

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 47

Частина 1



**Одеса
2019**

Головний редактор:

Шапошников К.С. – доктор економічних наук, професор

Члени редакційної колегії:

Велькі Януш – доктор економічних наук, професор

Гавкалова Н.Л. – доктор економічних наук, професор

Гальцова О.Л. – доктор економічних наук, професор

Дзієканські Павел – доктор економічних наук, професор

Іртищева І.О. – доктор економічних наук, професор

Коваль В.В. – доктор економічних наук, доцент

Піллелієне Ліна – доктор економіки, професор маркетингу

Пономаренко Т.В. – доктор економічних наук, доцент

Сафонов Ю.М. – доктор економічних наук, професор

Ситнік І.В. – доктор економічних наук, професор

Стеблянко І.О. – доктор економічних наук, доцент

Електронна сторінка видання – www.bses.in.ua

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

Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»

включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук на підставі Наказу МОН України від 16 травня 2016 року № 515.

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

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту
економіки та інновацій (протокол № 11 від 25.11.2019 року).**

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

ISSN (Print): 2524-0897

ISSN (Online): 2524-0900

© ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2019

ЗМІСТ

**РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ**

Мостепанюк А.В. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	7
--	---

**РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

Бондаревська К.В., Звягінцев В.С. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	14
---	----

Бондаренко А.Г., Самойленко Ю.С. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В БАЛКАНСЬКИХ КРАЇНАХ (НА ПРИКЛАДІ ХОРВАТІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ).....	19
---	----

Брандіс В.Ю., Кифак А.О. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКІВ ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ ТА ІЗРАЇЛЮ.....	24
---	----

Завгородній А.В., Скупський Р.М. ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ВЕКТОРУ РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ.....	30
---	----

Почерніна Н.В. МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: РЕГІОНАЛЬНІ ПОРІВНЯННЯ.....	35
---	----

Rodionova Tatiana, Moskovchuk Olena, Kyfak Andrii STABILITY ANALYSIS OF UKRAINIAN BANKING SYSTEM.....	40
---	----

Сімахова А.О. ІНСТРУМЕНТАРІЙ МОДЕЛЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ.....	47
---	----

Скрипник Н.Є., Шахова Ю.С. МІГРАЦІЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ГЕОЕКОНОМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....	51
--	----

Скрипник Н.Є., Ганзюк О.О. МІЖНАРОДНІ МОЖЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В ГЛОБАЛЬНИХ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ.....	56
--	----

**РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**

Вареник І.В., Осадча Н.М. ЗАСТОСУВАННЯ СНР У СФЕРІ ГОСПОДАРСЬКОГО МЕХАНІЗМУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	61
---	----

Омельяненко В.А., Ковтун Г.І. СТАНОВЛЕННЯ МЕРЕЖЕВОЇ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ.....	65
---	----

Радіонова О.М., Добрянська А.Ю. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	73
--	----

Радченко О.П., Карадобрі Т.В. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	79
--	----

Ситник Н.С., Капітанчук М.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ.....	83
---	----

Ставицька А.В., Нестеренко О.В. ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ.....	89
---	----

Ципліцька О.О. ПІДВИЩЕННЯ СПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ.....	94
---	----

Швець Ю.О., Мозолєвська А.І. ПДВ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ СТЯГНЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ.....	101
РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	
Балацька Н.Ю. ІНТЕГРОВАННИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	107
Боденчук Л.Б., Радіонова М.І. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ЕЛЕМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	114
Бондаренко С.М. ДОКУМЕНТАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ, НАЦІЛЕНОЇ НА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ МОДИ.....	118
Василига С.М. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ХОЛДИНГОВИМИ КОМПАНІЯМИ.....	122
Вислєбодська Г.П., Макаруха С.Р. КООПЕРАЦІЯ В ТУРИЗМІ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	126
Некрасова Х.С., Шуба Т.П., Євтушенко В.А. РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	131
Омельяненко О.М. АНАЛІЗ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА В ХОДІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ.....	136
Панченко В.А., Черненко О.В. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ЯК ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	141
Пилипенко О.С. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	147
Помаз О.М., Помаз Ю.В., Коробкіна В.М. ОСНОВНІ ПРИЧИНИ ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....	151
Радченко О.А., Гурьянова Н.В. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ДП МА «БОРИСПІЛЬ».....	156
Світлична А.В., Яснолоб І.О., Передерій О.О. СТАН СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКТОВОГО МАГАЗИНУ.....	160
Семенов К.Л. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ ДО МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ У ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ.....	164
Семенова Т.В., Беженова О.А. ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	172
Серьогіна Д.О., Куц А.В. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	177
Селіверстова Л.С., Міх О.М. ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ.....	182
Юшков П.О. ПРОБЛЕМИ І НЕДОЛІКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЬОВИХ ПРОГРАМ У СИСТЕМІ ПРОЄКТНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	187
Папаїка І.О. АНАЛІЗ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ НАСЕЛЕННЯ В ОКРЕМИХ ПРОДУКТАХ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	192

CONTENTS

SECTION 1. ECONOMICS AND HISTORY OF ECONOMIC IDEA

Mostepaniuk Alla METHODS FOR EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.....	7
--	---

SECTION 2. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Bondarevskaya Xenia, Zvyagintsev Vladislav TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC RELATIONS OF UKRAINE UNDER THE INFLUENCE OF INTEGRATION PROCESSES.....	14
Bondarenko Anastasia, Samoilenko Yuliya TRENDS AND FEATURES OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE BALKAN COUNTRIES (CROATIA AND MONTENEGRO).....	19
Brandis Victoria, Kyfak Andrii CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF VENTURE CAPITAL MARKETS OF UKRAINE AND ISRAEL.....	24
Zavhorodnii Andrii, Skupskiy Ruslan PROSPECTS OF FOREIGN ECONOMIC VECTOR FOR AGRICULTURAL SECTOR DEVELOPMENT OF THE BLACK SEA REGION.....	30
Pochernina Nataliia INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF ECONOMIC ENTITIES: REGIONAL COMPARISONS.....	35
Rodionova Tatiana, Moskovchuk Olena, Kyfak Andrii STABILITY ANALYSIS OF UKRAINIAN BANKING SYSTEM.....	40
Simakhova Anastasiia SOCIAL ECONOMY MODELS TOOLS IN GLOBAL DIMENSION.....	47
Skrypnyk Nataliia, Shakhova Yuliia MIGRATION OF HUMAN RESOURCES IN THE MINDS OF GEOECONOMIC TRANSFORMATION.....	51
Skrypnyk Nataliia, Hanzhiuk Oleksandr INTERNATIONAL POSSIBILITIES OF E-COMMERCE IN GLOBAL MACROECONOMIC RELATIONS.....	56

