяний силос перераховувався виходячи з його зернового еквівалента;

P – загальна кількість білкових добавок у кг. Спостереження велися таким же способом, як за споживанням кукурудзи;

F – загальна кількість доброякісного сіна в кг. Спостереження велися так само, як і за споживанням кукурудзи.

Коефіцієнт детермінації для рівняння (7) дорівнює 0,87. Він показує, що більша частина дисперсії приросту маси відібраних відгодовуваних телят пояснюється трьома факторами годівлі. Квадратичні помилки коефіцієнтів регресії наведені в табл. 1.

Змінні включені в рівняння відповідно до логіки виробництва, навіть якщо вони й не істотні порівняно зі зазвичай прийнятими рівнями істотності. Однак, як зазначено нижче, коефіцієнти для деяких нелінійних змінних невеликі і лише незначно впливають на норми заміщення окремих видів кормів. Були складені деякі рівняння, де всі коефіцієнти можна прийняти з рівнем істотності, рівним 0,99. Однак розгляд кореляційного поля й особливості відгодівлі дають змогу припустити, що це в меншому ступені відповідає наявним даним [7, с. 104].

Під час визначення виробничої функції класичним методом найменших квадратів робиться явне допущення про те, що кожне спостереження незалежне. Коли ведуться дослідження з поголів'ям худоби, то результат кожного спостереження являє собою середню кумулятивну суму кормів і приросту маси для кожної групи тварин. Наприклад, спостереження за кормами й приростом маси, проведені наприкінці кожного місяця, є кумулятивними сумами спостережень, зроблених у попередні місяці. Звідси друге спостереження пов'язане з першим, третє – з першим і другим тощо. Серія спостережень за однією групою худоби взаємозалежна, але не залежить від серії спостережень за іншою групою або за іншим раціоном.

Основна виробнича функція (7) дає змогу вивести рівняння для ізоквант, ізоклінів, а також для співвідношень витрат і випуску продукції. Оскільки витрати на кукурудзу й сіно становлять більшу частину витрат на корм під час вирощування м'ясної худоби, з цими культурами пов'язана більшість проблем землекористування, то під час аналізу користувалися допоміжними функціями, що виражають співвідношення між кукурудзою і грубими кормами. Еквівалент білкових добавок фіксується у різних співвідношеннях із кукурудзою і за різних абсолютних рівнів витрат кормів, відповідно визначаються співвідношення кормів у раціонах. Конкретно у наведеному нижче аналізі білкові добавки постійно однакові: а) 25% кількості кукурудзи в раціоні (тобто кукурудза й білкові добавки перебувають постійно

Таблиця 1

Середньоквадратичні помилки коефіцієнтів регресії у рівнянні (7)

Коефіцієнт регресії	Середньоквадратична помилка	Коефіцієнт регресії	Середньоквадратична помилка
C	0,038	F2	0,071
P	0,176	CP	0,016
F	0,077	CF	0,069
C^2	0,022	FP	0,023
P^2	0,043		

у співвідношенні 1:4); б) 15% кількості кукурудзи в раціоні (тобто кукурудза й білкові добавки перебувають постійно у співвідношенні, рівному приблизно 1:7) і в) постійній величині, конкретно – 175 кг (тобто співвідношення кукурудзи й білкових добавок змінюється зі зміною частки кукурудзи в раціоні годівлі). Кожному співвідношенню або абсолютній кількості білкових добавок відповідає певна виробнича поверхня, причому кукурудза та сіно є змінними. За допомогою величин, що позначають кількості кукурудзи й сіна, складені рівняння для розрахунку приросту маси у випадках а, б і в – рівняння (8), (9) і (10). Позначення змінних – ті самі, що й у рівнянні (10). Білкові добавки рівні 25% кукурудзи:

$$Y = 0{,}247C - 0{,}081C^2 + 0{,}112F - 0{,}059F^2 + 0{,}012CF + 3{,}59. \quad (8)$$

Білкові добавки рівні 15% кукурудзи:

$$Y = 0{,}211C - 0{,}042C^2 + 0{,}112F - 0{,}059F^2 + 0{,}075CF + 3{,}59. \quad (9)$$

Білкові добавки рівні 175 кг:

$$Y = 0{,}151C - 0{,}016C^2 + 0{,}207F - 0{,}059F^2 - 0{,}069CF + 39{,}17. \quad (10)$$

Рівняння (8)–(10) дають змогу обчислити виробничу функцію для м'ясного тваринництва, якщо білкові добавки перебувають у постійному співвідношенні з кукурудзою або ж уживаються в постійній абсолютній кількості. Із цих рівнянь виробничої функції можна одержати відповідні їм рівняння ізоквант приросту маси. От вони: білкові добавки рівні 25% кукурудзи (тобто 1 частина білкових добавок на 4 частини кукурудзи)

$$F = 242{,}69 + 1{,}08(7 \pm 2{,}08(0{,}013 + 0{,}088C - 0{,}028C^2 - 0{,}023Y)^{0.5}). \quad (11)$$

Білкові добавки рівні 15% кукурудзи (тобто на 1 частину білкових добавок приходиться приблизно 7 частин кукурудзи)

$$F = 942{,}69 + 0{,}62(7 \pm 2{,}08(0{,}013 + 0{,}097C - 0{,}044C^2 - 0{,}023Y)^{0.5}). \quad (12)$$

Білкові добавки рівні 175 кг (тобто співвідношення його з кукурудзою змінюється зі зміною кількості останньої):

$$F = 1737{,}86 - 0{,}053C \pm 2{,}08(0{,}052 + 0{,}039C - 0{,}039C^2 - 0{,}0238Y)^{0.5}). \quad (13)$$

У рівняннях ізоквант кількість сіна (F), необхідного для одержання заданих приростів маси (Y),

Таблиця 2

Ізокванти, що показують можливі комбінації кормів і граничні норми заміщення сіна кукурудзою для чотирьох рівнів приросту маси

Загальна кількість кормів, кг		Витрати кормів на 1 кг приросту маси		Співвідношення сіно – кукурудза	$\frac{\partial F^3}{\partial C}$	$\frac{\partial C^4}{\partial F}$
Кукурудза	Сіно	Кукурудза	Сіно			
Приріст маси 200 кг						
300	638	2,50	3,41	1,37	2,66	0,38
400	479	3,00	2,39	0,80	1,59	0,63
500	346	3,50	1,73	0,49	1,10	0,91
600	252	4,00	1,26	0,31	0,81	1,23
Приріст маси 300 кг						
700	1306	2,33	4,35	1,87	6,40	0,16
800	945	2,67	3,15	1,18	2,32	0,43
900	763	3,00	2,54	0,85	1,45	0,69
1000	642	3,33	2,14	0,64	1,02	0,98

Таблиця 3

Ізокванти, можливі комбінації кормів і граничні норми заміщення сіна кукурудзою для двох рівнів приросту маси

Загальна кількість кормів, кг		Витрати кормів на 1 кг приросту маси		Співвідношення сіно – кукурудза	$\frac{\partial F^3}{\partial C}$	$\frac{\partial C^4}{\partial F}$
Кукурудза	Сіно	Кукурудза	Сіно			
Приріст маси 200 кг						
300	752	3,00	3,76	1,25	3,21	0,31
400	513	3,50	2,57	0,73	1,84	0,54
500	358	4,00	1,79	0,45	1,32	0,76
600	242	4,50	1,21	0,27	1,02	0,98
Приріст маси 300 кг						
700	1175	3,05	3,91	1,15	3,16	0,14
800	988	3,33	3,29	0,99	2,89	0,35
900	769	3,67	2,56	0,70	1,71	0,58
1000	624	4,00	2,08	0,52	1,23	0,81

Таблиця 4

Рівняння розрахункового загального та додаткового приросту маси за вибраних раціонів

Компоненти 100 кг раціону	Рівняння, що характеризує	
	сумарний приріст маси	додатковий приріст маси
Раціон А Кукурудза – 57 кг Білок – 14 кг Сіно – 29 кг	$Y_A = 0{,}174\alpha_A - 0{,}019\alpha^2_A + 3{,}587$	$\frac{dY_A}{d\alpha_A} = 0{,}174 - 0{,}029\alpha_A$
Раціон В Кукурудза – 54 кг Білок – 14 кг Сіно – 32 кг	$Y_B = 0{,}174\alpha_B - 0{,}746^2_B + 3{,}587$	$\frac{dY_B}{d\alpha_B} = 0{,}171 - 0{,}014\alpha_B$
Раціон С Кукурудза – 50 кг Білок – 12 кг Сіно – 38 кг	$Y_C = 0{,}1668\alpha_C - 0{,}045\alpha^2_C + 3{,}587$	$\frac{dY_C}{d\alpha_C} = 0{,}166 - 0{,}091\alpha_C$
Раціон D Кукурудза – 68 кг Білок – 10 кг Сіно – 22 кг	$Y_D = 0{,}168\alpha_D - 0{,}018\alpha^2_D + 3{,}587$	$\frac{dY_D}{d\alpha_D} = 0{,}168 - 0{,}021\alpha_D$
Раціон Е Кукурудза – 61 кг Білок – 9 кг Сіно – 30 кг	$Y_E = 0{,}162\alpha_E - 0{,}071\alpha^2_E + 3{,}587$	$\frac{dY_E}{d\alpha_E} = 0{,}162 - 0{,}014\alpha_E$

виражено у вигляді функції витрат кукурудзи на одну голову худоби. Із цих рівнянь можна одержати всі можливі комбінації кукурудзи й сіна, що забезпечують заданий приріст маси.

З рівнянь ізоквант (11)–(13) можна вивести рівняння, що визначають граничні норми заміщення. Наприклад, якщо відомо співвідношення білкових добавок із кукурудзою, то граничні норми заміщення сіна кукурудзою можна одержати як похідну (*F* по *C*) функції (11). Білкові добавки рівні 25% кукурудзи (тобто на 4 частини кукурудзи постійно приходиться 1 частина білкових добавок):

$$\frac{\delta F}{\delta C} = \frac{0{,}016C - 0{,}012F - 0{,}246}{0{,}112 - 0{,}011F + 0{,}012}. \qquad (14)$$

Використовуючи рівняння, аналогічні (14), можна визначити граничну норму заміщення сіна кукурудзою (за постійної питомої ваги білкових добавок) для різних комбінацій цих двох компонентів раціону, причому ця гранична норма забезпечить заданий приріст маси. Граничні норми заміщення сіна кукурудзою можуть бути наведені у вигляді рівняння, зворотного виразу (14). За наведеними вище рівняннями можна визначити графіки ізоквант приросту маси й граничні норми заміщення. Вони наведені в табл. 2 і табл. 3. Основою для одержання показників табл. 2 послугувало рівняння ізокванти (11) і рівняння норми заміщення (14); і те й інше було виведено з виробничої функції (7). Показники в табл. 2 обчислені для постійного 25% співвідношення білкових добавок до кукурудзи.

Отримані граничні норми заміщення кукурудзи й сіна для кожного рівня приросту маси (тобто 200, 300 кг) і для кожного показника відносного змісту білкових добавок поступово зменшуються. Інакше кажучи, якщо виходити з наведених рівнянь, норма заміщення одного виду кормів іншим зменшується в міру того, як збільшується питома вага корму, що заміщає, у раціоні.

Кривизна ізоквант змінюється лише поступово – це доводить, що норми заміщення не можуть сильно відхилятися від постійних своїх значень для тварин цієї вагової категорії, віку й сортності. Можливо, що для дрібних тварин на ранніх стадіях швидкої відгодівлі або ж для більших і зрілих тварин на завершальних стадіях відгодівлі норми заміщення можуть змінюватися швидше. Імовірно, можна одержати ізокванти більшої кривизни, якщо розширити межі експериментальних раціонів і спеціально поставити таку мету під час проведення експериментів.

З рівняння (7), наведеного в загальному вигляді, можна вивести рівняння загального й додаткового приросту маси для різних раціонів (окремі компоненти корму – кукурудза, білок і сіно – залишаються в постійних співвідношеннях між собою). У кожному рівнянні загального приросту маси всі три змінні виражалися через нову змінну *α*. Потім, після підстановки перетворених змінних у загальне рівняння (7), виводиться допоміжна функція, виражена через Y – приріст маси й змінну *α*.

У табл. 4 наводяться рівняння загального й додаткового приросту маси, отримані таким методом. Були вибрані 5 різних раціонів, що відповідають поперечним перерізам виробничої поверхні, що характеризує приріст маси теляти, за якими були відомості.

Наприклад, перше рівняння у раціоні А в табл. 4 виражає співвідношення між приростом маси

відгодовуваного теляти (у кг) і вагою корму за раціоном $A(\alpha_A)$. 100 кг корму за раціоном $A(\alpha_A)$ складаються з 57 кг кукурудзи, 14 кг білка й 29 кг сіна. І друге вираження являє собою рівняння додаткового приросту маси, що відповідає першому рівнянню загального приросту маси. Щоб вивести рівняння, береться перша похідна Y_A за α_A. Інакше кажучи, вона виражає зміну приросту маси відгодовуваного теляти за нескінченно малої зміни кількості раціону $A(\alpha_A)$.

Висновки з проведеного дослідженн. Розроблено методику поетапної побудови виробничої функції, яка полягає в послідовному ускладненні функції Кобба-Дугласа і в передачі отриманих значень параметрів як початкових для більш складної функції на основі характеристик результатів діяльності галузей господарств. Ця методика дає змогу визначити виробничі функції, ізокванти, ізокліни, граничні норми заміщення та інші відповідні економічні показники у кормових раціонах під час відгодовування великої рогатої худоби. А також вирішене завдання оцінювання параметрів складніших класів виробничої функції, які найбільш повно представляють складні економічні процеси, зокрема, заміщення одних факторів іншими. Зокрема, побудовані та проаналізовані виробничі функції в м'ясному тваринництві, що дало змогу визначити оптимальну вагу тварини й оптимальний раціон годівлі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Марасанов В.В., Пляшкевич О.М. Основи теорії проектування і оптимізації макроекономічних систем. Херсон, 2002. 190 с.

2. Лобода О.М., Кириченко Н.В. Актуальні проблеми ідентифікації та моделювання структури управління підприємством. Наука й економіка. 2015. № 3. С. 130–134.

3. Вітлінський В.В. Моделювання економіки. Київ, 2003. 408 с.

4. Стеценко І.В. Моделювання систем. Черкаси, 2010. 399 с.

5. Лобода О.М. Вирішення задачі ідентифікації структури управління підприємства. Сучасна спеціальна техніка. Київ. 2012. № 3. С. 64–68.

6. Лобода О.М. Побудова моделі динаміки розвитку аграрного підприємства в вигляді магістралі росту. Економіка та суспільство. Мукачево, 2018. Вип. 13. С. 1494– 1500.

7. Лобода О.М., Димов В.С. Моделі та методи інформаційних технологій управління аграрного сектору економіки за допомогою достатніх умов оптимальності. Проблеми інформаційних технології. Херсон, 2018. Вип.01(023), С. 104–110.

REFERENCES:

1. Marasanov V.V., Pliashkevych O.M. (2002) *Osnovy teorii proektuvannia i optymizatsii makroekonomichnykh system* [Fundamentals theory of design and optimizations macroeconomic systems]. Kherson: TOV «Ajlant». (in Russian)

2. Loboda O.M., Kyrychenko N.V. (2015) Aktual'ni problemy identyfikatsii ta modeliuvannia struktury upravlinnia pidpryiemstvom [Actual problems of identification and modeling enterprises management structure]. *Naukovo-tekhnichnyj zhurnal Khmel'nyts'koho ekonomichnoho universytetu*, vol.3(39), pp. 130–134.

3. Vitlins'kyj V.V. (2003) *Modeliuvannia ekonomiky* [Economic modeling]. Kyiv:KNEU. (in Ukrainian)

4. Stecenko I.V. (2010) *Modeljuvannja system* [System modeling]. Cherkasy. (in Ukrainian)

5. Loboda O.M. (2012) *Vyrishennja zadachi identyfikaciji struktury upravlinnja pidpryjemstva* [Solving the problem of identifying the enterprise management structure]. Suchasna specialjna tekhnika, vol.3, pp. 64–68.

6. Loboda O.M. (2018) *Pobudova modeli dynamiky rozvytku aghrarnogho pidpryjemstva v vyghljadi maghistrali rostu* [Building a model of the dynamics of agrarian enterprise development in the form of the artery growth]. Ekonomika ta suspiljstvo, vol. 13, pp. 1494– 1500.

7. Loboda O.M., Dymov V.S. (2018) *Modeli ta metody informacijnykh tekhnologhij upravlinnja aghrarnogho sektoru ekonomiky za dopomoghoju dostatnikh umov optymaljnosti* [Models and methods of information technologies management of the agrarian sector of economics by sufficient optimum conditions]. Problemy informacijnykh tekhnologhiji, vol. 01(023), pp. 104–110.

ОПТИМІЗАЦІЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК НА ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ

OPTIMIZATION OF SUPPLY CHAINS AT THE ENTERPRISE WITH THE USE OF MODERN SOFTWARE

УДК 658.75
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-82

Пічугіна Ю.В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та підприємництва
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова
Максимова Ю.О.
викладач кафедри економіки
та підприємництва
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова
Максимов О.С.
старший викладач кафедри
математичного забезпечення
комп'ютерних систем
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова

Pichugina Julia
Maksymova Julia
Maksymov Oleksandr
Odesa I.I. Mechnikov National University

Нині за кордоном проблемам оптимізації ланцюгів поставок за рахунок автоматизації логістичних процесів приділяється особлива увага, оскільки використання інформаційних технологій у ланцюгах поставок забезпечує зниження запасів у центрах дистрибуції, поліпшення використання транспортних потужностей, зменшення терміну виконання замовлення клієнта. Встановлено, що частка управління ланцюгами поставок у вітчизняних підприємств становить лише 1%, що неприпустимо в умовах європейської інтеграції України та виходу на ринки розвинених країн. Проаналізовані переваги та недоліки аналітичної оптимізації та динамічного моделювання як одних із засобів моделювання і планування ланцюгів поставок. Досліджені різні види діяльності в масштабах усього ланцюга поставок як комплексного процесу оптимізації цін і поставок. Виявлені можливості програми anyLogistix ™ як інструмента для проектування, оптимізації та аналізу ланцюгів поставок.

Ключові слова: *логістика, ланцюг поставок, оптимізація, автоматизація, моделювання бізнес-процесу, anyLogistix.*

На сегодняшний день за рубежом проблеме оптимизации цепей поставок за счет автоматизации логистических процессов уделяется особое внимание, так как использование информационных технологий в цепях поставок обеспечивает снижение запасов в центрах дистрибьюции, улучшение использования транспортных мощностей, уменьшение термина выполнения заказа клиента. Установлено, что доля управления цепями поставок у отечественных предприятий составляет лишь 1%, что недопустимо в условиях европейской интеграции Украины и выхода на рынки развитых стран. Проанализированы преимущества и недостатки аналитической оптимизации и динамического моделирования, как одних из способов моделирования и планирования цепей поставок. Исследованы различные виды деятельности в масштабах всей цепи поставок в качестве комплексного процесса оптимизации цен и поставок. Выявлены возможности программы anyLogistix ™ как инструмента для проектирования, оптимизации и анализа цепей поставок.

Ключевые слова: *логистика, цепь поставок, оптимизация, автоматизация, моделирование бизнес-процесса, anyLogistix.*

Today, overseas optimization of supply chains due to the automation of logistics processes is given special attention, as the use of information technology in the supply chain provides a reduction of inventory in distribution centers, improving the use of transport facilities, reducing the order fulfillment of the customer. It is established that the share of supply chain management in domestic enterprises is only 1%, which is unacceptable in the conditions of European integration of Ukraine and entering the markets of developed countries. Advantages and disadvantages of analytical optimization and dynamic modeling are analyzed as one of the ways of modeling and planning of supply chains. Various activities across the supply chain have been investigated as a complex process of optimizing prices and supplies. Features of anyLogistix ™ have been identified as a tool for designing, optimizing and analyzing supply chains. Optimizing the supply chain of an enterprise product can be presented as finding the best variant of supply chain functioning out of many possible. In order for the process of supply chain optimization to occur, it is necessary to clearly understand what and how to achieve the end result, that is, a «perfect» model, once created and tested when managing other supply chains (best practice methodology) or designed in «Laboratory» conditions, to which the parameters must be sought. It is quite difficult to fully implement the «ideal» model. This is due to the fact that it is not possible to accurately reproduce all the conditions in which the «ideal» model of another supply chain operates, and even more so it is impossible to embody a specially created «ideal» model, since it cannot take into account all real, and constantly changing, parameters of external and internal business environment. Supply chain optimization tools use different approaches to solve their problems. In addition to the simplest and most common method of modeling and scheduling supply chains – spreadsheets, there are more effective methods, such as analytical optimization and dynamic modeling. In order to get as close as possible to the parameters of the «ideal» model of the supply chain, it is necessary to be able to respond quickly and effectively to the increasingly complex of consumer requests.

Key words: *logistics, supply chain, optimization, automation, business process modeling, anyLogistix.*

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку українського ринку можна однозначно охарактеризувати зростанням конкуренції. Підприємства вимушені шукати шляхи зниження і без того зведених до мінімуму виробничих витрат.

Світовою практикою вже давно доведено, що якщо під час виробництва та продажу знизити витрати неможливо, то потрібно звернути увагу на шлях проходження матеріального потоку у вигляді сировини, напівфабрикатів, матеріально-технічних цінностей до і «всередині» виробника, а також на рух товарів між виробником і реалізатором, а якщо треба – то і кінцевим споживачем. Одним із найбільш радикальних і дієвих інструментів скорочення витрат по всій довжині ланцюга руху матеріального потоку є логістика.

Тому сьогодні для забезпечення технологічної конкурентоспроможності вітчизняні підприємства повинні приділяти особливу увагу автоматизації логістичних процесів. Впровадження інформаційних технологій у процес управління підприємством здатне забезпечити його конкурентоспроможність, а отже, здатність зайняти найбільш вигідну позицію на ринку, який постійно змінюється та формується під впливом різноманітних факторів.

Як наслідок, одним із важливих напрямів сучасної економіки підприємства стає оптимізація ланцюгів поставок на підприємстві з використанням сучасних програмних продуктів та впровадження прогресивних технологій, які ґрунтуються на логістичних принципах. Такі технології дають можливість підвищити якість обслуговування споживачів,

скоротити кількість складованих товарів на підприємствах, гнучко реагувати на зміни ринкових умов.

Особливої актуальності набувають проблеми підвищення ефективності функціонування логістичних ланцюгів в умовах європейської інтеграції України та виходу на ринки розвинутих європейських країн. Підвищення ефективності функціонування логістичних ланцюгів передбачає необхідність їх оцінювання, аналізу та моніторингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам дослідження інструментів оптимізації ланцюгів поставок присвячені роботи таких учених: О.О. Бакаєва, Л.А. Пономаренко, В.А. Фаловича, Ф. Піллера, П. Мерфі, Р. Майєра та інших. У роботах цих учених детально проаналізовано ланцюги поставок, які стають усе більш глобальними і розгалуженими.

Проте процес адаптування інструментів оптимізації ланцюгів поставок, зокрема аналітичної оптимізації і динамічного моделювання, до реалій практичної діяльності вітчизняних підприємств залишається не до кінця завершеним.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз інструментів оптимізації ланцюгів поставок, які за допомогою інформаційних технологій дають ще більше переваг діяльності підприємства, а також наліз можливостей, які надає програмний продукт anyLogistix.

Виклад основного матеріалу дослідження. Будь-яке підприємство, зацікавлене у розвитку свого бізнесу, а також зниженні витрат, повинне знати вигоди, які здатний принести логістичний підхід до організації справи. Завдяки оптимізації ланцюгів поставок можна досягти істотного зниження запасів у дистрибуційних центрах (до 40%), покращити використання транспортних потужностей (до 20%), зменшити терміни виконання замовлення клієнтів (до 50%) [1, с. 152].

Оптимізація ланцюгів поставок продукції підприємства може бути представлена як знаходження найкращого варіанту функціонування ланцюга поставок із безлічі можливих. Для того, щоби процес оптимізації ланцюга поставок відбувся, необхідно чітко розуміти, чого і як слід домогтися в кінцевому результаті, тобто повинна бути задана «ідеальна» модель, колись уже створена й апробована під час управління іншими ланцюгами поставок (методика використання кращої практики) або спроектована в «лабораторних» умовах, до досягнення параметрів якої необхідно прагнути.

«Ідеальна» модель ланцюга поставок передбачає наявність єдиної інформаційної системи, що дає змогу у режимі онлайн здійснювати управління замовленнями в розрахунку на те, що [2, с. 345]:

– час циклу виконання замовлення повинен бути мінімальним за відхиленнями від заявлених замовником термінів (нульовим);

– кількість запасів в ланцюгу поставок повинна бути мінімальною (нульовою);

– вплив людського фактора має бути мінімальним.

Повністю втілити «ідеальну» модель на практиці досить складно. Це пояснюється тим, що не вдається точно відтворити всі умови, в яких діє «ідеальна» модель ланцюга поставок, і неможливо втілити спеціально створену «ідеальну» модель, оскільки в ній не можуть бути враховані всі реальні, причому постійно мінливі, параметри зовнішнього і внутрішнього ділового середовища.

Інструменти оптимізації ланцюгів поставок використовують для вирішення своїх завдань різні підходи. Крім найпростішого і поширеного способу моделювання і планування ланцюгів поставок – електронних таблиць, є більш ефективні методи, такі як аналітична оптимізація і динамічне моделювання.

Інструменти аналітичної оптимізації використовують для пошуку рішень методи цілочисельного і лінійного програмування. Ці інструменти підходять для вирішення великомасштабних завдань, що допускають високий рівень абстракції. Розміщення вузлів мережі, вимірювання товаропотоків, майстер-планування за періодами – найчастіше ці проблеми не вимагають детальності, але можуть бути дуже масштабними і вимагати обробки великої кількості даних. Аналітична оптимізація – кращий інструмент для вирішення таких завдань. Вона швидко і добре обробляє дані і здатна дати відповіді на найважливіші питання високого рівня абстракції.

Але є завдання, які неможливо вирішити таким способом: наприклад, оцінка страхового запасу, багаторівнева оптимізація запасів, оцінка ризиків, аналіз впливу процесів всередині кожного вузла на всю мережу загалом. Для вирішення подібних завдань потрібно враховувати реальні показники ланцюга поставок: динаміку мережі, невизначеності, особливі умови, пов’язані з окремими вузлами. Аналітичні моделі не здатні відобразити такий рівень детальності, вони не можуть враховувати фактори часу і варіативність параметрів. Завдання такого роду потребують застосування динамічного моделювання.

Програмний продукт anyLogistix надає необмежені можливості: аналітична оптимізація і динамічне моделювання об’єднані в одному комплекті, що дає змогу користувачам підібрати потрібний інструмент для вирішення будь-якого логістичного завдання. Результати оптимізації можна одним кліком конвертувати в динамічну модель і навпаки. Таким чином, два методи доповнюють один одного, що дає змогу вирішувати будь-які завдання з допомогою одного інструмента.

Програмний продукт anyLogistix повністю інтегрований з AnyLogic Professional – функціональним

засобом імітаційного моделювання. За допомогою AnyLogic можна відкрити будь-який елемент ланцюжка поставок з anyLogistix і змінити його властивості або поведінку, додати нові параметри і статистику, а також використовувати анімацію в моделях. Після внесення змін модель експортується в anyLogistix, зберігаючи її цілісність.

Завдяки такій інтеграції з'явилися нескінченні можливості щодо поліпшення ланцюжків поставок [3].

Імітаційне моделювання anyLogistix дає змогу користувачу вирішувати, які саме чинники потрібно врахувати в моделі. Програма дає можливість будувати моделі, використовуючи стандартні типи політик і поводжень мережевих елементів або змінюючи і деталізуючи їх до рівня, потрібного для вирішення конкретної проблеми.

Для того, щоб максимально наблизитися до параметрів «ідеальної» моделі ланцюга постачань, необхідно вміти швидко й ефективно відповідати на все більш складні запити споживачів. Оптимізація цін і поставок повинна являти собою комплексний процес реагування, що охоплює різні види діяльності у масштабах всього ланцюга поставок, у тому числі в обов'язковому порядку такі, як [4, с. 58]:

1. *Конфігурація логістичної мережі.* Ланцюги поставок утворюють складну мережеву структуру, що включає в себе фокусну компанію, постачальників і споживачів різних рівнів із широкою географією розміщення виробничих і логістичних потужностей, а також численних канальних посередників. Складність будови впливає на керованість структури. Кількість учасників ланцюга поставок не повинна бути надмірно великою, оскільки це може призвести до втрати керованості, також вона не повинна бути і необґрунтовано обмеженою, оскільки це може перешкодити відстеженню бізнес-процесів у ланцюги постачань і привести до зниження ефективності управління.

Завдання створення оптимальної структури ланцюга поставок можна вирішити за допомогою конфігурації логістичної мережі, яка передбачає: ідентифікацію потенційно інтегрованих учасників ланцюгів постачання; встановлення господарських зв'язків між ними; виявлення бізнес-процесів, які слід координувати. У кінцевому підсумку мережева структура ланцюга поставок оптимізується за допомогою вибору її учасників, що гарантує досягнення цільових показників функціонування ланцюга поставок за витратами і якістю обслуговування споживачів. У виконанні завдання вибору слід використовувати різні методи планування і проектування ланцюгів поставок.

2. *Планування і проектування ланцюгів поставок*. Навіть якщо діючий ланцюг поставок має оптимальну мережеву структуру, часто потрібно її перепроектувати. Необхідність у перепроектуванні виникає під час коригування стратегічних рішень, прийнятих у межах ланцюга поставок, а також під впливом різних внутрішніх і зовнішніх факторів, таких як зміна структури попиту або звуження можливостей постачальників тощо. Все це може викликати необхідність у реінжинірингу логістичної мережі. Питання реінжинірингу логістичної мережі є складним організаційним завданням і вимагає для свого вирішення навичок стратегічного управління ланцюгами постачання й управління логістичними проектами.

3. *Інтегрування в ланцюги постачань.* Учасники ланцюга поставок не можуть функціонувати ізольовано один від одного, а, навпаки, повинні тісно співпрацювати. Д. Уотерс виділяє такі вигоди від інтеграції в масштабах ланцюга поставок, як [2, с. 56]:

– кооперування учасників як бізнес-партнерів по ланцюгу поставок, що дає змогу вести обмін інформацією та ресурсами;

– підвищення ритмічності руху матеріального потоку внаслідок координації;

– нижчі витрати, одержувані завдяки узгодженості проведених операцій, більш низькі запаси, економія на масштабах, усунення видів діяльності з непродуктивними витратами часу тощо;

– поліпшення показників діяльності завдяки більш точним прогнозам, більш досконалому плануванню, більш ефективному використанню ресурсів, більш обґрунтованому встановленню пріоритетів тощо;

– більш якісне обслуговування споживачів: більш короткий час виконання замовлення, більш швидка доставка і врахування запитів окремих споживачів;

– більш висока гнучкість, що дає змогу учасникам швидше реагувати на умови, які швидко змінюються;

– стабільність показників якості продукції і менше число його перевірок як результат реалізації програм інтегрованого управління якістю.

Інтегрування в ланцюгах поставок спочатку забезпечується встановленням господарських зв'язків і формуванням зобов'язальних правовідносин під час укладення договорів на поставку, обслуговування та підтримується застосуванням практики створення стратегічних союзів і партнерств, механізму злиттів і поглинань, організації спільних підприємств.

4. *Управління запасами в ланцюгах поставок*. Оптимізація ланцюгів поставок передбачає здійснення підходу до управління запасами, зумовленого інтеграцією й адекватним інтегруванням учасників у масштабах всього ланцюга. Високий рівень запасів пов'язаний із великими логістичними витратами і свідчить про неефективне функціонування логістичної системи.

Як правило, створення і підтримання запасів продукції обґрунтовується прагненням

не допустити виникнення дефіциту, який може привести до збоїв у роботі ланцюга поставок, а для виробничих підприємств – до повної зупинки виробництва. Для того щоб уникнути подібної ситуації і забезпечити високий рівень обслуговування за низького рівня запасів, необхідно усунути джерела невизначеності в ланцюгу поставок.

Класична модель управління запасами є детермінованою моделлю і призначена для оптимізації розміру поточної частини запасу. Під час управління товарними (збутовими) запасами готової продукції у підприємств-виробників йдеться про оптимізацію партій відвантаження товару, а у торгових підприємств – про оптимізацію розміру замовлення (партії закупівлі або поставки).

Оптимізувати розмір замовлення (партії поставки) означає знайти таке його кількісне значення, що потребує мінімальних витрат на формування та зміст поточного запасу за заданих умов. Методика вирішення цього завдання ґрунтується на тому, що різні складники витрат змінюються різноспрямовано за зміни розміру партії постачання, отже, є такий розмір партії поставки, який забезпечує мінімум загальних витрат, пов'язаних із формуванням та утриманням запасу. Мінімум питомих витрат є критерієм оптимальності вибору розміру замовлення (обсягу партії поставки) і максимального рівня поточного запасу.

Щоб оптимізувати продаж товарів на підприємстві, для візуалізації процесу можна використовувати програму anyLogistix ™ (ALX ™) від компанії AnyLogic. Це інструмент для проектування, оптимізації та аналізу ланцюгів поставок. ALX поєднує традиційні аналітичні методи оптимізації та інноваційні технології імітаційного моделювання, що надає повний набір інструментів для комплексного аналізу ланцюга поставок. Поєднання методів моделювання та оптимізації дає змогу аналітику вивчити ланцюг поставок у деталях і отримати про нього наочне уявлення на рівні, недосяжному для традиційних інструментів [3].