SECTION 3. ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Varenik Irina, Osadcha Natalia APPLICATION OF SNR IN THE FIELD OF THE ECONOMIC MECHANISM: PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION.....	61
Omelyanenko Vitaliy, Kovtun Galina THE FORMATION OF THE NETWORK MODEL OF THE INNOVATION PROCESS IN UKRAINE.....	65
Radionova Olha, Dobryanska Anastasiya ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF CULTURAL AND COGNITIVE TOURISM IN UKRAINE.....	73
Radchenko Oleksander, Karadobri Tatyana THE STATE AND PROSPECTS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE AGRARIAN ECONOMY SECTOR.....	79
Sytnik Nataliia, Kapitanchuk Mariana CURRENT SITUATION AND PROSPECTS OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UKRAINE.....	83
Stavytska Alla, Nesterenko Olena UKRAINE'S EXPORT POTENTIAL AND OPPORTUNITIES FOR ITS REALIZATION ON THE WORLD MARKET.....	89
Tsyplitska Olena ENHANCING THE STATE CAPABILITY IN INDUSTRIAL POLICY IMPLEMENTATION.....	94

Shvets Yuliya, Mosolevskaya Anastasia VAT IN UKRAINE: IMPLEMENTATION PROBLEMS AND PROSPECTS OF IMPLEMENTATION OF FOREIGN EXPERIENCE.....	101
SECTION 4. ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES	
Balatska Natalia INTEGRATED APPROACH TO DEVELOPMENT MANAGEMENT OF THE RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISE.....	107
Bodenchuk Liliya, Radionova Margarita INCREASE OF MEDICAL INSTITUTIONS' COMPETITIVENESS BY MEANS OF THE ELEMENTS OF STRATEGIC MANAGEMENT.....	114
Bondarenko Svitlana DOCUMENTATION OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE FASHION INDUSTRY.....	118
Vasylyha Serhii STRATEGIC MANAGEMENT OF HOLDING COMPANIES.....	122
Vyslobodska Halyna, Makarukha Stepan TOURISM COOPERATION: STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS.....	126
Nekrasova Khrystyna, Shuba Tetiana, Yevtushenko Viktoriia REGULATION OF ADVERTISING ACTIVITIES IN UKRAINE.....	131
Omelyanenko Olena NETWORK FACTOR OF INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT OF INNOVATION DEVELOPMENT STRATEGIES.....	136
Panchenko Vladimir, Chernenko Alexander THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE APPLICATION OF REGULATION AS A FUNCTION OF THE ORGANIZATION MANAGEMENT.....	141
Pylypenko Olena DIRECTIONS FOR IMPROVEMENT OF TOURISM DEVELOPMENT BASED ON INNOVATIVE MARKETING TECHNOLOGIES.....	147
Pomaz Oleksandr, Pomaz Julia, Korobkina Viktoria THE BASIC REASONS FOR LABOR CONFLICT ON DOMESTIC AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	151
Radchenko Olena, Hurianova Nataliia STRATEGIC PRIORITIES FOR BORYSPIL AIRPORT DEVELOPMENT.....	156
Svitlychna Alla, Yasnolob Ilona, Perederey Oleksandr STATE OF THE STRATEGIC MANAGEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE GOODS SHOP.....	160
Semenov Konstiantyn CONCEPTUAL BASES OF FORMATION OF THE COMPLEX APPROACH TO MARKETING-LOGISTICAL PROVISION OF THE ENTERPRISES IN PRODUCTION-TRADE CHAINS.....	164
Semenova Tetyana, Bezhenova Olena THE RATIONALE FOR THE IMPLEMENTATION OF INVESTMENT PROJECTS IN THE FACE OF UNCERTAINTY.....	172
Serogina Daria, Kushch Anna IMPROVING THE COST MANAGEMENT SYSTEM IN CONSTRUCTION ENTERPRISES.....	177
Seliverstova Liudmyla, Mih Oksana APPROACHES TO THE FORMATION OF THE STRATEGY OF INVESTMENT DEVELOPMENT OF LIGHT INDUSTRY IN THE CONTEXT OF ENSURING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY.....	182
Yushkov Pavlo PROBLEMS AND DISADVANTAGES OF IMPLEMENTING PROJECTS OF STATE TARGET PROGRAMS WITHIN THE PROJECT MANAGEMENT SYSTEM OF UKRAINE.....	187
Papayika Igor ANALYSIS OF THE SATISFACTION LEVEL OF THE POPULATION NEEDS IN FOOD PRODUCTS IN UKRAINE.....	192

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ METHODS FOR EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

У статті проаналізовано основні міжнародні стандарти та принципи нефінансового звітування щодо впровадження та ефективності корпоративної соціальної відповідальності. Досліджено особливості отримання інформації та підходи до визначення економічної, соціальної та екологічної ефективності соціальної діяльності бізнесу, яка є вкрай важливою для представників бізнесу, держави та суспільства у процесі прийняття раціональних рішень із метою задоволення власних інтересів. Проаналізовано основні підходи до визначення ефективності соціальної діяльності бізнесу, яка може бути представлена у формах економічності, результативності, доцільності, рівня акумулювання соціального капіталу та інтегрованого показника, що обраховується на основі даних анкетування та оцінки експертів. Розглянуто поняття соціальної відповідальності споживача як основи економічної ефективності соціальної діяльності бізнесу та її основних важелів впливу. На основі проведеного аналізу виокремлено основні обмеження процесу оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності, які мають бути враховані усіма зацікавленими сторонами.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, ефективність, добробут, соціальний капітал, довіра.