За допомогою програми ми можемо побудувати алгоритм виконання робіт з урахуванням запасів, зберігання та складських приміщень, також встановлюються параметри моделі з урахуванням великої кількості функцій, будується блок-схема вантажівок постачання. Програма anyLogistix дає можливість побачити виконання оптимізаційної моделі з урахуванням усіх факторів та функцій, необхідних для її роботи. У програмі можна побудувати оптимальную модель оптового продажу товарів підприємства. Після того як замовлення надходить на підприємство, менеджери обробляють його та відправляють у виробничий цех. Після виготовлення замовлення воно поступає на склад, і далі ми можемо візуально відобразити оптимальну модель його відправки з урахуванням мінімізації часу виконання робіт та використаних трудових ресурсів. Програма дає нам можливість після запуску проекту побачити його виконання у реальному часі із зображенням кількості хвилин та ресурсів, витрачених на одну функцію, далі у разі необхідності ми можемо вдосконалити процес, зробивши деякі зміни у параметрах моделі. Такий інструмент є дуже ефективним, окільки він дає можливість моделювання, аналізу та оптимізації ланцюга продажу товарів підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Ефективність діяльності підприємств перебуває у прямій залежності від формування ефективних ланцюгів поставок і впровадження принципів управління ланцюгами поставок – найсучаснішої концепції управління підприємствами. Ця концепція є результатом розвитку менеджменту, маркетингу та логістики і відповідає вимогам сучасного етапу розвитку економіки.

На жаль, частка управління ланцюгами поставок у структурі логістичних послуг вітчизняних підприємств є незначною. За даними Світового банку, майже 90% логістичних послуг в Україні – це операції, що пов'язані з транспортною логістикою, 8% – з операціями складського зберігання, 2% – з експедируванням, і лише 1% – це управління ланцюгами поставок. Вважаємо, що це неприпустимо в умовах європейської інтеграції України та виходу вітчизняних підприємств на ринки розвинених країн.

Проаналізувавши можливості програми anyLogistix як інструменту для проектування, оптимізації та аналізу ланцюгів поставок, можна зробити висновок, що вона дає можливість побачити виконання оптимізаційної моделі з урахуванням усіх факторів та функцій, необхідних для її роботи. Застосування підприємствами таких програм допоможе їм оптимізувати ланцюги поставок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фалович В.А. Розвиток емерджентних властивостей ланцюга поставок інвестиційних товарів: монографія. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2018. 266 с.

2. Логистика и управление цепями поставок: учебник / под ред. В.В. Щербакова. Москва: Юрайт, 2019. 582 с.

3. © The AnyLogic Company URL: https://www.anylogistix.ru/alx-technology/ (дата звернення: 06.02.2020).

4. Смирнов И., Косарева Т. Транспортна логістика: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 224 с.

5. Колодізєва Т.О. Управління ланцюгами поставок: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 164 с.

REFERENCES:

1. Falovych V.A. (2018) *Rozvytok emerdzhentnykh vlastyvostei lantsiuha postavok investytsiinykh tovariv: monohrafiia* [Development of emergent properties of the supply chain of investment goods: a monograph]. Ternopil: FOP Palianytsia V.A. (in Ukrainian)
2. Shcherbakova V.V. (ed.) (2019) *Logistika i upravlenie tsepyami postavok: uchebnik* [Logistics and supply chain management: a textbook], Moskva: Yurayt. (in Russian)
3. © The AnyLogic Company. Available at: https://www.anylogistix.ru/alx-technology/ (accessed 06 February 2020).
4. Smyrnov Y., Kosareva T. (2018) *Transportna lohistyka: navchalnyi posibnyk* [Transportation logistics: a tutorial]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatur. (in Ukrainian)
5. Kolodizieva T.O. (2016) *Upravlinnia lantsiuhamy postavok: navchalnyi posibnyk* [Supply chain management: a tutorial]. Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia. (in Ukrainian)

ЕКОНОМЕТРИЧНА МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

ECONOMETRIC MODEL TO ASSESS THE PRODUCTION OF LIVESTOCK PRODUCT

УДК 338.242.2
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-83

Потапова Н.А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри комп'ютерних наук та економічної кібернетики
Вінницький національний аграрний університет
Ушкаленко І.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри комп'ютерних наук та економічної кібернетики
Вінницький національний аграрний університет
Мельник І.С.
студент
Вінницький національний аграрний університет

Potapova Nadiya
Vinnytsia National Agrarian University
Ushkalenko Irina
Vinnytsia National Agrarian University
Melnik Ivan
Vinnytsia National Agrarian University

У статті висвітлюються питання побудови та аналізу економетричної моделі оцінки продукції тваринництва. Обґрунтовано, що серед низки чинників, які формують стохастичну природу змін вартості продукції тваринництва, найбільш вразливими є такі, як: приплід телят, приплід поросят та середньорічний надій молока. На основі показників приросту та варіації проведено оцінку динаміки цих факторів за 2010–2018 рр., яка дала змогу виявити основні тенденції змін у галузі тваринництва. Встановлено високий рівень тісноти зв'язку між факторами, який підтверджується відповідними значеннями множинного та часткових коефіцієнтів кореляції. Формалізований опис взаємозв'язку будується на основі економетричної моделі, яка має лінійну форму та значущий результат оцінювання за статистичними критеріями Фішера та Ст'юдента. Визначено діапазони прогнозування змін параметрів моделі для оцінки виробництва продукції тваринництва та проведено оцінку еластичності.

Ключові слова: *тваринництво, економетрична модель, фактори, стохастичний зв'язок, значущість, кореляція, еластичність.*

В статье рассмотрены вопросы построения и анализа эконометрической модели оценки продукции животноводства. Приводится обоснование того, что среди множества факторов, которые обуславливают стохастическую природу изменений стоимости продукции животноводства, наиболее уязвимыми являются такие, как: приплод телят, приплод поросят и среднегодовой удой молока. На основе показателей прироста и вариации оценивается динамика данных факторов за 2010–2018 гг., которая позволила выявить основные тенденции изменений в отрасли животноводства. Установлен высокий уровень тесноты связи между факторами, подтверждаемый соответствующими значениями множественного и частных коэффициентов корреляции. Формализованное описание взаимосвязи факторов строится на основе эконометрической модели, которая имеет линейную форму и значимый результат оценки по статистическим критериям Фишера и Стьюдента. Определены диапазоны прогнозирования изменений параметров модели для оценки производства продукции животноводства и проведена оценка эластичности.

Ключевые слова: *животноводство, эконометрическая модель, факторы, стохастическая связь, значимость, корреляция, эластичность.*

The article covers the issues of constructing and analyzing an econometric model for evaluating livestock products. It is noted that the situation in the economy of Ukraine does not contribute to the development of the livestock industry. The productivity of enterprises in agriculture is reduced, which requires the introduction of measures for the development of the industry based on the use of reserves and, in turn, will increase production. It is proved that econometric modeling is one of the approaches that allows us to obtain the results of evaluating stochastic processes based on a formalized description. This description is presented in the form of an econometric model, the analysis of which allows you to determine the degree of influence of factors and their significance. It is determined that among a number of factors that form the stochastic nature of changes in the cost of livestock products, the most vulnerable are such as: the offspring of calves, the offspring of pigs and the average annual milk yield. Based on the growth and variation indicators, the dynamics of these factors for 2010–2018 was evaluated, which allowed us to identify the main trends in the livestock industry. It was found that during the analyzed period, the processes of production of livestock products do not differ in significant fluctuations and disturbances, in particular, annual increases do not exceed 5%. At the same time, the highest annual growth is observed for the offspring of piglets per 100 main sows (5%). To assess the quality of the econometric model, the absolute average percentage error (MAPE) was used, which is 0.68%. The high level of tightness of the relationship between factors is confirmed by the corresponding values of multiple and partial correlation coefficients. The formalized description of the relationship is based on an econometric model that has a linear form and a significant evaluation result based on the statistical criteria of Fischer and student. The model is adequate for the Fischer model. All model parameters are significant at the 0.05 level. The ranges of changes in the model parameters for estimating livestock production were determined and the elasticity was evaluated, according to which the most elastic factor is the calf rearing factor (if the calf offspring grows by 1%, the cost of livestock production will increase by 1.09%).

Key words: *livestock, econometric model, factors, stochastic dependence, significance, correlation, elasticity.*

Постановка проблеми. Однією із пріоритетних галузей вітчизняного сільського господарства була і залишається галузь тваринництва, від ефективного функціонування якої залежить рівень продовольчої безпеки та забезпеченість переробної промисловості сировиною. Розвиток галузі знижує дефіцит продукції на ринках та сприяє поповненню запасів державних резервів. Показники галузі не характеризують її ефективний розвиток, а сама галузь не відповідає можливому потенціалу. Галузь тваринництва має низку проблем, більшість яких потребує уваги з боку держави, зокрема це фінансова підтримка розведення порід та ін. У зв'язку з цим виникає необхідність у використанні нових підходів щодо управління галуззю тваринництва на різних рівнях ієрархії, побудованих на засадах комплексного оцінювання індикаторів виробництва продукції тваринництва.

Одним із підходів, що дає змогу отримати результати оцінювання процесів стохастичної природи, є економетричне моделювання. Його складником є формалізований опис системи у вигляді економетричної моделі та її аналіз. Складні закономірності, які властиві для галузі тваринництва, можуть бути оцінені за допомогою

економетричного моделювання з метою виявлення найбільш дієвих факторів та наслідків їх впливу [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Прогнозування процесів виробництва галузі тваринництва зумовлює ефективність планування та прийняття управлінських рішень. Проблематика оцінювання економіки на засадах економіко-матемтаичного моделювання висвітлена в роботах таких авторів, як: С.А. Айвазян [1], А.О. Курило [3], Ю.В. Лопатинський [6]. Аналіз останніх публікацій показав, що галузь має потенційний резерв росту. Зокрема, в роботах М.М. Брик [2] та О.Г. Кубай [5] зазначено, що тваринництво є ключовою галуззю, на якій будується сировинний потенціал переробної промисловості та продовольча безпека держави. У зв'язку з цим необхідними є дослідження, спрямовані на розроблення прогнозів та очікувань у галузі тваринництва.

Постановка завдання. Метою дослідження є оцінювання стохастичної природи процесів виробництва продукції тваринництва сільськогосподарських підприємств України та виявлення основних тенденцій змін на засадах економетричного моделювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними напрямами тваринництва України є: скотарство, свинарство, птахівництво, кролівництво та інші. Найбільш складною є галузь скотарства, основною продукцією якої є молочна та м'ясна продукція. За структурою виробництва у галузі є 65% умовного продуктивного поголів'я худоби. При цьому вирізняють напрями спеціалізації, зокрема: молочний, молочно-м'ясний, м'ясний і м'ясо-молочний. Ситуація в економіці нашої держави не сприяє розвитку галузі тваринництва. Знижується продуктивність підприємств та сільських господарств, що потребує запровадження заходів для розвитку галузі на основі використання резервів, що збільшить виробництво продукції. Порівняно з 1991 р. у 2018 р. поголів'я ВРХ зменшилося у 6,97 раза (в т.ч. корів 4,15 раза), виробництво м'яса зменшилось у 5,46 раза, а виробництво молока – у 2,05 раза [2].

Обсяг виробництва сільськогосподарської продукції – один з основних показників, які характеризують діяльність сільськогосподарських підприємств. Від його величини залежить обсяг реалізації продукції, а отже, і ступінь задоволення потреб населення в продуктах харчування, а в переробній промисловості – в сировині.

Завданням аналізу виробництва продукції тваринництва є виявлення додаткових можливостей збільшення виробництва продукції, поліпшення її асортименту і якості та зменшення втрат. За допомогою аналізу оцінюють: досягнутий рівень виробництва продукції; виконання контрактів і замовлень, договорів із покупцями і забезпечення продукцією потреб підприємства; виконання плану валового виробництва і фактори, які його зумовили.

Однією з основних категорій продукції тваринництва є отримання м'яса та продукції вирощування і відгодівлі (приріст маси, приплід). В останні часи спостерігається зростання обсягів виробництва м'яса. Результати аналізу динаміки показника виробництва м'яса у живій вазі наведено у таблиці 1. За розрахунками (табл. 1) у період 2010–2018 рр. середнє очікуване значення виробництва м'яса в Україні дорівнювало 3212,02 тис. т. Розрахунок

Таблиця 1

Виробництво м'яса (у живій вазі) в сільському господарстві України, 2010–2018 рр., тис. т

№ періоду	Роки	Виробництво м'яса (у живій вазі), тис. т
1	2010	2925,4
2	2011	3031,8
3	2012	3120,9
4	2013	3379,6
5	2014	3323,5
6	2015	3270,4
7	2016	3271,6
8	2017	3266,9
9	2018	3318,1
Основні оцінки		
№	**Категорія оцінювання**	**Значення**
1	сума	28908,20
2	середнє	3212,02
3	середній абсолютний приріст	49,09
4	середній коефіцієнт росту	1,02
5	дисперсія	20518,53
6	середньоквадратичне відхилення	143,24
7	коефіцієнт варіації	4,46

Джерело: складено та розраховано авторами на основі [7; 9; 10]

середнього абсолютного приросту показав, що за цей період середньорічне збільшення становило 49,09 тис. т, або 102% росту. Відхилення від середнього очікуваного виробництва м'яса становило 143,24 тис. т, тобто 4,46%. Результати розрахунків підтверджують позитивну динаміку росту виробництва м'яса у живій вазі.

Одним із факторів, що впливають на обсяг виробництва м'яса, є продуктивність тварин, яка зумовлена рівнем приплоду та харчовим раціоном. Результати аналізу змін у динаміці виходу приплоду телят на 100 корів у сільськогосподарських підприємствах України наведено в таблиці 2.

Результати розрахунків підтверджують, що в динаміці приплоду телят суттєвих змін за період 2010–2018 рр. не відбулося. Як видно за даними таблиці 2, у період 2010–2018 рр. середній очікуваний приплід телят на 100 корів

Таблиця 2

Вихід приплоду телят на 100 корів у сільськогосподарських підприємствах України, 2010–2018 рр., голів

№ періоду	Роки	Вихід приплоду телят на 100 корів, голів
1	2010	73
2	2011	72
3	2012	73
4	2013	76
5	2014	75
6	2015	71
7	2016	70
8	2017	69
9	2018	68
Основні оцінки		
№	**Категорія оцінювання**	**Значення**
1	сума	647,00
2	середнє	71,89
3	середній абсолютний приріст	–0,63
4	середній коефіцієнт росту	0,99
5	дисперсія	6,32
6	середньоквадратичне відхилення	2,51
7	коефіцієнт варіації	3,50

Джерело: складено та розраховано авторами на основі [7; 9; 10]

Таблиця 3

Вихід приплоду поросят на 100 основних свиноматок у сільськогосподарських підприємствах України, 2010–2018 рр., голів

№ періоду	Роки	Вихід приплоду поросят на 100 основних свиноматок, голів
1	2010	1530
2	2011	1654
3	2012	1863
4	2013	1928
5	2014	2047
6	2015	2058
7	2016	1955
8	2017	1919
9	2018	2181
Основні оцінки		
№	**Категорія оцінювання**	**Значення**
1	сума	17135,00
2	середнє	1903,89
3	середній абсолютний приріст	81,38
4	середній коефіцієнт росту	1,05
5	дисперсія	36483,65
6	середньоквадратичне відхилення	191,01
7	коефіцієнт варіації	10,03

Джерело: складено та розраховано авторами на основі [7; 9; 10]

у сільськогосподарських підприємствах України становив 71,89 голів. Розрахунок середнього абсолютного приросту показав, що за цей період середньорічне спадання становило –0,63 голови ВРХ (на 1% зменшення щорічно). Відхилення від середнього очікуваного приплоду становило 2,51 голови, тобто 3,50%. Результати розрахунків підтверджують, що в динаміці приплоду телят є негативна динаміка за період 2010–2018 рр.

Аналіз динаміки приплоду поросят на 100 основних свиноматок у сільськогосподарських підприємствах України за період 2010–2018 рр. наведено у таблиці 3.

Як видно за даними таблиці 3, у період 2010–2018 рр. середній очікуваний вихід приплоду поросят на 100 свиноматок у сільськогосподарських підприємствах України становив 1903,89 голови. Розрахунок середнього абсолютного приросту показав, що за цей період середньорічне збільшення приплоду поросят становило 81,38 голови, тобто 105% росту. Відхилення від середнього очікуваного приплоду поросят становило 191,01 голови, тобто 10,03%. Результати розрахунків підтверджують, що за період 2010–2018 рр. у динаміці приплоду поросят відбулося незначне зростання (за рік 5%).

Результати аналізу динаміки середньорічного удою молока від однієї корови у сільськогосподарських підприємствах України за 2010–2018 рр. наведені у таблиці 4. У період 2010–2018 рр. (табл. 4) середній очікуваний середній річний удій молока від однієї корови у сільськогосподарських підприємствах України становив 4519,00 кг. Розрахунок середнього абсолютного приросту показав, що за цей період у середньому за рік удій молока з однієї корови зріс на 102,25 кг і становив 102% росту. Відхилення від середнього очікуваного значення удою становило 265,68 кг (5,88%). Результати розрахунків підтверджують, що за період 2010–2018 рр. у динаміці середньорічного удою відбулося незначне зростання (за рік 2%). Обсяг валової продукції тваринництва залежить від низки факторів, проте місткість їхнього впливу з позиції економічного аналізу визначити важко, оскільки більшість факторів мають прихований вплив.