В статті проаналізовані основні міжнародні стандарти та принципи

нефінансового звітування щодо впровадження та ефективності корпоративної соціальної відповідальності. Исследованы особенности получения информации и подходы к определению экономической, социальной и экологической эффективности социальной деятельности бизнеса, которая является крайне важной для представителей бизнеса, государства и общества в процессе принятия рациональных решений для удовлетворения собственных интересов. Проанализированы основные подходы к определению эффективности социальной деятельности бизнеса, которая может быть представлена в формах экономности, результативности, целесообразности, уровня аккумулирования социального капитала и интегрированного показателя, который рассчитывается на основе данных анкетирования и оценки экспертов. Рассмотрено понятие социальной ответственности потребителя как основы экономической эффективности социальной деятельности бизнеса и ее основных рычагов воздействия. На основе проведенного анализа выделены основные ограничения процесса оценки эффективности корпоративной социальной ответственности, которые должны быть учтены всеми заинтересованными сторонами.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, эффективность, благосостояние, социальный капитал, доверие.

УДК 330.11

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-1>

Мостепанюк А.В.

к.е.н., докторант
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Mostepaniuk Alla

Taras Shevchenko
National University of Kyiv

The issue on the corporate social responsibility efficiency is extremely important for investors while making decisions where to invest, for consumers to decide which goods to buy and for the state itself as an indicator of businesses' contribution to provision of social support and an improvement of population welfare. Lately, this subject attracted the attention of scientists and business representatives in order to develop a unique method of measuring the efficiency of socially oriented behavior of business. Thus, up today, there are three key forms of efficiency, namely: economic, which can be seen as an increase in profitability; social, which includes the elimination of crucial social issues and formation of social capital as a foundation for further development of society; ecological, which presents the shift towards alternative sources of energy, minimization of pollution and other negative impacts on the environment, the practice of recycling and using the recycled materials. The wide range of expected benefits and the variety of evaluation units make the process of efficiency assessment more complex and difficult. In this context should be mentioned that the economic efficiency depends on the social responsibility of consumers, which assumes that consumers are going to switch their preferences towards products produced by social responsible business. Otherwise, the additional costs on running the social projects will not be covered, which leads to worsening financial results. At the same time, social efficiency depends on the social capital, which can be seen in two forms: as the gained skills, knowledge, better health conditions, trustful relationships, social support and sharing the common value, that leads to a higher productivity; and as a method of resource mobilization between business, society and the state, which contributes to the reduction of transaction costs. Based on the systematic analysis of available publications, the limitations of efficiency evaluation process were identified, namely: 1) the need for additional sociological research to identify crucial social problems, 2) the diversity of potential benefits, which complicates the definition of a single indicator of effectiveness, 3) the potential social impact of CSR is not limited to the reporting period, but continues and accumulates over subsequent periods, 4) the effectiveness of CSR can only be determined on the basis of the dynamics of the key indicators.

Key words: corporate social responsibility, efficiency, welfare, social capital, trust.

Постановка проблеми. Як відомо, з другої половини ХХ ст. бізнес почав добровільно брати на себе певні соціальні зобов'язання у відповідь на обмеження ринкової економіки щодо рівномірного розподілу багатства та надання соціаль-

ного захисту всім верствам населення. З часом до добровільних соціальних функцій бізнесу додалися захист прав людини, захист довкілля, сприяння розвитку місцевої громади, благодійність тощо – усі заходи, спрямовані на вирішення

нагальних соціальних проблем та задоволення інтересів та очікувань усіх зацікавлених сторін. Така поведінка бізнесу визначається як корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). Разом із тим КСВ здатна підвищити рівень конкурентоспроможності бізнесу в результаті підвищення ступеню пізнаваності продукції, рівня довіри та лояльності споживачів, що, своєю чергою, позитивно впливає на фінансові результати бізнесу та приваблює інвестиції. За таких умов інвестори та споживачі прагнуть мати інформацію щодо соціальної та фінансової ефективності соціальних проєктів представників приватного сектору з метою раціонального прийняття власних рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню сутності КСВ, її впливу на суспільство та фінансові результати підприємства, підходів до визначення ефективності присвячено роботи В.Д. Базилевича [1], Д.О. Баюри [2], В.В. Вірченка [1], З.І. Галушко [3], Н.І. Гражевської [1], В.П. Звонаря [4], А.М. Колота [5], Л.В. Потрашкової [6], Г.Л. Тульчинського [7] та С.М. Фірсової [8]. Окрім того, українські та міжнародні організації мають публікації щодо стандартів, принципів та критеріїв рейтингування соціально відповідальних компаній, серед яких: Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative) [9; 10], Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй (United Nations Global Compact) [11; 12], Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності [13], Журнал корпоративної відповідальності (Corporate Responsibility Magazine) [14], ГВардія [15]. Проте, незважаючи на наявні здобутки та запропоновані підходи до визначення ефективності КСВ, сьогодні необхідно сформулювати єдиний підхід до аналізу результатів соціальної діяльності підприємства, закріпити його на законодавчому рівні та ознайомити з ним представників бізнесу та суспільства.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення методів визначення ефективності КСВ, їх систематизація та узагальнення, що сприятиме формуванню єдиного раціонального підходу, який може бути використаним бізнесом у процесі планування власної соціальної діяльності, інвесторами під час прийняття рішень щодо інвестування, споживачами під час вибору продукції, найманими працівниками під час працевлаштування, державним сектором для визначення соціального ефекту КСВ на добробут населення та визначення рівня конкурентоспроможності економіки у цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, практика корпоративної соціальної відповідальності є взаємовигідною для основних трьох акторів економіки, а саме бізнесу, суспільства та держави, та може проявлятися у формі економічних (підвищення прибутковості та конкурентоспроможності), соціальних (надання соці-

ального захисту населенню, сприяння розвитку громади шляхом проведення освітніх, культурних та спортивних заходів) та екологічних (перехід на альтернативні джерела енергії, використання вторинної сировини, зменшення негативного впливу на довкілля) переваг.

Різноманітність та різномісність очікуваного позитивного впливу соціальної діяльності бізнесу затрудняє процес оцінювання її впливу та ефективності. Разом із тим необхідним є визначення структури звітування щодо соціальної діяльності та її результатів, показники якої будуть використані для обрахування ефективності. Нині система звітування щодо соціальної відповідальності бізнесу та її результатів визначається «Стандартами звітності Глобальної ініціативи зі звітності» та принципами «Глобального договору Організації Об'єднаних Націй».