У такому разі доцільним є використання економетричного оцінювання у зв'язку між факторами, що визначають зростання вартісних показників продукції тваринництва та приростом її живої маси у сільськогосподарських підприємствах України за період 2010–2018 рр. Економетричні моделі є сукупністю функцій, що показують взаємозв'язок і надають кількісну характеристику певним економічним явищам [4].

Економетрична модель має алгоритмічний характер. Він включає виконання комплексів алгоритмічних, теоретичних, аналітичних, організаційних і розрахункових завдань та операцій. На різних етапах економетричного моделювання проводиться постановка задання, вибір функції апроксимації, обґрунтовується специфікація факторів та математико-статистична оцінка параметрів [5].

Складне сполучення причин приводить до різних результатів. Діючи на наслідок у тому самому напрямі, вони підсилюють вплив один одного. Економічне явище детермінується безліччю одночасно і сукупно діючих причин. Задача множинного або багатофакторного регресійного аналізу – це

Таблиця 4

Середній річний удій молока від однієї корови у сільськогосподарських підприємствах України, 2010–2018 рр., кг

№ періоду	Роки	Середній річний удій молока від однієї корови, кг
1	2010	4104
2	2011	4203
3	2012	4337
4	2013	4398
5	2014	4508
6	2015	4644
7	2016	4735
8	2017	4820
9	2018	4922
Основні оцінки		
№	**Категорія оцінювання**	**Значення**
1	сума	40671,00
2	середнє	4519,00
3	середній абсолютний приріст	102,25
4	середній коефіцієнт росту	1,02
5	дисперсія	70584,22
6	середньоквадратичне відхилення	265,68
7	коефіцієнт варіації	5,88

Джерело: складено та розраховано авторами на основі [7; 9; 10]

задача дослідження залежності однієї залежної змінної від декількох пояснюючих змінних x1, x2 ..., xn в умовах конкретного місця і конкретного часу. Основними обмеженнями при цьому є [11]:

1. Між залежної зміною y і пояснюючими змінними x1, x2 ..., xn існує лінійне співвідношення.

2. При нелінійному співвідношенні між змінними можлива лінійна апроксимація.

При багатофакторній або множинній регресії мають місце випадки [6]:

1. Пояснюючі змінні xi ..., xm роблять спільний одночасний вплив на залежну змінну y.

2. У зв'язку з неможливістю охопити весь комплекс причин і врахувати випадковість рівняння обмежують найбільш важливими пояснюючими змінними.

Отже, під час проведення економетричної оцінки обсягів виробництва тваринництва доцільною є побудова економетричної моделі на основі множинної лінійної регресії, яка представлена такою специфікацією:

$$y = f(x1, x2, x3), \quad (1)$$

де y – продукція тваринництва у постійних цінах у сільськогосподарських підприємствах України, млн. грн.;

x1 – вихід приплоду телят на 100 корів у сільськогосподарських підприємствах, голів;

x2 – вихід приплоду поросят на 100 основних свиноматок у сільськогосподарських підприємствах, голів;

x3 – середній річний удій молока від однієї корови, кг.

Оцінка моделі проводиться на основі розрахунків часткових коефіцієнтів кореляції та параметрів регресії, розрахованих за методом найменших квадратів (МНК) [7, 11]. Часткові коефіцієнти кореляції між факторами мають значення:

r(yx1) = –0,194, зв'язок між факторами слабкий, напрям – обернений.

r(yx2) = 0,961, зв'язок між факторами сильний, напрям – прямий.

r(yx3) = 0,809, зв'язок між факторами сильний, напрям – прямий.

r(x1x2) = –0,339, зв'язок між факторами слабкий, напрям – обернений.

r(x2x3) = –0,711, зв'язок між факторами середній, напрям – обернений.

r(x1x3) = 0,839, зв'язок між факторами сильний, напрям – прямий.

За оцінками часткових коефіцієнтів кореляції простежується, що у моделі переважають зв'язки зовнішні, тобто між факторами y ← x(i). Зв'язки внутрішні між x(i+1) ← x(i) мають незначний кореляційний вплив, чим не підтверджують наявність мультиколінеарності.

Зв'язок теоретичної оцінки та фактичного значення продукції тваринництва характеризує рівняння:

$$y = \hat{y} + e, \quad (2)$$

де y – фактичне значення продукції тваринництва,

$\hat{y}$ – теоретичне (регресійне) значення продукції тваринництва, оцінене на основі економетричної моделі;

e – похибка результатів.

Лінійна форма багатофакторної регресії на множині 3–х факторів у загальному вигляді така:

$$\hat{y} = b0 + b1 \cdot x1 + b2 \cdot x2 + b3 \cdot x3, \quad (3)$$

де $\hat{y}$ – продукція тваринництва у постійних цінах у сільськогосподарських підприємствах України, оцінена за МНК, млн. грн.;

x1 – вихід приплоду телят на 100 корів у сільськогосподарських підприємствах, голів;

x2 – вихід приплоду поросят на 100 основних свиноматок у сільськогосподарських підприємствах, голів;

x3 – середній річний удій молока від однієї корови, кг;

bi – параметр рівняння регресії, обчислений за МНК.

Оцінка множинної економетричної моделі виробництва продукції тваринництва має вигляд:

$$\hat{y} = -47531{,}2 + 471{,}7x1 + 6{,}8x2 + 6{,}9x3, \quad (4)$$

За отриманою моделлю маємо характеристику змін показника продукції тваринництва у постійних цінах (фактору «y»):

– за зростання виходу приплоду телят на 100 корів у сільськогосподарських підприємствах (x1) на 1 голову продукція тваринництва збільшиться на 471,7 млн. грн.;

– за зростання виходу приплоду поросят на 100 основних свиноматок у сільськогосподарських підприємствах (x2) на 1 голову продукція тваринництва збільшиться на 6,8 млн грн.;

– за зростання середнього річного удою молока від однієї корови у сільськогосподарських підприємствах (x3) на 1 кг продукція тваринництва збільшиться на 6,9 млн грн.

Всі вибрані фактори мають позитивний вплив на результативну ознаку і сприяють її зростанню. Отримана модель є значущою, що підтверджується значенням множинного коефіцієнту детермінації R^2 = 0,9916. Фактори x(i) мають 99,2% впливу на результуючий «y», а інші 0,8% впливу належать факторам, не врахованим у моделі. Множинний коефіцієнт кореляції r(y, x1, x2, x3) дорівнює 0,9958, що свідчить про високий рівень тісноти зв'язку між факторами. Модель є адекватною, що підтверджується розрахунком F-статистики Фішера. Fрозрах≥Fтеор (α=0,05, df1=3, df2=5), тобто 197,2≥5,41.

Значущість параметрів регресії підтверджується оцінкою t-статистики Ст'юдента за ступенів вільності (n–1–3, α=0,05), тобто (9–4=5, α=0,05) tтеор = 2,57. Значущість параметрів

Таблиця 5

Оцінка факторних впливів в економетричній моделі

№ періоду (t)	Роки	Фактичне значення продукції тваринництва у постійних цінах у сільськогосподарських підприємствах України, млн. грн.	Теоретичне значення продукції тваринництва у постійних цінах у сільськогосподарських підприємствах України оцінене за МНК, млн. грн.	Абсолютне відносне відхилення теоретичного від фактичного значення продукції тваринництва, %
1	2010	25931,4	26068,4	0,528184
2	2011	27538,0	27137,7	1,453598
3	2012	29609,1	29977,1	1,242821
4	2013	32386,1	32263,7	0,378061
5	2014	33528,9	33375,7	0,45701
6	2015	32333,9	32514,9	0,559793
7	2016	31726,4	31974,2	0,780958
8	2017	31934,1	31850,2	0,26271
9	2018	33587,5	33413,6	0,517665
Сума	*	*	*	6,1808
MAPE:	*	*	*	0,6868

Джерело: складено та розраховано авторами на основі джерела [4; 5; 6]

моделі показала, що всі вони є значущими при tteop (5; 0,05)= 2,57 [4, 8]:

– b0: tрозрах (–5,455) ≥ tteop (2,57) – значущий;

– b1: tрозрах (6,366) ≥ tteop (2,57) – значущий;

– b2: tрозрах (5,048) ≥ tteop (2,57) – значущий;

– b3: tрозрах (5,359) ≥ tteop (2,57) – значущий.

Із високого рівня множинного коефіцієнта детермінації та значущості коефіцієнтів моделі можна зробити висновок про відсутність мультиколінеарності. Оцінка відхилень теоретичних та фактичних значень моделі наведена у таблиці 5.

Абсолютна середня процентна помилка моделі (MAPE) [11] становить 0,68%, що підтверджує низький рівень похибки розрахованої моделі. Як показали результати оцінювання, діапазон зміни значень параметрів знаходиться у межах верхнього та нижнього довірчого інтервалу. Зокрема, $b_{нижній} < bi < b_{верхній}$; –69931,04<b0<–25131,54; 281,23<b1< 662,18; 3,36<b2<10,3; 3,64 <b3< 10,34.

Виходячи із отриманих характеристик інтервалів змін параметрів отриманої моделі, можна визначити, що продукція тваринництва має незначні коливання на протязі 2010–2018 рр. Розрахунок еластичності факторів досліджуваної моделі показав, що:

– продукція тваринництва у постійних цінах у сільськогосподарських підприємствах України, оцінена за МНК, зросте на 1,09% за зростання на 1% виходу приплоду телят на 100 корів у сільськогосподарських підприємствах;

– продукція тваринництва у постійних цінах у сільськогосподарських підприємствах України, оцінена за МНК, зросте на 0,42% за зростання на 1% виходу приплоду поросят на 100 основних свиноматок у сільськогосподарських підприємствах;

– продукція тваринництва у постійних цінах у сільськогосподарських підприємствах України, оцінена за МНК, зросте на 1,02% за зростання на 1% середнього річного удою молока від однієї корови.

За оцінкою еластичності факторів можна зробити висновок, що основний напрям впливу на продукцію тваринництва сільськогосподарських підприємств має вирощування ВРХ, зокрема приплід телят на 100 корів.

Висновки з проведеного дослідження. Для оцінки виробництва продукції тваринництва доцільно використовувати економетричні методи та моделі, оскільки на основі формалізованого опису вони дозволяють виявити тенденції цього процесу та охарактеризувати вплив основних факторів. Дослідження оцінки змін виробництва продукції тваринництва у розрізі сільськогосподарських підприємств України показало, що за зростання виходу приплоду телят на 100 корів у сільськогосподарських підприємствах України на 1 голову може очікуватися зростання цього показника на 417,7 млн. грн. Виробництво продукції тваринництва є найбільш еластичним до виходу приплоду телят на 100 корів (за його зростання на 1% є можливість очікувати збільшення продукції тваринництва на 1,09%). Проте слід зазначити, що зміна факторів залежить від часових збурень, оцінка впливу яких може проводитися на основі визначення часових запізнень, структурних зрушень продукції тваринництва, прогнозування на основі моделей одночасових рівнянь та ін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Айвазян С.А. Прикладная статистика: Исследование зависимостей: Справ. изд. / С. А. Айвазян, И. С. Енюков, Л. Д. Мешалкин; Под ред. С. А. Айвазяна. *М.: Финансы и статистика,* 1985. 487 с.

2. Брик М.М. Сучасний стан та перспективи розвитку галузі тваринництва в Україні. *Економічний аналіз.* 2018 рік. Том 28. № 4. С. 331–336.

3. Виганяйло С.М., Курило А.О., Зоренко О.І. Дослідження економетричних методів у плануванні діяльності підприємств птахівництва. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. Випуск 6 (57). 2013. С. 25–30.

4. Волонтир Л.О. Інформаційне забезпечення прогнозування розвитку галузі буряківництва. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2019. № 1. С. 71–82.

5. Гераймович В.Л., Гуменюк І.Л., Кубай О.Г. Сучасний стан розвитку галузі та експорту продукції тваринництва України. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2019. № 5. С. 36–45.

6. Лопатинський Ю.В., Ушкаленко І.М. Варіантність факторів розвитку аграрного сектору національної економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2019. № 3. С. 17–27.

7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL:http://ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 20.01.2020).

8. Потапова Н.А. Економетричний аналіз причинно-наслідкових зв'язків компонентів структури реалізації зернових культур в збутовій агрологістиці. *Формування ринкової економіки в Україні.* Випуск 38. 2017. С. 139–145.

9. Статистичний збірник «Тваринництво України за 2013». *Державна служба статистики України*, 2014. 212 с.

10. Статистичний збірник «Тваринництво України за 2018». *Державна служба статистики України*, 2019. 166 с.

11. Ферстер Э.. Методы корреляционного и регрессионного анализа. Руководство для экономистов / Э. Ферстер, Б. Ренц. Пер. с нем. и предисловие В.М. Ивановой. *М.: «Финансы и статистика»*, 1983. 302 с.

REFERENCES:

1. Ayvazyan S.A., Enyukov I.S., Meshalkin L.D. (1985). Prikladnaya statistika: Issledovanie zavisimostey [Applied statistics: Research of dependences]. *Moscow: Finance and statistics*. (in Russian)

2. Bryk M.M. (2018) Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku haluzi tvarynnytstva v Ukraini [Current state and prospects of development of the livestock industry in Ukraine]. *Economic analysis*, vol. 28, no. 4, pp. 331–336.

3. Vyhaniailo S.M., Kurylo A.O., Zorenko O.I. (2013) Doslidzhennia ekonometrychnykh metodiv u planuvanni diialnosti pidpryiemstv ptakhivnytstva [Study of econometric methods in planning the activities of poultry enterprises]. *Bulletin of Sumy national agrarian University. Series "Economics and management",* vol. 6, pp. 25–30.

4. Volontyr L.O. (2019) Informatsiine zabezpechennia prohnozuvannia rozvytku haluzi buriakivnytstva [Information support for forecasting the development of the beet industry]. *Economy. Finance. Management: current issues of science and practic,* no. 1, pp. 71–82.

5. Heraimovych V.L., Humeniuk I.L., Kubai O.H. (2019) Suchasnyi stan rozvytku haluzi ta eksportu produktsii tvarynnytstva Ukrainy [Current state of development of the industry and export of livestock products in Ukraine]. *Economy. Finance. Management: current issues of science and practic,* no. 5, pp. 36–45.

6. Lopatynskyi Yu.V., Ushkalenko I.M. (2019) Variantnist faktoriv rozvytku ahrarnoho sektoru natsionalnoi ekonomiky. [Variation of factors for the development of the agricultural sector of the national economy]. *Economy. Finance. Management: current issues of science and practic,* no. 3, pp. 17–27.

7. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website of the State statistics service of Ukraine]. *www.ukrstat.gov.ua*. Available at: http://ukrstat.gov.ua/ (accessed 20 January 2020).

8. Potapova N.A. (2017) Ekonometrychnyi analiz prychynno-naslidkovykh zviazkiv komponentiv struktury realizatsii zernovykh kultur v zbutovii ahrolohistytsi [Econometric analysis of cause-and-effect relationships of components of the structure of grain sales in the marketing agrologistics]. *Formation of a market economy in Ukraine*, vol. 38, pp. 139–145.

9. Statystychnyi zbirnyk «Tvarynnytstvo Ukrainy za 2013» (2014) [Statistical collection «Livestock of Ukraine for 2013»]. Kyiv: State Statistics Service of Ukraine. (in Ukrainian)

10. Statystychnyi zbirnyk «Tvarynnytstvo Ukrainy za 2018» (2019) [Statistical collection «Livestock of Ukraine for 2018»]. Kyiv: State Statistics Service of Ukraine. (in Ukrainian)

11. Ferster E. (1983) Metodyi korrelyatsionnogo i regressionnogo analiza. Rukovodstvo dlya ekonomistov [Methods of correlation and regression analysis. A guide for economists]. *Moscow: Finance and statistics.* (in Russian)

РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ КОНЦЕПЦІЇ ФРЕЙМІВ

DEVELOPMENT OF A STRATEGY FOR ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES USING THE FRAME CONCEPT

УДК 658.338
https://doi.org/10.32843/infrastruct40-84

Фісуненко П.А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та підприємництва
ДВНЗ «Придніпровська державна
академія будівництва та архітектури»

Fisunenko Pavlo
Prydniprovs'ka State Academy
of Civil Engineering and Architecture

В статті наведено результати узагальнення існуючих підходів до формування стратегії забезпечення економічної безпеки підприємств. За результатами огляду та з урахуванням сутності економічної безпеки підприємства, передумов її забезпечення (інноваційної конкурентоспроможності) та сучасних підходів до розроблення стратегій запропоновано в цьому напрямку використовувати концепцію фреймів. Стратегія представляється у форматі фрейму – структури атрибут-характеристик для опису стратегії забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства, що описуються інформацією або процедурами, зазначеними в слоті. Слот складається з фасетів, кожен з яких конкретизує інформацію, наведену у слоті, у вигляді показників, ситуацій, альтернатив або переліку їх можливих значень. Зазначено, що за таким підходом в стратегічному управлінні з'являється можливість розробити сценарії забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства, врахувати ієрархію завдань в процесі досягнення головної мети, не потребується значного масиву цифрової інформації для розробки сценаріїв поведінки підприємства.