Недержавна організація «Глобальна ініціатива зі звітності» була створена у 1997 р. з метою допомоги бізнесу, урядам та іншим організаціям визначити вплив їхньої діяльності на зміну клімату, права людини та корупцію. У 2000 р. розроблено Стандарти звітності, які згодом доповнювалися та перевидавалися. Найновіші стандарти зі звітності G4 були оприлюднені у 2013 р. та містять три основні групи показників: економічні, екологічні та соціальні (практика працевлаштування, права людини, суспільство та відповідальність за якість та безпечність продукції) [9]. Дані стандарти передбачають надання детальної інформації щодо можливого впливу функціонування організації на стан усіх зацікавлених сторін. Сьогодні понад 14 тис організацій надали свої звіти відповідно до стандартів, серед них – 22 українські компанії; усі звіти є у вільному доступі [10].

У той же період була сформована ініціатива Організації Об'єднаних Націй «Глобальний договір» (2000 р.), що спрямована на заохочення бізнесу вести комерційну діяльність відповідно до принципів сталого розвитку та КСВ, звітувати щодо виконання даних принципів. «Глобальний договір» запропонував структуру соціальної звітності, що містить інформацію щодо впровадження основних принципів у діяльність компанії, такі принципи поділяються на чотири групи: 1) захист прав людини; 2) недопущення дискримінації та примусової праці; 3) захист довкілля; 4) недопущення корупції [11].

Нині до ініціативи долучилися близько 14 тис компаній, з яких близько 12 тис є активними учасниками, тобто звітують щорічно. Крім того, 61 українська компанія є учасником даної ініціативи, 49 з яких є активними, 13 компаній долучилися до ініціативи протягом 2019 р. [12].

Головною перевагою даної ініціативи є відкритий доступ до нефінансових звітів компанії для всіх зацікавлених сторін, на основі яких можна

прослідкувати прогрес соціальної відповідальності кожного учасника, проте форма звітування не передбачає надання детальної інформації щодо фактичних заходів реалізації принципів КСВ, тобто відбувається лише констатація їх слідування, що ускладнює процес аналіз сучасного стану та динаміки соціальної діяльності бізнесу й її впливу на добробут населення. Разом із тим за таких умов можливі випадки недобросовісного звітування щодо КСВ із метою поліпшення власних конкурентних позицій на ринку без безпосередньої участі у вирішенні соціальних проблем та наданні соціального захисту населенню тощо.

У цьому контексті слід зазначити, що основним результатом соціальної відповідальності бізнесу є нагромадження соціального капіталу, що проявляється як окремий ресурс та як засіб мобілізації необхідних ресурсів. Соціальний капітал як ресурс акумулюється в результаті: 1) побудови довірчих міжособистісних стосунків між працівниками, управлінцями і працівниками, власниками та управлінцями, представниками бізнесу, споживачами та представниками бізнесу; 2) формування соціальної мережі на основі персональних «зв'язків»; 3) залучення громадськості до вирішення спільних проблем; 4) формування та слідування загальноприйнятим соціальним нормам [1]. Отже, побудова довірчих відносин та очікування спільної вигоди сприяють постійності норм поведінки економічних суб'єктів без будь-якого інституційного або іншого мотиваційного механізму, що сприяє подальшій акумуляції соціального капіталу. Обсяг акумульованого капіталу прямо пропорційний загальній тривалості реалізації проєктів КСВ та обернено пропорційний до ступеня актуальності принципів КСВ для суб'єкта й може бути визначений так:

$$SC = k \times \frac{TIME_{CSR}}{D^2}, \quad (1)$$

де SC – обсяг соціального капіталу, $TIME_{CSR}$ – загальна тривалість соціально відповідальної поведінки, D – рівень актуальності КСВ для суб'єкта, k – константа [4].

Окрім того, соціальний капітал може розглядатися як механізм мобілізації ресурсів (рис. 1), який допомагає суб'єктам взаємодії пропонувати ресурс, який вони мають у надлишку, та отримувати дефіцитний ресурс від інших суб'єктів. У такій взаємодії населення пропонує людський капітал, бізнес – фінансовий/фізичний капітал, держава – адміністративний капітал та громадянське суспільство – ресурс «вірогідності», що базується на соціальній активності та ініціативності [4].

На практиці проєкти КСВ реалізуються шляхом інвестування фінансових коштів та інших ресурсів (матеріальних та нематеріальних) у реалізацію стратегії соціальної відповідальності бізнесу, соціальних програм та суспільно важливих соціальних проєктів, розроблених з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін. Разом із тим КСВ може мати форму благодійності та волонтерства, за таких умов ефективність КСВ буде нижчою порівняно із соціальним інвестуванням. Вибір об'єкта інвестування відбувається відповідно до нагальних соціальних проблем, що потребують удосконалення та вирішення в межах принципів КСВ. Водночас соціальні інвестиції, спрямовані на захист прав людини, надання безпечних умов праці, підвищення кваліфікації працівників, призводять до побудови довірчих відносин (акумулявання людського капіталу) та підвищення продуктивності праці у цілому, що сприяє підвищенню соціальної та економічної ефективності діяльності організації [5].

Особливістю КСВ та її ефективності є її опосередкований ефект, який украй важко виміряти. На думку Колота, «оцінювання ефективності соціальної відповідальності – це процедура, за допомогою якої встановлюється міра відповідності стану соціальної відповідальності, виявленого в ході оцінювання, певним вимогам (критеріям, чинникам, нормам)» [5].