Ключові слова: *підприємство, економічна безпека, стратегія, забезпечення, фрейм, слот, фасет.*

В статье приведены результаты обобщения существующих подходов к формированию стратегии обеспечения экономической безопасности предприятий. По результатам обзора и с учетом сущности экономической безопасности предприятия, предпосылок ее обеспечения (инновационной конкурентоспособности) и современных подходов к разработке стратегий, предложено в этом направлении использовать концепцию фреймов. Стратегия представляется в формате фрейма – структуры атрибут-характеристик для описания стратегии обеспечения экономической безопасности строительного предприятия, которые описываются информацией или процедурами, указанными в слоте. Слот состоит из фасетов, каждый из которых конкретизирует информацию, приведенную в слоте, в виде показателей, ситуаций, альтернатив или перечня их возможных значений. Отмечено, что при таком подходе в стратегическом управлении появляется возможность разработать сценарии обеспечения экономической безопасности строительного предприятия, учесть иерархию задач в процессе достижения главной цели, не требуется значительного массива цифровой информации для разработки сценариев поведения предприятия.

Ключевые слова: *предприятие, экономическая безопасность, стратегия, обеспечение, фрейм, слот, фасет.*

The results of generalization of existing approaches to the formation of strategy for economic security of enterprises have been presented in this article. Based on the results of the review and taking into account the essence of economic security of the enterprise, the prerequisites for its provision (innovative competitiveness) and modern approaches to strategy development, it has been suggested to use the concept of frames in the direction of this research. The strategy is presented in the format of a frame – the structure of attribute-characteristics to describe the strategy of economic security of the construction enterprise, described by the information or procedures specified in the slot. The slot consists of facets, each of which specifies the information provided in the slot in the form of indicators, situations, alternatives or a list of their possible values. It has been noted that this approach in strategic management is an opportunity to develop scenarios for economic security of the construction enterprise, taking into account the hierarchy of tasks in the process of achieving the main goal. It does not require a significant array of digital information to develop scenarios of enterprise behaviour. The components of the strategy of economic security have been described, which is built on the basis of frames – Frame-Position (information on the current situation); Frame-Expectations (a set of ideas about the available opportunities and dangers); Frame-Alternative (choice of type of behaviour and type of strategy); Frame-Offers (possible measures and support tools); Frame-Summary (progress of implementation of security and control measures). The interrelation and content of the elements of the frame strategy for ensuring the economic security of the construction enterprise have been presented. To identify opportunities and dangers in ensuring economic security, it has been suggested to build situational matrices in the projections of the provisioning process. The suggested approach to strategy formation will allow to carry out the constant analysis of levels of economic safety and innovative competitiveness of the construction enterprise, to trace conditions in the building market and external environment as a whole, in the context of realization of the strategic purposes of the enterprise.

Key words: *enterprise, economic security, strategy, ensurement, frame, slot, facet.*

Постановка проблеми. На рівні стратегічного управління вирішуються такі завдання, як аналіз і моделювання дій в певній ситуації, пошук варіантів вирішення стратегічних проблем, підготовка моделей ситуації і врахування характеру функціонування підприємства щодо його стійкості до можливих ризиків розвитку подій, підготовка варіантів стратегічної поведінки підприємства.

Беззаперечна необхідність та актуальність розроблення стратегії забезпечення економічної безпеки обумовлюється мінливістю і невизначеністю зовнішнього середовища та необхідністю управління внутрішніми змінними підприємства для досягнення поставленої мети діяльності суб'єкта господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розроблення стратегії економічної безпеки підприємства наразі активно обговорюються в наукових колах. Базуючись на класичних дослідженнях щодо стратегічного управління, специфіку формування стратегій економічної безпеки підприємства розглядають в своїх працях Г. Азаренкова, А. Воронкова, О. Захаров, М. Копитко, Т. Кузенко, О. Марченко, О. Мельник, І. Мойсеєнко, Т. Сабецька, В. Сабецький, Н. Сабліна, О. Свірідова, С. Сердечна та інші. Дослідниками

пропонуються як підходи до трактування поняття стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства, так і підходи щодо її розроблення.

Так, за визначенням О. Захарова, «стратегія економічної безпеки підприємства – це довготривалі, найбільш принципові і важливі установки, плани, наміри керівників (власників) підприємства, спрямовані на створення та постійний розвиток системи економічної безпеки, здатної адекватно протидіяти всім внутрішнім та зовнішнім небезпекам і загрозам його стабільної роботи та розвитку в даний час, а також у найближчій та віддаленій перспективах» [6].

Безпосередньо стратегію забезпечення економічної безпеки підприємства автори Г. Азаренкова та С. Сердечна визначають як «загальну стратегію розвитку бізнесу, що включає в себе поточні стратегії переходу підприємства на наступний вищий щабель ієрархії станів економіки, аж до стану «економічна безпека» [4].

О. Мельник дану стратегію трактує як «одну з видів функціональної стратегії підприємства, яка забезпечує захист його економічних інтересів від різних умов шляхом формування довгострокових цілей цього захисту, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного корегування напрямків і форм захисту при зміні чинників і умов економічного середовища його функціонування» [8].

І. Мойсеєнко та О. Марченко [9] визначають відповідну стратегію як створення плану довгострокових дій, котрі могли би забезпечити досягнення основної мети, яку ставить перед собою підприємство, за допомогою реалізації цілей та завдань.

Як «комплекс дій, що дають можливість чітко виявити та означити основні пріоритети подальшої діяльності підприємства в аспекті забезпечення економічної безпеки, беручи до уваги змінність та нестабільність умов зовнішнього та внутрішнього середовища його існування» розглядає стратегію забезпечення економічної безпеки підприємства М. Копитко [7].

Серед всього різноманіття підходів до розробки стратегії забезпечення економічної безпеки, слід виділити сучасні підходи. Зокрема, автори А. Воронкова та О. Свірідова на основі праць закордонних вчених [1; 2] пропонують при розробці стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства використовувати сценарний підхід [5]. Дослідники Н. Сабліна та Т. Кузенко пропонують використовувати концепцію розробки «стратегічних карт», що «сприяє реалізації стратегії підприємства в галузі забезпечення оптимального рівня його фінансової безпеки, забезпечує керівництво якісною інформацією, необхідною для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, є інструментом забезпечення виконання довгострокової стратегії підприємства» [11]. Учені Т. Сабецька та В. Сабецький при формуванні стратегії економічної безпеки підприємства пропонують комплексний методичний підхід, «у рамках якого плануються заходи щодо захисту бізнесу від зовнішніх та внутрішніх загроз, розробляються організаційно-економічні механізми системи економічної безпеки, а також її ресурсне, кадрове, організаційне та фінансове забезпечення [10].

Віддаючи належне існуючим працям, вважаємо, що потребують подальшого вдосконалення підходи до розробки зазначеної стратегії, які б забезпечили досягнення будівельним підприємством успіху в мінливому зовнішньому середовищі за рахунок підвищення інноваційної конкурентоспроможності як основної передумови формування належного рівня економічної безпеки.

Постановка завдання. Враховуючи напрацювання щодо розуміння сутності економічної безпеки підприємства, передумов її забезпечення та сучасних підходів до розроблення стратегій, метою дослідження буде розробка підходу до формування стратегії забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства на основі концепції фреймів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для успішності реалізації стратегічного управління процесом забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства, що залежить від уміння адекватно визначати відповідність досягнутих результатів поставленим цілям та розробляти стратегію забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства, нами пропонується використати концепцію фреймів.

Марвін Мінські, як автор концепції фреймів, в своїй роботі [3] визначив фрейм як «структуру даних для представлення певних ситуацій». Цю структуру він наповнив найрізноманітнішою інформацією: про об’єкти і події, які слід очікувати в цій ситуації, і про те, як використовувати інформацію, наявну у фреймі.

Згідно цієї концепції, стратегію необхідно представити у форматі фрейму (англ. frame – «каркас», «рамка») – структури слотів, що описують процес забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства та деталізуються за допомогою фасетів щодо можливих варіантів поведінки на будівельному ринку, визначених на основі когнітивного пізнання ринку як середовища функціонування.

Тобто фрейм – це структура атрибут-характеристик для опису стереотипної ситуації (у нашому випадку – стратегії забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства як комплексу стрижневих питань, що стосуються цього процесу), що складається з характеристик цієї ситуації або їх значень. Ці атрибут-характеристики описують інформацію або процедури, зазначені в слоті. При цьому слот включає компоненти, які називаються фасетами, кожен з яких конкретизує інформацію,

наведену у слоті, у вигляді показників, ситуацій, альтернатив або переліку їх можливих значень.

Переваги підходу до формування стратегії, заснованої на фреймах, полягають в тому, що концепція фреймів в стратегічному управлінні певним чином дає можливість розробити сценарії забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства та інтегрується з ієрархічним поданням процесу досягнення головної мети підприємства і не потребує значного масиву цифрової інформації для розробки сценаріїв поведінки підприємства.

Першим фреймом стратегії забезпечення економічної безпеки є Фрейм-Позиція, який є сукупністю інформації щодо поточної ситуації, що склалась, та відбиває досягнутий підприємством та його конкурентами рівні економічної безпеки та інноваційної конкурентоспроможності.

Фрейм-Очікування є другим фреймом стратегії забезпечення економічної безпеки, який є сукупністю уявлень будівельного підприємства про наявні в нього можливості та небезпеки, генеровані можливими діями як самого підприємства, так і підприємств-конкурентів, відображенням яких є ситуативні матриці забезпечення економічної безпеки за різними сценаріями, що характеризуються певними показниками. Зважаючи на те, що аналіз показників забезпечення економічної безпеки є досить багатокомпонентним та його результати (що в кількісному вигляді дозволяють оцінити сукупність можливостей/небезпек, які відповідають кожному сценарію в конкретній ситуації) потребують систематизації на проекції, яким відповідають певні показники, пропонуємо використати наступні проекції забезпечення економічної безпеки (рис. 1).

Всі показники забезпечення економічної безпеки можна поділити на наступні проекції процесу забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства, які відповідають певним варіаціям ситуативної матриці:

- першим показником є рівень економічної безпеки, який відбиває цільову проекцію процесу забезпечення економічної безпеки, адже у абсолютному вигляді свідчить про досягнення чи недосягнення поставленої мети даного процесу;

- другий та третій показники є відносними та безпосередньо стосуються потенціалу економічної безпеки та інноваційної конкурентоспроможності. При цьому ці показники відбивають різні проекції процесу забезпечення економічної безпеки. Показник потенціалу економічної безпеки відображає базову проекцію процесу її забезпечення, адже характеризує досягнутий відрив підприємства-лідера від конкурентів за потенціалом забезпечення економічної безпеки. Показник потенціалу інноваційної конкурентоспроможності відбиває функціональну проекцію процесу забезпечення економічної безпеки, адже завдяки компліментарному зв'язку, що існує між економічною безпекою та рівнем конкурентоспроможності, підвищення рівня інноваційної конкурентоспроможності створює зростаючі можливості для збільшення рівня економічної безпеки підприємства;

- четвертим показником є імовірність змін у функціонуванні будівельного підприємства, що відображає ризик-проекцію процесу забезпечення його економічної безпеки.

Можливість наочно представити в узагальненому вигляді результати такого аналізу надає матричний метод, зокрема побудова ситуативної

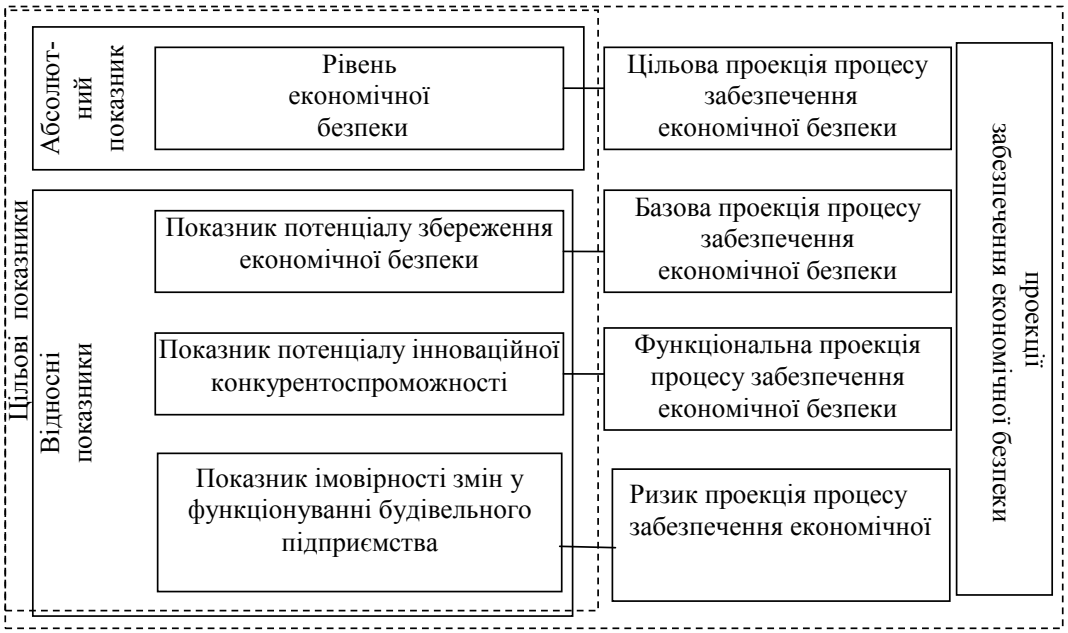


Рис. 1. Проекції процесу забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства

Таблиця 1

Шаблон ситуативної матриці забезпечення економічної безпеки (цільова проекція)

Сценарій базового підприємства	Форсуючий	*ЕБ* $^{0/max}$	*ЕБ* $^{min/max}$	*ЕБ* $^{max/max}$
	Зважений	*ЕБ* $^{0/min}$	*ЕБ* $^{min/min}$	*ЕБ* $^{max/min}$
	Апатичний	*ЕБ* $^{0/0}$	*ЕБ* $^{min/0}$	*ЕБ* $^{max/0}$
		Апатичний	Зважений	Форсуючий
		Сценарій конкуруючих підприємств		

матриці забезпечення економічної безпеки в цільовій проекції, що дозволяє визначити, яким при кожному ситуативному збігу буде показник рівня економічної безпеки (табл. 1). Подібні ситуативні матриці необхідно будувати у різних проекціях (згідно рис. 1).

Результати розрахунків у ситуативних матрицях є основною інформацією третього фрейму стратегії забезпечення економічної безпеки, яким є Фрейм-Альтернатива.

Фрейм-Альтернатива є сукупністю інформації про наявний у підприємства вибір щодо типу

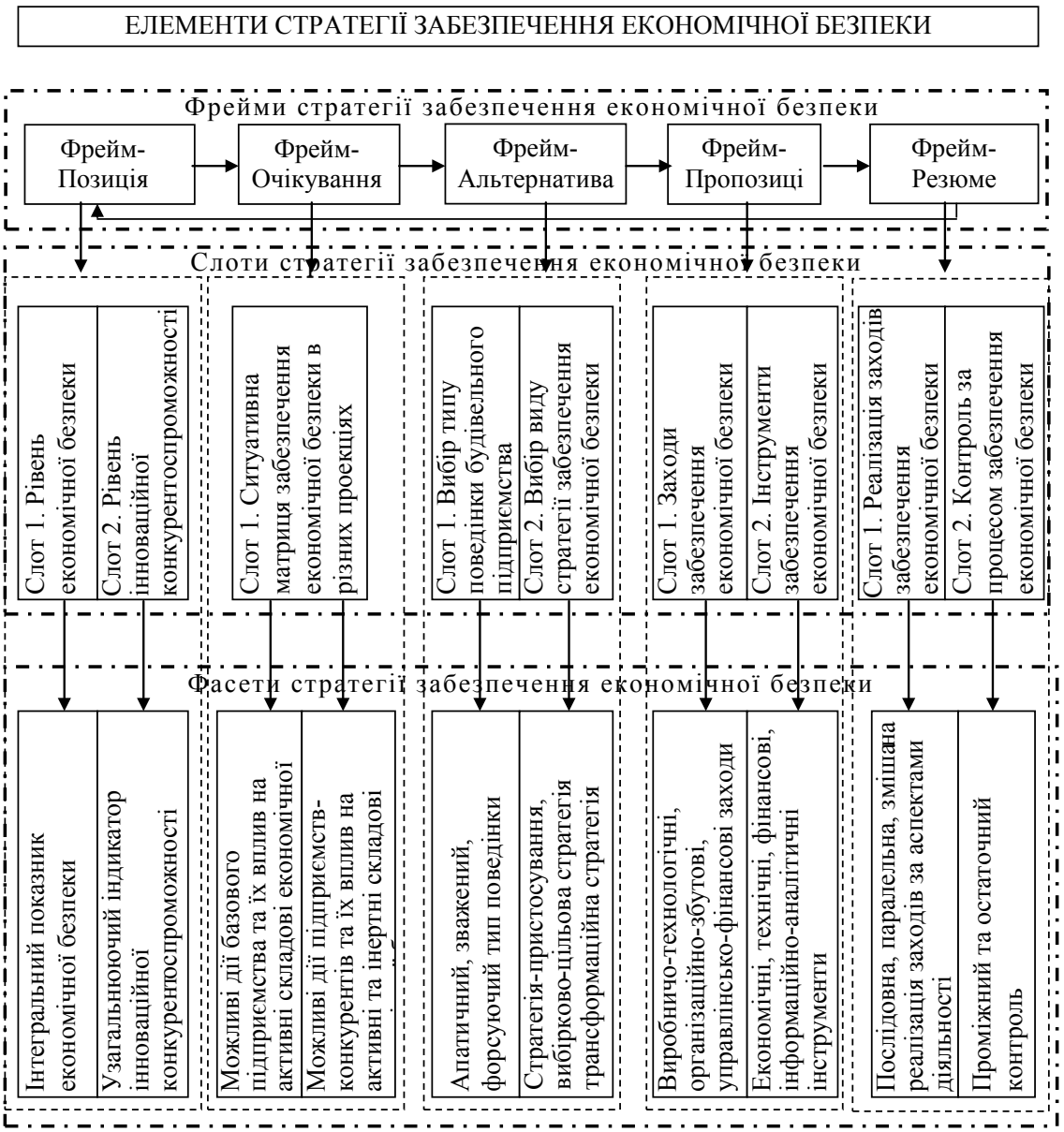


Рис. 2. Елементи фрейм-стратегії забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства

подальшої поведінки (апатичного, зваженого або форсуючого) та виду стратегії (стратегія-пристосування, вибірково-цільова стратегія, трансформаційна стратегія), якої воно має дотримуватися.

Четвертим фреймом стратегії забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства є Фрейм-Пропозиції, який є сукупністю інформації про виробничо-технологічні, організаційно-збутові, управлінсько-фінансові заходи забезпечення економічної безпеки та інструменти, які при реалізації даних заходів мають застосовуватись.

Інструменти забезпечення економічної безпеки, які описуються в четвертому фреймі, представляють стандартний перелік економічних, технічних, фінансових та інформаційно-аналітичних інструментів, серед яких кожне окреме будівельне підприємство може сформувати свій набір та змінювати його залежно від перебігу подій, у випадку неефективності обраних інструментів.

Останнім фреймом стратегії забезпечення економічної безпеки є Фрейм-Резюме, який відбиває інформацію про хід реалізації заходів забезпечення економічної безпеки та інформацію щодо способів та видів контролю за цим процесом. Причому, хід реалізації заходів може бути послідовним, паралельним або змішаним. Щодо контролю за процесом забезпечення економічної безпеки, то він є проміжним та остаточним. Причому, на етапі проміжного контролю проводиться аналітична оцінка правильності вибору та дієвості заходів забезпечення економічної безпеки. Якщо інформація проміжного контролю задовольняє запланованим результатам, то процес реалізації заходів продовжується і після його завершення здійснюється остаточний контроль отриманих результатів.

В підсумку, інформація, що міститься у Фрейм-Резюме, дозволяє завершити реалізацію розробленої стратегії та починати новий цикл процесу забезпечення економічної безпеки.

Для унаочнення вищенаведеної інформації, розроблена стратегія забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства, що складається з фреймів, представлених сукупністю слотів, кожному з яких відповідають фасети забезпечення економічної безпеки, зображена у вигляді наступної схеми (рис. 2).

Запропонована фрейм-стратегія є продуктом постійного аналізу рівнів економічної безпеки та інноваційної конкурентоспроможності будівельного підприємства та моніторингу як умов функціонування, що формуються на будівельному ринку, так і зовнішнього середовища в цілому, в контексті реалізації окреслених стратегічних цілей цього підприємства. Терміни її реалізації не обмежуються, а лише корегуються її елементи за необхідності.

Висновки з проведеного дослідження. За такого підходу, стратегія забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства якнайкраще виконуватиме роль послідовного, конструктивного, раціонального, стійкого до умов функціонування, стратегічного плану, реалізація якого скерована на досягнення будівельним підприємством успіху в мінливому зовнішньому середовищі за рахунок підвищення рівня його інноваційної конкурентоспроможності та економічної безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. James A. Ogilvy. Creating Better Futures: Scenario Planning as a Tool for a Better Tomorrow. Oxford University Press, 2002. 238 p.

2. Kees van der Heijen. Scenarios, Strategies and the Strategy Process. Nijenrode University Press, 1997. 33 p.

3. Marvin Minsky. A Framework for Representing Knowledge. MIT-AI Laboratory Memo 306, June, 1974. URL: https://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Frames/frames.html (дата звернення 21.10.2019).

4. Азаренков Г.Ф., Сердечна С.М. Формування аналітичного інструментарію забезпечення економічної безпеки стратегічного розвитку підприємства. *Молодий вчений*. 2017. №5 (45). С. 508-517.

5. Воронкова А.Е., Свірідова О.В. Сценарний підхід до вибору стратегії забезпечення економічної безпеки експортної діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 4, Т. 1. С. 96-99.

6. Захаров О.І. Стратегія економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2012. № 2. С. 272-282.

7. Копитко М.І. Комплексне забезпечення економічної безпеки підприємства (на матеріалах підприємств транспортного машинобудування) : дис. … д-ра екон. наук : 21.04.02 / ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК». Київ, 2015. 478 с.

8. Мельник О.О. Сутність розробки стратегії забезпечення економічної безпеки автотранспортного підприємства. *Комунальне господарство міст*. 2012. №106. С. 276-282.

9. Мойсеєнко І.П., Марченко О.М. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства : навч. посіб. Львів, 2011. 380 с.

10. Сабецька Т.І., Сабецький В.Б. Теоретичні засади стратегічного планування економічної безпеки підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2019. Вип. 2, Т. 24. С. 49-55.

11. Сабліна Н. В., Кузенко Т. Б Формування стратегічних карт у рамках реалізації процесу управління фінансовою безпекою підприємства *Бізнесінформ*. 2013. № 4. С. 326-331.

REFERENCES:

1. James A. Ogilvy (2002) *Creating Better Futures: Scenario Planning as a Tool for a Better Tomorrow*. Oxford University Press.

2. Kees van der Heijen (1997) *Scenarios, Strategies and the Strategy Process*. Nijenrode University Press.

3. Marvin Minsky (1974) A Framework for Representing Knowledge. *MIT-AI Laboratory Memo*, no. 306. Available at: https://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Frames/frames.html (accessed 21.10.2019).

4. Azarenkov G. F., Serdechna S. M. (2017) Formuvannja analitychnogo instrumentariju zabezpechennja ekonomichnoi bezpeky strategichnogo rozvytku pidpryjemstva [Formation of analytical tools to ensure economic security of strategic development of the enterprise]. *Molodyj vchenyj*, no. 5 (45), pp. 508-517.

5. Voronkova A. E., Sviridova O. V. (2009) Scenarnyj pidhid do vyboru strategii zabezpechennja ekonomichnoi bezpeky eksportnoi dijalnosti pidpryjemstva [Scenario approach to the choice of strategy for economic security of export activities of the enterprise]. *Visnyk Hmelnyckogo nacionalnogo universytetu*, vol. 1, no. 4, pp. 96-99.

6. Zaharov O. I. (2012) Strategija ekonomichnoi bezpeky pidpryjemstva [The strategy of economic security of the enterprise]. *Naukovyj visnyk Lvivskogo derzhavnogo universytetu vnutrishnih sprav*, no. 2, pp. 272-282.

7. Kopytko M. I. (2015) *Kompleksne zabezpechennja ekonomichnoi bezpeky pidpryjemstva (na materialah pidpryjemstv transportnogo mashynobuduvannja)* [Complex provision of economic safety of the enterprise (on materials of the enterprises of transport engineering)]. (Doctoral thesis). Kyiv: Universytet ekonomiky i prava «KROK».

8. Melnyk O. O. (2012) Sutnist rozrobky strategii zabezpechennja ekonomichnoi bezpeky avtotransportnogo pidpryjemstva [The essence of developing a strategy to ensure the economic security of the transport company]. *Komunalne gospodarstvo mist*, no. 106, pp. 276-282.

9. Mojsejenko I. P., Marchenko O. M. (2011) *Upravlinnja finansovo-ekonomichnoju bezpekoju pidpryjemstva* [Management of financial and economic security of the enterprise]. Lviv. (in Ukrainian)

10. Sabecka T. I., Sabeckyj V. B. (2019) Teoretychni zasady strategichnogo planuvannja ekonomichnoi bezpeky pidpryjemstva [Theoretical principles of strategic planning of economic security of the enterprise]. *Visnyk Odeskogo nacionalnogo universytetu. Serija : Ekonomika*, vol. 24, no. 2, pp. 49-55.

11. Sablina N. V., Kuzenko T. B. (2013) Formuvannja strategichnyh kart u ramkah realizacii procesu upravlinnja finansovoju bezpekoju pidpryjemstva [Formation of strategic maps in the implementation of the process of managing the financial security of the enterprise]. *Biznesinform*, no. 4, pp. 326-331.

МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

MODEL OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE EDUCATIONAL PROCESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

УДК 378.1
DOI: https://doi.org/10.32843/infrastruct40-85

Бєлялов Т.Е.
к.е.н., доцент кафедри економіки та сфери обслуговування, Київський національний університет технологій та дизайну
Belyalov Talat
Kyiv National University of Technologies and Design

У статті обґрунтовано необхідність формування моделі функціонування підприємницького університету. Наведено та охарактеризовано завдання освітньо-наукової системи сучасної України, вирішення яких направлено на розвиток підприємницьких університетів. Запропоновано модель функціонування підприємницького університету з використанням процесно-орієнтовного підходу, в якій визначено взаємозв'язок між вимогами держави, ринку освітніх праці й ринку праці та оцінкою задоволеності споживачів освітніх та підприємницьких послуг. У розробленій моделі відображено взаємозв'язок основних компонент підприємництва: особистісної (здатності підприємців до інноваційної, ризикової діяльності), економічної (процесу отримання підприємницького доходу) та організаційно-економічної (формування і розвитку підприємницького стилю управління). Визначено основні процедури формування й розвитку підприємницького стилю управління.

Ключові слова: *заклад вищої освіти, університет, підприємницький університет, освітня компонента підприємницької діяльності, економічна компонента підприємницької діяльності, модель функціонування підприємницького університету.*

В статье обоснована необходимость формирования модели функционирования предпринимательского университета. Приведены и охарактеризованы задачи образовательно-научной системы современной Украины, решение которых направлено на развитие предпринимательских университетов. Предложена модель функционирования предпринимательского университета с использованием процессно-ориентированного подхода, в которой определена взаимосвязь между требованиями государства, рынка образовательных труда и рынка труда и оценке удовлетворенности потребителей освиитних и предпринимательских услуг. В разработанной модели отражено взаимосвязь основных компонент предпринимательства: личностной (способности предпринимателей к инновационной, рисковой деятельности), экономической (процесса получения предпринимательского дохода) и организационно-экономической (формирования и развития предпринимательского стиля управления). Определены основные процедуры формирования и развития предпринимательского стиля управления.

Ключевые слова: *учреждение высшего образования, университет, предпринимательский университет, образовательная компонента предпринимательской деятельности, экономическая компонента предпринимательской деятельности, модель функционирования предпринимательского университета.*

The article substantiates the need to form a model of functioning of a business university. The tasks of the educational and scientific system of modern Ukraine, the solution of which is aimed at the development of business universities, are presented and characterized. A model of functioning of a business university is proposed using a process-oriented approach, which defines the relationship between the requirements of the state, the labor market and the labor market and the assessment of consumer satisfaction with educational and business services. The developed model reflects the relationship of the main components of entrepreneurship: personal (ability of entrepreneurs to innovative, risky activities), economic (the process of obtaining entrepreneurial income) and organizational and economic (formation and development of entrepreneurial management style). The basic procedures of formation and development of business style of management are defined.

Key words: *institution of higher education, university, business university, educational component of entrepreneurial activity, economic component of entrepreneurial activity, model of functioning of business university.*

Постановка проблеми. Системні трансформації економіки й суспільства та перехід до економіки знань підвищують значення освітньої системи в суспільстві та економіці, що викликає необхідність адаптації закладів вищої освіти до мінливих вимог зовнішнього соціально-економічного середовища як на рівні країни в цілому, так і на рівні окремих освітніх установ. Сучасні університети розширюють та збагачують свої функції, які не тільки не обмежуються вирішенням завдань забезпечення економіки висококваліфікованими фахівцями, але й активізують діяльність в сфері науково-практичних досліджень та розробок, розвивають інноваційну діяльність, стають регіональними центрами підприємницької активності.

З огляду на вищевикладене актуалізується необхідність дослідження й наукового пошуку перспективних і практично досяжних за сучасних умов підходів з формування ефективної моделі підприємницької діяльності закладів вищої освіти, яка передбачає здійснення інновацій в безпосередньому зв'язку з розвитком підприємницької діяльності університетів, необхідної, насамперед, для забезпечення їх виживання в ринковому середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Напрями та підходи щодо формування принципів функціонування підприємницького університету розкрито у наукових дослідженнях Г. Іцковця [1], Б. Кларка [2], Дж. Уїльямса [3], Дж. Ропке [4], Дж. Субоцькі [5], А. Романовського [6], Г. ван Гинкеля [7], Г. Кукліна [8], І. Каленюк [9] та інших.

Незважаючи на велику кількість й широкий спектр публікацій, глибину наукового аналізу в них,

залишаються недостатньо дослідженими питання, що стосуються формування моделі підприємницької діяльності в освітньому процесі ЗВО на основі співвідношення інноваційної та підприємницької діяльності, що розглядаються як пов'язані між собою елементи.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження процесу формування моделі підприємницького університету з використанням процесно-орієнтованого підходу, спрямованого на підвищення задоволеності споживачів якістю освітніх послуг шляхом виконання їх вимог.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зарубіжний та вітчизняний досвід свідчить, що вирішення завданнь розбудови сучасної конкурентної економіки та суспільства знань потребує оптимального використання новітніх моделей інноваційних процесів, важливою складовою яких виступають дослідницькі інноваційні університети. Такі заклади вищої освіти, працюючи у тісному партнерстві з державою й місцевим самоврядуванням та суб'єктами економічної діяльності, дедалі більше перетворюються на центри інноваційного розвитку, досягаючи значного прискорення процесів впровадження результатів досліджень і розробок у затребувані економікою технології, товари і послуги. З огляду на необхідність розбудови інноваційної економіки, а також зважаючи на соціально-економічні умови та специфіку освітньо-наукової системи сучасної України розвиток підприємницьких університетів вимагає вирішення таких завдань:

– створення сучасних навчально-дослідницьких центрів, що залучають до своєї роботи як науково-педагогічний персонал, здобувачів вищої освіти університетів, так і фахівців відповідних науково-дослідних установ із забезпеченням умов максимального використання для їх роботи наявної дослідної та навчальної інфраструктури;

– активізація діалогу між ЗВО, науковими установами, представниками бізнесу та державних органів з конкретних питань підвищення ефективності інноваційної діяльності;

– розширення автономії ЗВО та наукових установ як у здійсненні навчального процесу та досліджень, так і у сфері господарської діяльності;

– створення умов для максимально швидкої комерціалізації результатів перспективних досліджень і розробок, у тому числі за рахунок спрощення механізмів взаємодії нових і існуючих інноваційних підприємств з органами влади;

– широке залучення до практичної інноваційної діяльності здобувачів вищої освіти з відповідним коригуванням відповідних освітніх програм й планів;

– впровадження у освітні програми ЗВО окремих курсів та їх частин, що спрямовані на засвоєння студентами принципів й практичних прийомів сучасної підприємницької та інноваційної діяльності, ознайомлення з прикладами економічно ефективного впровадження результатів досліджень;

– заохочення ініціатив здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ЗВО, спрямованих на комерціалізацію результатів досліджень і розробок;

– активізація міжвузівського (у тому числі міжнародного) співробітництва у сферах інноваційної діяльності, пошуку та реалізації продуктивних в економічному плані ідей і напрямів досліджень;

– реалізація заходів, спрямованих на посилення ступеню визнання важливості інноваційної підприємницької діяльності в суспільстві.

Функціонування підприємницького університету відбувається з використанням процесно-орієнтованого підходу, спрямованого на підвищення задоволеності споживачів якістю освітніх послуг шляхом виконання їх вимог. Модель функціонування підприємницького університету з використанням процесно-орієнтовного підходу наведена на рис. 1.

Комплексна модель підприємницької діяльності в освітньому процесі заснована на системі управління інноваціями в ЗВО та відображає взаємозв'язок основних компонент підприємництва: особистісної (здатності підприємців до інноваційної, ризикової діяльності), економічної (процесу отримання підприємницького доходу), організаційно-економічної (формування й розвитку підприємницького стилю управління).