Разом із тим проєкти КСВ можуть різнитися за своїм напрямом: «внутрішні» спрямовані на формування людського капіталу компанії шляхом тренувань, надання безпечних умов праці, розвитку

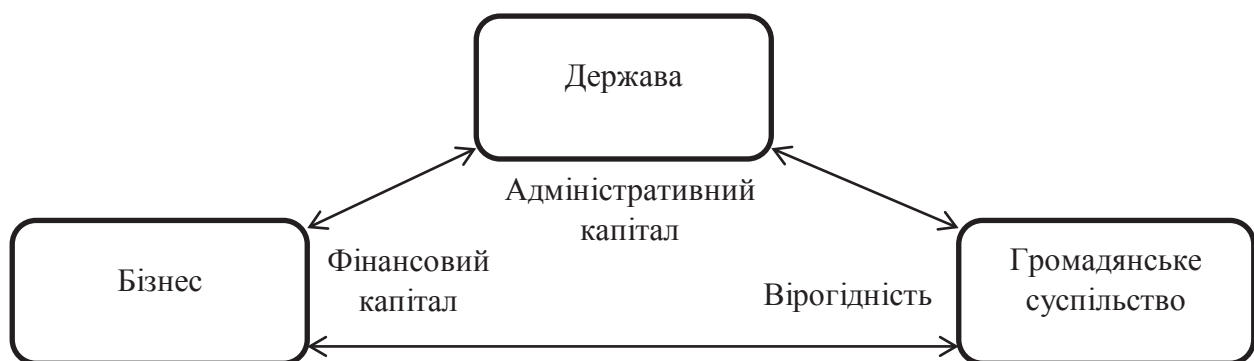


Рис. 1. Соціальний капітал як механізм мобілізації ресурсів

Джерело: розроблено на основі [4]

корпоративної культури тощо; «зовнішні» – соціальні заходи, спрямовані на благоустрій, захист довкілля, інвестиції в об'єкти інфраструктури та на організацію заходів з охорони здоров'я, освіти та культури, соціальний захист найбільш уразливих верств населення тощо. Відповідно до цього, ефективність теж буде різнитися, а саме: ефективність для бізнесу, що проявляється у підвищенні рівня лояльності та пізнаваності продукції компанії, підвищення рівня продажів, капіталізації тощо; ефективність для суспільства, що виявляється у формі соціальних благ населенню, які були недоступними раніше, кращих умов праці та життя, більш якісних товарів та послуг тощо [7].

Водночас існує класифікація видів ефективності, а саме:

1) Економність, яка визначається як відношення одержаного результату до витрат:

$$E = \frac{P}{B}, \quad (2)$$

де E – ефективність (економність), P – одержаний результат, B – витрати. Чим менші витрати, тим вища ефективність за умови отримання однакових результатів.

2) Результативність – відношення одержаного результату до поставлених цілей:

$$E = \frac{P}{Ц}, \quad (3)$$

де E – ефективність (результативність), P – отримані результати, $Ц$ – поставлені цілі. Отже, результативність вимірює міру реалізації поставлених цілей, ефективність тим вища, чим ближче результати поставленим цілям.

3) Доцільність, яка визначається як відношення цілей до реальних потреб і проблем суспільства:

$$E = \frac{Ц}{П}, \quad (4)$$

де E – ефективність (доцільність), $Ц$ – поставлені цілі, $П$ – нагальні потреби і проблеми. Ефективність тим вища, чим ближче поставлені цілі дійсним потребам.

Різноманітність підходів до визначення ефективності КСВ указує на її комплексність та міждисциплінарну природу формування. Так, для оцінки доцільності проєктів КСВ необхідно провести додаткові соціологічні та політологічні дослідження [7].

Окрім того, існують різні підходи до визначення ефективності проєктів КСВ, а саме шляхом:

1) визначення динаміки витрат на фінансування соціально орієнтованих проєктів. Такий підхід буде стимулювати компанії до постійно зростаючого соціального інвестування; разом із тим соціальна ефективність таких проєктів може знижуватися, якщо інвестиції спрямовуються у сфери, що не є актуальними та необхідними на даний час для даного регіону;

2) співвідношення із середнім рівнем внутрішніх та зовнішніх соціальних інвестицій. Даний метод є простим у використанні, проте не враховує пріоритетність проєктів, в які інвестуються кошти, та рівень вирішення нагальних соціальних проблем;

3) співставлення фактичних внутрішніх і зовнішніх соціальних інвестицій із затвердженими оптимальними нормативними показниками таких інвестицій. Для реалізації цього підходу необхідним є попередній аналіз соціального становища регіону та визначення основних напрямів, що потребують приватних соціальних інвестицій [7].

Отже, зазначені вище підходи є взаємодоповнюючими та охоплюють ефективність внутрішніх і зовнішніх соціальних інвестицій для бізнесу й суспільства у цілому. Усі очікувані прояви та ефекти КСВ можуть бути представлені у формі матриці, що включає переваги для бізнесу та суспільства від внутрішніх та зовнішніх соціальних інвестицій (табл. 1).

Водночас для отримання економічної ефективності від КСВ приватний бізнес, передусім, має спрямовувати свої проєкти соціальної відповідальності на задоволення потреб та очікувань суспільства, яке виступає у ролі «споживача»; за таких умов лояльність до продукції компанії зростає, що сприятиме підвищенню прибутковості бізнесу в цілому. Окрім того, заходи компанії, спрямовані на освіту та поліпшення навичок працівників, сприятимуть підвищенню продуктивності праці, що позитивно вплине на прибутковість бізнесу. Разом із тим будь-які соціально спрямовані дії компанії підвищують витрати, тому питання ефективності КСВ для бізнесу потребує більш детального вивчення. Щодо ефективності КСВ для суспільства ефективність є безумовною, оскільки рівень знань та навичок населення у цілому зростає та спостерігається соціальний прогрес, якість соціального життя поліпшується [6].

Таблиця 1

Матриця ефективності корпоративної соціальної відповідальності

	Внутрішні соціальні інвестиції	Зовнішні соціальні інвестиції
Ефективність для суспільства	«Піклування» – акумулювання людського капіталу шляхом тренування та навчання співробітників, охорона праці та здоров'я, розвиток корпоративної культури	«Залученість» – інвестиції в благоустрій, об'єкти інфраструктури, захист довкілля, соціокультурний розвиток громади (освітні, спортивні, розважальні заходи)
Ефективність для бізнесу	«Сумлінність» (чесність) – формування довірчих відносин зі споживачами, партнерами, інвесторами, кредиторами та конкурентами	«Успіх» – підвищення рівня пізнаваності та лояльності до продукції компанії, фінансова ефективність

Джерело: розроблено на основі [7]

Поняття соціальної відповідальності споживача може бути визначено як «усвідомлена готовність споживачів оцінювати свій вибір продукції з погляду його наслідків для суспільства». Саме соціальна відповідальність споживача є підґрунтям економічної ефективності проєктів КСВ. Отже, перед упровадженням принципів КСВ на добровільних засадах представники бізнесу повинні оцінити потенціал соціальної відповідальності споживача та виявити можливості впливу на рішення споживачів [6].