Так, на рівні особистісної компоненти підприємницької діяльності у ЗВО розглядається участь науково-педагогічного персоналу університету в міжнародних програмах та грантах, що пов'язано з необхідністю фінансового забезпечення власних наукових досліджень, результати яких можуть бути використані при наданні освітніх послуг в якості практичного прикладу. Також до даного рівня відносяться особистісні контакти адміністративно-управлінського персоналу та науково-педагогічного персоналу з представниками підприємств, що реалізуються через консультації для вирішення існуючих проблем на підприємствах, через залучення працівників підприємств до участі в освітньому процесі з метою скорочення розриву між теорією і практикою професійної діяльності; організація у напрямку власних наукових інтересів кафедрами ЗВО спільних конференцій, тематичних круглих столів, практичних семінарів з кафедрами інших університетів, студентами, представниками бізнес-спільноти, адміністрацією регіону, що дозволяє не тільки здійснювати вигідне фінансове співробітництво, але й розвивати професійні навички та знання здобувачів вищої освіти в конкретному напрямку їх майбутньої професійної діяльності та слугує для підприємств «оглядовим майданчиком» їх майбутніх співробітників.

Рис. 1. Модель функціонування підприємницького університету

Безсумнівно, така діяльність на рівні окремої особистості, що схильна до підприємницької діяльності у ЗВО, повинна підтримуватися й заохочуватися керівництвом університету, тобто ініціюватися на організаційному рівні. Формування і розвиток підприємницького стилю управління є можливим за допомогою наступних процедур:

– розробки місії, доведення її до відома всіх співробітників та науково-педагогічного персоналу ЗВО з метою її реалізації за допомогою вибудовування науково-підприємницької діяльності відповідно до прийнятих ними принципів;

– розробки, прийняття й реалізації концепції інноваційної освіти, що передбачає спеціалізацію НПП за напрямками «виробництво знань» – академічна наукова кар'єра та «прикладні дослідження» – підприємницька діяльність, що спрямована на надання консалтингових послуг;

– організації департаменту науково-підприємницької роботи з виділенням напрямків «координація прикладних досліджень», «академічні наукові дослідження», «студентське наукове співтовариство» за допомогою фінансової винагороди їх учасників відповідно до положень Програми підвищення академічної активності НПП;

– розробки механізму стимулювання академічної наукової діяльності НПП за рахунок встановлення надбавки за результатами наукової роботи;

– розвитку відносин партнерства з корпоративним оточенням ЗВО, адміністрацією та місцевими властями регіону з метою формування пакету замовлень на науково-дослідні роботи;

– інвестування в постійне підвищення кваліфікації НПП з метою використання інноваційних підходів й методів як в освітньому процесі, так і в прикладних дослідженнях.

Отже, сукупність особистісної та організаційно-економічної компоненти та їх інтеграція з системою управління інноваціями в освітньому процесі дозволяє створити умови для розвитку економічної компоненти підприємницької діяльності університету шляхом задоволення соціально-економічних інтересів споживачів результатами науково-підприємницької діяльності, забезпечення руху товарів й послуг від виробника до споживача з метою отримання доходу ЗВО та подальшого його розподілу між учасниками процесу створення інноваційних освітніх послуг.

Висновки з проведеного дослідження. Розуміння інновацій в освітньому процесі як джерела стійкого розвитку ЗВО дозволяє визначити його підприємницьку діяльність. За змістом ця інноваційно-господарська діяльність спрямована на підвищення ефективності освітнього процесу та якості освітніх послуг в результаті управління ключовими факторами конкурентоспроможності та виробничими ресурсами.

Запропонована модель функціонування підприємницького університету в освітньому процесі ЗВО заснована на процесно-орієнтованому підході, що направлена на постійне інноваційне вдосконалення процесів. У розробленій моделі відображений взаємозв'язок основних компонент

підприємництва: особистісної (здатності підприємців до інноваційної, ризикової діяльності), економічної (процесу отримання підприємницького доходу) та організаційно-економічної (формування і розвитку підприємницького стилю управління).

Використання запропонованої моделі в практичній діяльності вітчизняних ЗВО дозволить: посилити провідну роль керівників ЗВО та регламентувати відповідальність всіх співробітників в забезпеченні результатів освітнього процесу; посилити інформаційну відкритість політики менеджменту ЗВО та цілей прийнятих рішень; розвинути науково-дослідницьку діяльність як необхідну складову забезпечення освітнього процесу та вдосконалення сфер економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ицковиц Г. Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновации в действии: монография / Г.Ицковиц; пер. с англ. под ред. А.Ф.Уварова. – Томск: изд-во Том. гос. ун-та систем упр. и радиоэлектроники, 2010. – 237 с.

2. Clark Burton R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. IAU PRESS. ISSUES IN HIGHER EDUCATION / Wagon Lane, Binglye BD16 1WA. – U.K.: Emerald Group Publishing Limited. Howard House, 2008. – 164 p.

3. Williams G. The Enterprising University: Reform, Excellence and Equity/ Edited by Gareth Wil-liams. Buckingham [England]; Philadelphia, PA: Society for Research into Higher Education: Open University Press, 2003. – 193 p.

4. Röpke J. The Entrepreneurial University, Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy / Röpke J. // Working Paper Department of Economics, Philipps-Universität Marburg, Germany,

5. Subotzky G. Alternatives to the Entrepreneurial University: New Modes of Knowledge Production in Com-munity Service Programs / Subotzky G. // Higher Education, December 1999. – Vol. 38. – No. 4. – Pp. 401–440.

6. Романовський О.О. Феномен підприємництва в університетах світу: монографія / О.О. Романовський – Вінниця: Нова Книга, 2012. – 504 с.

7. Г. Ван Гинкель. Университет XXI в.: задачи, проблемы, возможности и менеджмент / Г.ван Гинкель // Вестник высшей школы (Alma Mater).–2008. № 1. – С. 41-49.

8. Каленюк И.С., Куклин О.В. Развитие высшего образования и экономика знаний. – М.: Новое знание, 2014. – 383 с.

9. Каленюк І.С. Підприємницькі університети в глобальному освітньому просторі / І.С. Каленюк, А.Л. Дяченко // Міжнародна економічна політика. – 2016. – №2 (25). – С. 6–22.

REFERENCES:

1. Itskovits, G. (2010). Troynaya spiral'. Universitety – predpriyatiya – gosudarstvo. Innovatsii v deystvii [Triple spiral. Universities – enterprises – the state. Innovation in action]: monografiya / G.Itskovits; per. s angl. pod red. A.F.Uvarova. – Tomsk: izd-vo Tom. gos. un-ta sistem upr. i radioelektroniki. – 237 s.

2. Clark Burton R. (2008). Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. IAU PRESS. ISSUES IN HIGHER EDUCATION / Wagon Lane, Binglye BD16 1WA. – U.K.: Emerald Group Publishing Limited. Howard House. – 164 p

3. Williams G. (2003). The Enterprising University: Reform, Excellence and Equity/ Edited by Gareth Williams. Buckingham [England]; Philadelphia, PA: Society for Research into Higher Education: Open University Press. – 193 p

4. Röpke J. The Entrepreneurial University, Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy / Röpke J. // Working Paper Department of Economics, Philipps-Universität Marburg, Germany,

5. Subotzky G. (1999). Alternatives to the Entrepreneurial University: New Modes of Knowledge Production in Com-munity Service Programs / Subotzky G. // Higher Education, December – Vol. 38. – No. 4. – Pp. 401–440.

6. Romanovskyi O. O. (2012). Fenomen pidpryiemnytstva v universytetakh svitu [The phenomenon of entrepreneurship in the world's universities]: monohrafiia / O. O. Romanovskyi. – Vinnytsia: Nova Knyha. – 504 s.

7. G. Van Ginkel'. (2008). Universitet KhKhI v.: zadachi, problemy, vozmozhnosti i menedzhment [University of the XXI century: tasks, problems, opportunities and management] / G.van Ginkel' // Vestnik vysshey shkoly (Alma Mater). № 1. – S. 41-49.

8. Kalenyuk I.S., Kuklin O.V. (2014). Razvitie vysshego obrazovaniya i ekonomika znaniy [Development of higher education and knowledge economy] – M.: Novoe znanie. – 383 s.

9. Kaleniuk I.S. (2016). Pidpryiemnytski universytety v hlobalnomu osvitnomu prostori [Entrepreneurial universities in the global educational space] / I.S. Kaleniuk, A.L. Diachenko // Mizhnarodna ekonomichna polityka. – №2 (25). – С. 6–22.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Овсак О.П., Ліскович Н.Ю., Назаренко О.П.
УКРАЇНА НА ШЛЯХУ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ АВІАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ **3**

Січка І.І.
ГОЛОВНІ МІЖНАРОДНІ ЛОГІСТИЧНІ КОМПАНІЇ
У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ **14**

Чепеленко А.М.
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ ТА ЗАГРОЗ **19**

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Андрусів У.Я.
СОЦІАЛЬНА ІНФРАСТРУКТУРА УКРАЇНИ:
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ **25**

Бержанір А.Л.
ІНСТИТУЦІЙНЕ СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ **30**

Бержанір І.А., Ящук Т.А.
ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ
ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ **35**

Бойко Л.М., Чевганова В.Я., Ляшенко А.В.
РІВЕНЬ ЖИТТЯ ЯК СКЛАДНИК РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ
СІЛЬСЬКИХ ПОСЕЛЕНЬ: ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ АСПЕКТ **40**

Бохонко І.В., Жигало І.І., Слободюк А.
ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ РИНКОВОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ **46**

Вараксіна О.В., Гедерім К.О., Золотих Я.Я.
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ **54**

Венгер В.В.
РОЛЬ ДЕРЖАВИ У РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ:
СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД **59**

Єрмак С.О.
СТАН УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ
ТА ЙОГО АНТИКРИЗОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ **66**

Зіброва О.В.
КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ НАСЕЛЕННЯ **74**

Зомчак Л.М., Ракова А.С.
«БРІДЖ»-МОДЕЛЬ КВАРТАЛЬНОГО ПРОГНОЗУ ВВП УКРАЇНИ **78**

Зоря О.П., Зоря С.П., Салогуб І.І.
ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ
ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СИСТЕМИ АГРАРНОГО КРЕДИТУВАННЯ **83**

Карпенко А.В., Будицька Ю.О.
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ **88**

Кундєєва Г.О.
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ:
ПІДТРИМКА СПОЖИВАЧА **96**

Леонова С.В., Барвінська Х.Б.
ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
АВТОТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ **103**

Процюк Н.Ю.
УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНИМ РОЗВИТКОМ
ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ У НАПРЯМІ
ФОРМУВАННЯ ЇХНЬОГО КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ **110**

Чорна Н.М., Мартинова Л.Б.
БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ
ТЕРИТОРІЇ (НА МАТЕРІАЛАХ М. ВІННИЦІ) **115**

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Астахова І.Е., Григорова А.О.
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ ТА ЗАХОДІВ ЕКОМАРКЕТИНГУ.....121

Баранов С.М.
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРИВАТНИХ
ВІЙСЬКОВИХ КОМПАНІЙ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ.....125

Боковець В.В., Крутінь Я.В., Шахнюк А.І.
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....129

Васюта В.Б.
ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....133

Velychko Volodymyr, Grytskov Evgen, Zubarev Dmitriy
APPLICATION OF METHODS OF ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING
IN THE SYSTEM OF STAKEHOLDER RELATIONS AND THE FORMATION AND IMPLEMENTATION
OF SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES.....139

Власюк С. А., Бондаренко Н.В., Ролінський О. В.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ АГРОФОРМУВАННЯМИ.....144

Volkova Nelia, Zagrebelna Irina
METHODS OF ESTIMATION OF DEVELOPMENT CAPACITY
OF PROCESSING ENTERPRISES AND PECULIARITIES OF THEIR APPLICATION.....149

Гаєвська Л.М.
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНО-ВИРОБНИЧОГО ПЛАНУВАННЯ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІЗ СЕРІЙНИМ ТИПОМ ВИРОБНИЦТВА.....155

Головко О.Г., Кушнір А.Е.
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОГО КОНРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....159

Гудзь О.І., Мусійовська О.Б.
ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ПОЛОЖЕНЬ БРЕНДИНГУ
У КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....164

Дейнега І.О., Язвінська Т.В.
КОНКУРЕНТНОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ВИЗНАЧЕННЯ СУТІ ТА ВПЛИВУ ФАКТОРІВ.....171

Драган О.І.
НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ 176

Дячков Д.В., Ткачова (Нетеса) І.В.
МАРКЕТИНГОВО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ.....182

Жосан Г.В., Кириченко Н.В.
РОЗРОБЛЕННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ
ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....187

Зось-Кіор М.В., Ільїн В.Ю., Жмурко І.О.
УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЄЮ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....193

Ілляшенко К.В.
ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН
В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ.....198

Ілляшенко Н.С.
ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЯМИ
ВИПЕРЕДЖАЮЧОГО НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....203

Кадол Л.В.
ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ ПРАЦІ БУДІВЕЛЬНИХ РОБІТ.....210

Кліпкова О.І.
АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ.....215

Клочко Т.А.
ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ.....222

Кондратьєв Б.О., Єршова Н.Ю.
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ
СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК АКТУАЛЬНИЙ
НАПРЯМ СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....227

Константинова Т.В., Савченко Т.В.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ БІЗНЕСОМ В УКРАЇНІ.....233

Корпан О.С., Гук О.П.
ЯКІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ:
ПОНЯТТЯ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОЦЕС ОЦІНЮВАННЯ.....236

Лазоренко Т.В., Федун В.В.
РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЯК НАПРЯМ
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....241

Мандюк Н.Л., Масюк Ю.О.
МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ.....246

Мащак Н.М., Гикава А.В.
ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ВІДХОДАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....251

Могильна Л.М.
ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМНИХ ПИТАНЬ ЩОДО УПРАВЛІННЯ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ
ПІД ЧАС ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....258

Муштай В.А.
ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇЇ ТРАНСФОРМАЦІЯ
У МАРКЕТИНГОВУ ПРОГРАМУ ПІДПРИЄМСТВА.....264

Нікітенко К.С.
ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ
УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ НА АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....271

Пермінова С.О.
ПАТЕНТНА СТРАТЕГІЯ КОМПАНІЇ-НОВАТОРА В КОНТЕКСТІ
ПОДОВЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ МОНОПОЛІЇ НА РИНКУ.....278

Селюченко Н.Є.
ОЦІНЮВАННЯ ТРЕНДУ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
ЯК СКЛАДНИКА ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....284

Тарасюк Г.М., Лагута Я.М., Рудковська Н.Г.
ЗОВНІШНЯ ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ: СУТЬ ТА НАПРЯМИ.....292

Ткаченко В.В., Харченко Т.М.
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ
РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ
ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....298

Фёдорова В.А.
КОНТРОЛЬ УРОВНЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ.....304

Хромушина Л.А.
ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....308

Чубук Л.П.
ЛІЗИНГ КОМЕРЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ: АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ.....313

Шкварук Д.Г., Мазур В.Г.
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА
ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ.....324

Шквиря Н.О.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА.....328

РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Бець М.Т., Ягольник С.Г.
ПРИЗНАЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ У РОЗРІЗІ СТРАТЕГІЧНОГО
ПЛАНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....334

Лотиш О.Я., Бригадир Б.В.
ВПЛИВ ОСВІТНЬОЇ СКЛАДОВОЇ НА РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ.....344

РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Косар Н.С., Яричевська Я.І.
ЗАХОДИ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ
В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ.....352

Удовиця О.Ф.
ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ.....359

Шпакова Г.В., Shpakova Hanna
МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ
БІОСФЕРОСУМІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БУДІВНИЦТВІ.....363

РОЗДІЛ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Чопко Н.С., Вівчар М.О., Смолій М.В.
СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РІВНЯ ЗАЛУЧЕНОСТІ
ТА ЛОЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ.....369

РОЗДІЛ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Зозуля Д.С.
ДЕРЖАВНА БОРГОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ:
ВИКЛИКИ СУЧАСНОГО ЕТАПУ.....376

Малиновська Ю.Б.
ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ФІНАНСОВОГО
ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ
ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....380

Мордань Є.Ю., Малиш Д.О., Рябуха А.Ю.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ
ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....384

Рудь І.Ю., Лазаренко В.О., Новак К.С.
АНАЛІЗ ГРОШОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....392

Сергєєва О.С., Бєгматов Р.Б.
КЛЮЧОВІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ
В БАНКАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....397

Слатвінська М.О.
НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ
ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІСКАЛЬНОЇ СИСТЕМИ 401

Соломіна Г.В., Махницький О.В., Гавриш О.С.
ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ ФІНАНСОВОГО РИНКУ.....410

Ткачик Ф.П., Дмитрів В.І.
АДМІНІСТРУВАННЯ МАЙНОВИХ ПОДАТКІВ
В УКРАЇНСЬКІЙ ТА СВІТОВІЙ ФІСКАЛЬНІЙ ПРАКТИЦІ.....415

Фрунза С.А., Гаврилова Н.В.
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ
МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УКРАЇНІ ТА В ІНШИХ КРАЇНАХ СВІТУ.....421

РОЗДІЛ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Безкоровайна Л. В.
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТА ОБЛІКУ СПЕЦІАЛЬНОГО ОДЯГУ
ЗА НАЦІОНАЛЬНИМИ І МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ.....427

Волошина-Сідей В.В.
БУХГАЛТЕРСЬКІ ТА ПОДАТКОВІ АСПЕКТИ
ПРЕДСТАВНИЦЬКИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА.....433

Гнатишин Л.Б., Прокопишин О.С., Поверляк Т.І.
ВАЛОРИЗАЦІЯ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В СИСТЕМІ
БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ 438

Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С.
МАРКЕТИНГОВИЙ СУПРОВІД КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ
ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....447

Островерха Р.Е.
ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ:
ПЕРЕДУМОВИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ 454

Фоміна О.В., Семеніхін М.В.
ПОНЯТТЯ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ ТА ПРАКТИКА
ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ.....462

РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Аверкина М.Ф., Гурко А.В.
ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ: ФАКТОРИ Й ОСОБЛИВОСТІ..... **467**

Аверкина М.Ф., Шмигельський Ю.В.
МОДЕЛЮВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ..... **473**

Лобода О.М.
ПОБУДОВА МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ВИРОБНИЧИХ ФУНКЦІЙ У ТВАРИННИЦТВІ З МЕТОЮ ОЦІНКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... **480**

Пічугіна Ю.В., Максимова Ю.О., Максимов О.С.
ОПТИМІЗАЦІЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК НА ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ..... **486**

Потапова Н.А., Ушкаленко І.М., Мельник І.С.
ЕКОНОМЕТРИЧНА МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА..... **491**

Фісуненко П.А.
РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ КОНЦЕПЦІЇ ФРЕЙМІВ..... **498**

Бєлялов Т.Е.
МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ..... **504**

CONTENTS

SECTION 1. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Ovsak Oksana, Liskovych Nazariy, Nazarenko Oleksandra
UKRAINE ON THE PATH OF AVIATION SPACE LIBERALIZATION **3**

Sichka Ivan
MAIN INTERNATIONAL LOGISTICS COMPANIES IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS **14**

Chepelenko Anzhelika
ECONOMIC SECURITY IN THE CONTEXT OF GLOBALIZING CHALLENGES AND THREATS **19**

SECTION 2. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Andrusiv Uliana
SOCIAL INFRASTRUCTURE OF UKRAINE: CURRENT TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS **25**

Berzhanir Anatolii
INSTITUTIONAL DEVELOPMENT OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN UKRAINE **30**

Berzhanir Inna, Yashchuk Tetiana
FINANCIAL SUPPORT FOR THE TRAINING OF SPECIALISTS BY HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN UKRAINE **35**

Boyko Larysa, Chevhanova Vira, Liashenko Anna
THE LEVEL OF LIFE AS A COMPONENT OF THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN RURAL SETTLEMENTS: THE EUROPEAN INTEGRATION ASPECT **40**

Bokhonko Iryna, Zhygalo Ivan, Slobodiuk Alla
INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF MARKET ECONOMY **46**

Varaksina Elena, Gederim Krystyna, Zolotykh Yanina
STRATEGIC MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE AS A NECESSARY CONDITION OF PROVIDING FOOD SECURITY OF THE NATIONAL ECONOMY **54**

Venger Vitalii
THE ROLE OF STATE IN THE DEVELOPMENT OF THE METALLURGICAL INDUSTRY: GLOBAL AND UKRAINIAN EXPERIENCE **59**

Yermak Svitlana
THE STATE OF THE UKRAINIAN MILK AND DAIRY MARKET AND ITS ANTI-CRISIS REGULATION IN THE GLOBALIZATION CONDITIONS **66**

Zibrova Olena
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF PROVIDING SOCIAL SECURITY FOR POPULATION **74**

Zomchak Larysa, Rakova Anastasia
BRIDGE MODEL OF UKRAINIAN QUARTERLY GDP FORECAST **78**

Zoria Oleksii, Zorya Svitlana, Salohub Iryna
FORMATION OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF STATE REGULATION OF AGRICULTURAL LENDING SYSTEM **83**

Karpenko Andrii, Budytska Yulia
COMPETITIVENESS OF UKRAINE'S INNOVATIVE POTENTIAL UNDER THE IMPACT OF GLOBALIZATION PROCESSES **88**

Kundieieva Halyna
STATE REGULATION OF AGRICULTURAL MARKET: SUPPORTING CONSUMER **96**

Leonova Sofiya, Barvinska Khrystyna
IDENTIFICATION AND EVALUATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE UKRAINE TRANSPORT SYSTEM **103**

Protsyuk Natalia
MANAGEMENT OF THE INNOVATION-ORIENTED DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE DIRECTION OF THE FORMATION OF THEIR COMPETITIVE POTENTIAL **110**

Chorna Nataliia, Martynova Liliia
BRANDING AS A TOOL TO INCREASE THE TOURIST ATTRACTION OF THE TERRITORY (ON THE MATERIALS OF M. VINNITSA) **115**

SECTION 3. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Astakhova Iryna, Hryhorova Anastasiia
FEATURES OF ECOMARKETING STRATEGIES AND ACTIVITIES..... **121**

Baranov Serhii
INTERNATIONAL EXPERIENCE AND PECULIARITIES OF FUNCTIONING
AT PRIVATE MILITARY COMPANIES: A RETROSPECTIVE ANALYSIS..... **125**

Bokovets Victoria, Krutin Jana, Shakhnyuk Anzhelika
MODERN APPROACHES TO OPTIMIZE
COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES..... **129**

Vasiuta Viktoriia
FORMATION OF EFFECTIVE MOTIVATIONAL MECHANISM AT THE ENTERPRISE..... **133**

Velychko Volodymyr, Grytskov Evgen, Zubarev Dmitriy
APPLICATION OF METHODS OF ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING
IN THE SYSTEM OF STAKEHOLDER RELATIONS AND THE FORMATION AND IMPLEMENTATION
OF SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES..... **139**

Vlasyuk Svitlana, Bondarenko Nataliia, Rolinskyi Oleksandr
THEORETICAL ASPECTS OF ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY
OF ORGANIZATION-AND-INFORMATION SUPPORT
OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTITIES..... **144**

Volkova Nelia, Zagrebelna Irina
METHODS OF ESTIMATION OF DEVELOPMENT CAPACITY
OF PROCESSING ENTERPRISES AND PECULIARITIES OF THEIR APPLICATION..... **149**

Gaevs'ka Larysa
AREAS OF IMPROVEMENT OF OPERATIONAL-PRODUCTION PLANNING
AT THE ENTERPRISE WITH THE SERIAL TYPE OF PRODUCTION..... **155**

Golovko Olena, Kushnir Alina
PROSPECTS OF USAGE OF FINANCIAL CONTROLLING IN ENTERPRISE..... **159**

Hudz Olha, Musiiovska Oksana
RESEARCH OF BASIC BRANDING PROVISIONS
IN THE CONTEXT OF ENTERPRISE MARKETING..... **164**

Deineha Inna, Yazvinska Tetiana
COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE: THE DEFINITION
OF THE ESSENCE AND THE IMPACT OF THE FACTORS..... **171**

Dragan Olena
SCINTIFIC AND PRACTICAL RESEARCH TO THE EVALUATION
OF ECONOMIC SECURITY OF HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENT..... **176**

Diachkov Dmytro, Tkachova (Netesa) Iryna
MARKETING-ORIENTED APPROACH TO THE MANAGEMENT
OF SPORTS AND HEALTH SERVICES ENTERPRISES..... **182**

Zhosan Hanna, Kyrychenko Natalia
DEVELOPMENT OF THE COMPLEX SYSTEM OF EVALUATION
OF THE PRICE POLICY OF THE RETAIL TRADE ENTERPRISE..... **187**

Zos−Kior Mykola, Ilin Valerii, Zhmurko Ivan
MANAGING THE STRATEGY OF INCREASING THE EFFICIENCY
OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISE..... **193**

Illiashenko Kateryna
PROSPECTS FOR USING BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN ACCOUNTING..... **198**

Illiashenko Nataliia
FUNDAMENTALS OF THE MECHANISM OF MANAGEMENT
OF THE ADVANCED SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL
DEVELOPMENT STRATEGIES OF INDUSTRIAL ENTERPRISE..... **203**

Kadol Larisa
FEATURES OF REMUNERATION OF LABOUR OF CONSTRUCTION-WORKS..... **210**

Klipkova Oksana
ASPECTS OF FORMATION OF CORPORATE CULTURE
IN THE BANKING SECTOR OF UKRAINE..... **215**

Klochko Tatiana
ECONOMIC SUSTAINABILITY OF ENTERPRISES: THEORETICAL ASPECTS..... **222**

Kondratiev Bogdan, Iershova Natalia
INFORMATION SUPPORT OF THE MANAGEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT
OF THE ENTERPRISE AS THE ACTUAL DIRECTION OF MODERN SCIENTIFIC RESEARCHES..... **227**

Konstantynova Tetyana, Savchenko Tetyana
FEATURES OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT IN UKRAINE..... **233**

Korpan Olena, Huk Olga
QUALITY OF COMMERCIAL SERVICE OF THE POPULATION:
CONCEPTS, FEATURES AND THE PROCESS OF EVALUATION..... **236**

Lazorenko Taisiia, Fedun Vitalii
IMPLEMENTATION OF THE DIVERSIFICATION STRATEGY
AS INCREASING OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE..... **241**

Mandiuk Nazarii, Masyuk Yuliya
MARKETING MANAGEMENT AND FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES
OF HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES..... **246**

Mashchak Nataliia, Hykava Andriana
LOGISTICS ASPECTS OF INDUSTRIAL WASTE MANAGEMENT AT ENTEPRISES..... **251**

Mohylna Liudmyla
DETERMINATION OF PROBLEM QUESTIONS IN RELATION
TO MANAGEMENT BY AGRICULTURAL ENTERPRISE
DURING REALIZATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY..... **258**

Mushtai Valentyna
ASSESSMENT OF MARKETING INFORMATION AND ITS TRANSFORMATION
IN THE ENTERPRISE MARKETING PROGRAM..... **264**

Nikitenko Kateryna
MAIN AREAS OF IMPROVEMENT OF THE ORGANIZATION
OF MANAGEMENT WORK IN THE AGRARIAN ENTERPRISE..... **271**

Perminova Svitlana
THE PATENT STRATEGY OF THE INNOVATOR COMPANY IN THE CONTEXT
OF EXTENDING THE INNOVATIVE MONOPOLY IN THE MARKET..... **278**

Seliuchenko Nadiia
ESTIMATING THE TREND OF THE ENTERPRISE ECONOMIC ACTIVITY
AS A COMPONENT OF ITS SUSTAINABLE DEVELOPMENT..... **284**

Tarasiuk Halyna, Laguta Yaroslav, Rudkovska Nataliia
THE EXTERNAL FORM OF IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
OF COMPANIES: THE ESSENCE AND THE DIRECTIONS..... **292**

Tkachenko Viktoriia, Kharchenko Tetiana
INFORMATION PROVISION OF THE NATURAL RESOURCES USE BY AGRICULTURAL
ENTERPRISES AS A COMPONENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY..... **298**

Fedorova Viktoriya
ENTERPRISE IMAGE LEVEL CONTROL..... **304**

Khromushyna Lyudmyla
INNOVATIVENESS AND FORMATION OF INNOVATIVE STRATEGY OF ENTERPRISES..... **308**

Chubuk Lesia
COMMERCIAL REAL ESTATE LEASING: ANALYSIS OF ECONOMIC EFFICIENCY..... **313**

Shkvaruk Dina, Mazur Vitaliy
ENTERPRISE PERSONNEL MANAGEMENT AS A DIRECTION FOR INCREASING PROFITS..... **324**

Shkvyrya Natalya
THEORETICAL FOUNDATIONS OF ENTERPRISE STRATEGIC MARKETING..... **328**

SECTION 4. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY

Bets Mariana, Yaholnyk Svitlana
APPOINTMENT OF ENTREPRENEURIAL UNIVERSITYIN VIEW
OF THE STRATEGIC PLANNING OF REGIONAL DEVELOPMENT
IN THE EXAMPLE OF THE LVIV REGION..... **334**

Lothys Oksana, Brygadyr Bogdan
THE INFLUENCE OF THE EDUCATIONAL COMPONENT
ON THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN UKRAINE..... **344**

SECTION 5. ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION

Kosar Natalia, Yarychevska Yaryna
ENVIRONMENTAL MARKETING MEASURES
IN THE ACTIVITIES OF LOCAL GOVERNMENT..... **352**

Udovytsya Oleh
WAYS TO IMPROVE ECONOMIC
ENVIRONMENTAL MECHANISM IN UKRAINE.....359

Shpakova Hanna
MECHANISMS OF PORTFOLIO FORMATION OF PROSPECTIVE
BIOSPHERIC COMPATIBLE TECHNOLOGIES IN CONSTRUCTION.....363

SECTION 6. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS

Chopko Nataliia, Vivchar Mariia, Smolii Marta
STRATEGIC ANALYSIS OF THE LEVEL OF INVOLVEMENT
AND LOYALTY OF STAFF IN THE ORGANIZATION.....369

SECTION 7. MONEY, FINANCES AND CREDIT

Zozulia Denys
IMPLEMENTATION OF FOREIGN EXPERIENCE OF FINANCIAL
PLANNING OF UKRAINE'S PUBLIC SECTOR ENTITIES.....376

Malynovska Yuliya
IMPLEMENTATION OF FOREIGN EXPERIENCE OF FINANCIAL
PLANNING OF UKRAINE'S PUBLIC SECTOR ENTITIES.....380

Mordan Yevgeniya, Malysh Dmitrii, Ryabukha Alyona
THEORETICAL BASIS OF COMPANY PROFIT MANAGEMENT.....384

Rud Inna, Lazarenko Vlada, Novak Katerina
ANALYSIS OF THE MONEY MARKET OF UKRAINE.....392

Sergeeva Elena, Biehmatov Rustam
KEY FACTORS OF IMPACT ON BUSINESS PLANNING
IN BANKS OF UKRAINE UNDER UNCERTAINTY.....397

Slatvinska Maryna
THE SCIENTIFIC AND METHODICAL APPROACH
TO THE ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY
OF THE FISCAL SYSTEM FUNCTIONING.....401

Solomina Ganna, Mahnitskiy Olexandr, Gavrish Oleg
TRANSFORMATION CHANGES IN THE FINANCIAL MARKET.....410

Tkachyk Fedir, Dmytriv Volodymyr
THE ADMINISTRATION OF PROPERTY TAXES
IN UKRAINIAN AND WORLD FISCAL PRACTICE.....415

Frunza Svetlana, Havrylova Nataliia
FEATURES OF FORMATION AND USE
OF LOCAL BUDGETS IN UKRAINE AND IN OTHER COUNTRIES
OF THE WORLD.....421

SECTION 8. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Bezkorovaina Lidiia
FEATURES OF USE AND ACCOUNTING OF SPECIAL CLOTHING
BY NATIONAL AND INTERNATIONAL STANDARDS.....427

Voloshina-Sidey Victoria
ACCOUNTING AND TAX ASPECTS OF COMPANY'S
REPRESENTATIVE EXPENDITURE.....433

Hnatyshyn Liudmyla, Prokopyshyn Oksana, Poverlyak Tetiana
VALORIZATION OF AGRICULTURAL PRODUCTS
IN THE ACCOUNTING SYSTEM OF FARMS.....438

Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia
MARKETING SUPPORT FOR COMMERCIALIZATION
INNOVATION PRODUCTS OF ENTERPRISES.....447

Ostroverha Rita
PRINCIPLES OF ORGANIZATION OF ACCOUNTING:
PREREQUISITES AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT.....454

Fomina Olena, Semenikhin Maksym
THE DEFINITION OF SETTLEMENT OPERATIONS
AND THE PRACTICE OF THEIR APPLICATION IN E-COMMERCE.....462

SECTION 9. MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Averkyna Maryna, Hurko Anna
ECONOMIC GROWTH OF THE COUNTRY: FACTORS AND FEATURES.....467

Averkyna Maryna, Shmyhelskyi Yurii
MODELING THE PROFITABILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES.....473

Loboda Olena
CREATION OF A MATHEMATICAL MODEL OF PRODUCTION FUNCTIONS IN MEAT PRODUCTION IN ORDER TO ASSESS FUNCTIONING OF AN AGRARIAN ENTERPRISE.....480

Pichugina Julia, Maksymova Julia, Maksymov Oleksandr
OPTIMIZATION OF SUPPLY CHAINS AT THE ENTERPRISE WITH THE USE OF MODERN SOFTWARE.....486

Potapova Nadiya, Ushkalenko Irina, Melnik Ivan
ECONOMETRIC MODEL TO ASSESS THE PRODUCTION OF LIVESTOCK PRODUCT.....491

Fisunenko Pavlo
DEVELOPMENT OF A STRATEGY FOR ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES USING THE FRAME CONCEPT.....498

Belyalov Talat
MODEL OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE EDUCATIONAL PROCESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS.....504

Наукове видання

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 40

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *С. Калабухова*

Засновник видання:
ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»
Адреса редакції: вул. Інглезі 6/1, оф. 135,
м. Одеса, Україна, 65009
Телефон: +38 (048) 709-38-69
Веб-сайт журналу: www.market-infr.od.ua
E-mail редакції: journal@market-infr.od.ua