У цьому контексті слід відзначити результати дослідження, проведеного Потрашковою щодо намірів споживачів урахувати соціальну спрямованість діяльності виробника продукції та їх фактичні дії. Соціальну відповідальність виробника продукції як позитивну характеристику товару мали намір урахувати 61,2% опитаних, але лише 37,6% опитаних фактично врахували це під час здійснення покупки. Інформація щодо спрямування частки коштів від продажу продукції на благодійність сприяла формуванню наміру купівлі у 41,2% опитаних, серед яких лише 16,5% опитаних фактично надали перевагу такій продукції. Таке співвідношення очікуваних та фактичних дій указує на існування чинників, що перешкоджають реалізації сформованих намірів споживачів, до таких належать: 1) брак інформації (73% опитаних); 2) недостатньо високий дохід (27%); 3) брак часу (20%). Тобто розрив між бажаннями споживачів купувати продукцію компаній, що наслідують принципи КСВ, та їхніми фактичними діями зумовлений недостатньою поінформованістю, відсутністю вільного доступу до інформації щодо соціальної активності компанії [6].

Окрім того, для визначення рівня ефективності КСВ можуть бути використані показники щодо динаміки рівня задоволеності населення соціальним становищем у країні, рівня довіри до керівництва країни, рівня обізнаності населення щодо діючих соціальних програм у країні та пріоритетів у соціальній сфері, досягнутого соціального прогресу в країні тощо [5].

У цьому контексті слід зазначити, що нині в Україні визначенням ефективності КСВ займаються дві організації, а саме: «Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності» у формі рейтингу приватних компаній щодо до рівня їх «прозорості» та всеукраїнський рейтинговий журнал «ГВардія» стосовно ступеня «відкритості» та «активності» компаній щодо КСВ.

Так, починаючи з 2011 р. «Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності» визначає індекс «прозорості», що базується на основі оцінювання інформації, яка розміщується на сайті щодо політики КСВ та її основних результатів за чотирма категоріями: «звітність», «зміст», «навігація» та «доступність». Категорії «зміст» та «звіт-

ність» охоплюють сформовану політику компанії щодо КСВ та її наслідки, опубліковані у звіті. Категорії «навігація» та «доступність» оцінюють легкість доступу до інформації щодо соціальної відповідальності на офіційному сайті компанії, наявність інформації іноземними мовами, наявність контактної інформації, адаптованість для людей з обмеженими можливостями. Індекс «прозорості» формується як сума балів, отриманих відповідно до категорій [12].

За результатними оцінювання рівня «прозорості» соціальної діяльності українських приватних компаній за 2017 р. було визначено, що:

- середній рівень розкриття інформації на офіційних сайтах українських компаній є практично незмінним протягом трьох останніх років та становить 21,7%;
- середній рівень розкриття інформації компаній із ТОП-10 становить 62,3%;
- лише 8% приватних компаній мають достатній та вище рівень висвітлення інформації (рівень в 50% вважається «достатнім»);
- лише 16% найбільших українських компаній розмістили нефінансові звіти на своїх сайтах;
- лише 5% проаналізованих компаній інтегрували цілі сталого розвитку у свої нефінансові звіти;
- секторальний аналіз показав, що агропромислові компанії, компанії енергетики та металургії мають найвищий рівень прозорості, а компанії видобувної сфери – найнижчий;
- на сайтах українських філій міжнародних компаній більше ніж вдвічі частіше, ніж на сайтах національних компаній, висвітлюється інформація щодо КСВ [12].

Разом із тим рейтинг відкритості та активності компаній щодо КСВ формується на основі аналізу анкет, офіційних соціальних звітів та незалежних експертних оцінок щодо рівня розкриття інформації та соціальної діяльності компанії. Інтегрована оцінка формується за результатами отриманих балів у чотирьох блоках, а саме: 1) соціальний звіт як інструмент діалогу із суспільством; 2) системність в управлінні КСВ; 3) відкритість та системність взаємодії із зацікавленими сторонами; 4) відкритість та системність діяльності за основними напрямками КСВ. Окрім того, інтегральний показник урахує частку витрат на КСВ від чистого прибутку (чим нижча частка, тим вищим є індекс).

Інтегрований показник розраховується за формулою:

$$I_j = (\alpha \times \sum_{i=1}^{n_j} \frac{X_{ij}}{n_j} + \beta \times \sum_{i=1}^{m_j} \frac{Y_{ij}}{m_j}) \times k_j, \quad (5)$$

де I_j – інтегрований показник; X_{ij} – бал за кожним із критеріїв оцінки анкет компаній; Y_{ij} – середньоарифметичний бал за кожним із критеріїв оцінки компанії незалежним експертом; n_j – кількість оцінених критеріїв анкет компаній; m_j – кількість оцінених критеріїв незалежними експертами;

α , β , – вага оцінок, у даній методиці оцінки є рівнозначними, тому $\alpha=\beta=0,5$; k_j – коефіцієнт урахування масштабності соціальних інвестицій, якщо соціальні інвестиції становлять 10% та більше від чистого прибутку, тоді $k_j =1$, якщо 2,5% – 5%, тоді $k_j =0,9$, якщо до 1%, тоді $k_j =0,8$ [14].

Окрім того, Міжнародна організація «Журнал корпоративної відповідальності» (Corporate Responsibility Magazine) щороку публікує рейтинг 100 найбільш соціально відповідальних американських компаній, який визначається за вісьмома основними категоріями, а саме: 1) трудові відносини (з вагою 20,5% у загальному індексі); 2) зміна клімату (18%); 3) довкілля (18%); 4) зацікавлені особи та суспільство (12,5%); 5) права людини (11%); 6) рейтинг ISS-ESG щодо наслідування принципів сталого розвитку та розраховується на основі показників «довкілля», «суспільство» та «корпоративне управління» (8%); 7) корпоративне управління (7,5%); 8) фінансові показники (4,5%) [12].

Отже, проведений аналіз дав змогу визначити сукупність показників ефективності КСВ, джерел отримання даних та визначити обмеження, що виникають у процесі оцінки ефективності соціальної діяльності бізнесу (табл. 2).

Висновки з проведеного дослідження. Систематичний аналіз наявних наукових праць, публікацій національних та міжнародних організацій дав змогу окреслити основні принципи та стандарти звітування щодо впровадження й ефективності корпоративної діяльності бізнесу. Особливістю соціального (нефінансового) звітування є різноманітність форм впливу бізнесу на добробут населення, формування соціального капіталу, вирішення актуальних соціальних проблем, надання соціального захисту населенню та захист довкілля. Разом із тим питання ефективності КСВ є вкрай важливим для інвесторів у процесі прий-

няття рішень щодо інвестування, держави та споживачів. Саме тому існує низка теоретичних підходів до визначення ефективності соціальної діяльності бізнесу, що базується на визначенні співвідношення витрат та прибутків та «актуальності» соціальних проєктів, які реалізує бізнес. Окрім того, відповідно до іншого підходу, ефективність КСВ може бути визначена в результаті проведення опитування населення та за допомогою методу експертних оцінок, що є трудомісткими та потребують додаткових витрат.

Водночас проведене дослідження дало змогу виокремити основні обмеження, що виникають у процесі оцінки ефективності КСВ, а саме: 1) потреба у додаткових соціологічних дослідженнях із метою визначення нагальних соціальних проблем; 2) різновимірність потенційних переваг, що ускладнює визначення єдиного показника ефективності; 3) потенційний соціальний вплив КСВ не обмежується звітним періодом, а продовжується та акумулюється протягом наступних періодів; 4) ефективність КСВ може бути визначена лише на основі динаміки основних показників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Accumulation of social capital as a positive externality of corporate social responsibility development in transition economies / V.D. Bazylevych et al. *Scientific Bulletin of National Mining University*. 2019. № 1. P. 132–139.
2. Баюра Д.О. Формування систем корпоративного управління на засадах соціальної відповідальності. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2013. № 10(151). С. 18–22.
3. Галушка З.І. Вплив соціальних інновацій на модернізацію економічних відносин. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2019. № 2(203). С. 6–11.

Таблиця 2

Показники, джерела даних та обмеження процесу визначення ефективності КСВ

	Показник	Джерело інформації	Обмеження
Економічна ефективність	- Обсяг продажів - Продуктивність - Прибутковість - Лояльність покупців - Імідж компанії - Пізнаваність продукції - Рівень довіри до виробника та продукції	- Фінансовий звіт - Нефінансовий звіт - Опитування, анкетування - Метод експертних оцінок	- Потребують додаткових соціологічних досліджень для визначення нагальних соціальних проблем - Різновимірність потенційних переваг, що ускладнює визначення єдиного показника ефективності
Соціальна ефективність	- Рівень довіри громадян - Рівень життя суспільства - Доступність освіти та послуг з охорони здоров'я - Благодійність та волонтерство - Захист прав людини	- Нефінансовий звіт, - Опитування, анкетування, - Метод експертних оцінок.	- Потенційний соціальний вплив КСВ не обмежується звітним періодом, а продовжується та акумулюється протягом наступних періодів
Екологічна ефективність	- Перехід на альтернативні джерела енергії - Вторинне використання сировини - Захист довкілля		- Ефективність КСВ може бути визначена лише на основі «динаміки» основних показників

Джерело: складено автором

4. Звонар В.П. Соціальна відповідальність як соціоекономічний феномен: теорія та українські реалії : монографія. Київ : Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2018. 288 с.

5. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А.М. Колот та ін. ; за ред. А.М. Колота. Київ : КНЕУ, 2012. 501 с.

6. Потрашкова Л.В. Потенціал соціально відповідального підприємства: концепція та моделі : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 309 с.

7. Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности. Санкт-Петербург : НИУ ВШЭ, 2012. 236 с.

8. Фірсова С.М. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2011. № 121–122. С. 73–76.

9. Reporting Principles and Standard Disclosures / Global Reporting Initiative, 2013. URL: <https://www2.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf> (дата звернення: 28.11.2019).

10. Database / Global Reporting Initiative. URL: <https://database.globalreporting.org/> (дата звернення: 25.11.2019).

11. Principles. / UN Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles> (дата звернення: 25.11.2019).

12. Participants / UN Global Compact. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants> (дата звернення: 25.11.2019).

13. Індекс прозорості сайтів українських компаній – 2017 / А. Зінченко та ін. Київ : Юстон, 2018. 28 с. URL: http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/Transp_Index_2018_preview-.pdf (дата звернення: 24.11.2019).

14. 100 Best Corporate Citizens 2019 / Corporate Responsibility Magazine. URL: <https://www.3blassociation.com/files/g55EQV/CR%20Magazine%20-%20100%20Best%20Corporate%20Citizens%202019.pdf> (дата звернення: 25.11.2019).

15. Методика рейтингу відкритості та системності компаній у сфері КСВ – 2013 / ГВардия. URL: http://kontrakty.ua/doc/methods_CSR_2013.pdf (дата звернення: 24.11.2019).

REFERENCES:

1. Bazylevych V.D., Grazhevskaya N.I., Mostepaniuk A.V., Virchenko V.V. (2019) Accumulation of social capital as a positive externality of corporate social responsibility development in transition economies. *Scientific Bulletin of National Mining University*, vol. 1, pp. 132–139.

2. Bayura D.O. (2013) Formuvannya system korporativnoho upravlinnya na zasadakh sotsial'noyi vidpovidal'nosti [Formation of corporate governance systems on the basis of social responsibility]. *Visnyk Kyivskoho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, vol. 10(151), pp. 18–22.

3. Halushka Z.I. (2019) Vplyv sotsial'nykh innovatsiy na modernizatsiyu ekonomichnykh vidnosyn [Influence

of social innovations on the modernization of economic relations]. *Visnyk Kyivskoho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, vol. 2(203), pp. 6–11.

4. Zvonar V.P. (2018) *Sotsial'na vidpovidal'nist' yak sotsioekonomichnyy fenomen: teoriya ta ukrayins'ki realiyi: monohrafiya* [Social responsibility as a socio-economic phenomenon: theory and Ukrainian realities: monograph]. Kyiv: M.V. Ptukh Institute of Demography and Social Research, NAS of Ukraine. (in Ukrainian)

5. Kolot A.M., Hrishnova O.A., Brintseva O.H., Herasymenko O.O., Danylenko O.A., Dumanska V.P., Il'nits'ka O.I., Il'nits'kyi Ya.V., Motorna I.I., Petrova I.L., Petyukh V.M., Tsybalyuk S.O., Shevchenko L.S. (2012) *Sotsial'na vidpovidal'nist': teoriya i praktyka rozvytku: monohrafiya* [Social responsibility: theory and practice of development: monograph]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)

6. Potrashkova L.V. (2018) *Potentsial sotsial'no vidpovidal'noho pidpryyemstva: kontseptsiya ta modeli: monohrafiya* [Potential of socially responsible enterprise: concept and models: monograph]. Kharkiv: KhNEU. (in Ukrainian)

7. Tulchinskiy G.L. (2012) *Korporativnyye sotsial'nyye investitsii i sotsial'noye partnerstvo: tekhnologii i otsenka effektivnosti* [Corporate social investment and social partnership: technology and performance evaluation]. St. Petersburg: HSE. (in Russian)

8. Firsova S.M. (2011) *Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu v Ukrayini: marketynhovyy aspekt* [Social responsibility of business in Ukraine: marketing aspect]. *Visnyk Kyivskoho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, vol. 121–122, pp. 73–76.

9. Global Reporting Initiative. (2013) Reporting Principles and Standard Disclosures. Available at: <https://www2.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf> (accessed 28 November 2019).

10. Global Reporting Initiative. Database. Available at: <https://database.globalreporting.org/> (accessed 25 November 2019).

11. UN Global Compact. Principles. Available at: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles> (accessed 25 November 2019).

12. UN Global Compact. Participants. Available at: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants> (accessed 25 November 2019).

13. Zinchenko A., Reznik N., Saprykina M. (2018) *Indeks prozorosti saytiv ukrayins'kykh kompaniy – 2017* [Transparency Index of Ukrainian Companies' Sites – 2017]. Kyiv: Juston. Available at: http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/Transp_Index_2018_preview-.pdf (accessed 24 November 2019).

14. Corporate Responsibility Magazine. (2019) 100 Best Corporate Citizens 2019. Available at: <https://www.3blassociation.com/files/g55EQV/CR%20Magazine%20-%20100%20Best%20Corporate%20Citizens%202019.pdf> (accessed 25 November 2019).

15. Hvardiya. (2013) *Metodyka reytnynhu vidkrytosti ta systemnosti kompaniy u sferi KSV – 2013*. [Methodology of rating the openness and systematicness of companies in the field of CSR – 2013] Available at: http://kontrakty.ua/doc/methods_CSR_2013.pdf (accessed 24 November 2019).

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ
ПІД ВПЛИВОМ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВTENDENCIES OF DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC RELATIONS
OF UKRAINE UNDER THE INFLUENCE OF INTEGRATION PROCESSES

У статті досліджено динаміку та особливості зовнішньоекономічних відносин України під впливом інтеграційних процесів, зокрема в контексті співробітництва з Європейським Союзом. Визначено передумови двостороннього співробітництва та нормативно-правове підґрунтя. На підставі оціночних показників проведено аналіз динаміки та рівня розвитку зовнішньоекономічних відносин України з Європейським Союзом, а саме аспект двосторонньої торгівлі та прями іноземні інвестиції з ЄС в Україну. Виявлено, що активізація зовнішньої торгівлі України з ЄС відбувалася у 2018 р., про що свідчить значна питома вага двосторонньої торгівлі (41,1% від загального обсягу торгівлі України). Тенденції розвитку зовнішньоекономічних відносин України в актуальних умовах інтеграції до Євросоюзу уявляються у важливій ролі партнерських торговельних відносинах та їх залежності від світової економіки. Визначено подальші перспективи розвитку зовнішньоекономічних відносин України під впливом інтеграційних процесів, сформувано рекомендаційні заходи щодо поліпшення стану двостороннього співробітництва Україна – ЄС.

Ключові слова: зовнішньоекономічні відносини, інтеграційні процеси, експорт, імпорт, прями іноземні інвестиції, двостороннє співробітництво, євроінтеграція.

В статті досліджено динаміку та особливості зовнішньоекономічних відносин

України під впливом інтеграційних процесів, в контексті співробітництва з Європейським Союзом. Определены предпосылки двустороннего сотрудничества, их нормативно-правовая основа. На основании оценочных показателей проведен анализ динамики и уровня развития внешнеэкономических отношений Украины с Европейским Союзом, а именно аспект двусторонней торговли и прямые иностранные инвестиции из ЕС в Украину. Выявлено, что активизация внешней торговли Украины с ЕС происходила в 2018 г., о чем свидетельствует значительный удельный вес двусторонней торговли (41,1% от общего объема торговли Украины). Тенденции развития внешнеэкономических отношений Украины в актуальных условиях интеграции в Евросоюз представляются в важной роли партнерских торговых отношений и их зависимости от мировой экономики. Определены дальнейшие перспективы развития внешнеэкономических отношений Украины под влиянием интеграционных процессов. Сформулированы рекомендательные меры по улучшению состояния двустороннего сотрудничества Украина – ЕС.

Ключевые слова: внешнеэкономические отношения, интеграционные процессы, экспорт, импорт, прямые иностранные инвестиции, двустороннее сотрудничество, евроинтеграция.

УДК 339.56.055

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-2>

Бондаревська К.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та управління національним
господарством
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

Звягінцев В.С.

студент
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

Bondarevskaya Xenia

Oles Honchar Dnipro National University
Zvyagintsev Vladislav
Oles Honchar Dnipro National University

The article explores the dynamics and peculiarities of Ukraine's foreign economic relations under the influence of integration processes, in particular in the context of cooperation with the European Union. Countries actively engage with them and seek to benefit from their economic and economic benefits. Therefore, Ukraine, planning its foreign economic relations, is guided by the advantages and incentives given to it by the European integration processes. It is revealed that the modern foreign economic activity of Ukraine under conditions of activation of the European integration processes is undergoing certain changes. The prerequisites for bilateral cooperation and the legal framework have been identified. Thus, Ukraine has received great incentives to intensify its foreign economic relations in the European direction by signing the Association Agreement with the European Union. On the basis of the evaluation indicators, the dynamics and level of development of Ukraine's foreign economic relations with the European Union were analyzed, namely, the bilateral trade aspect and foreign direct investment from the EU to Ukraine. It is revealed that the Ukrainian foreign trade intensification with the EU took place in 2018, as evidenced by the significant share of bilateral trade (41.1% of Ukraine's total trade). The tendencies of development of foreign economic relations of Ukraine in the current conditions of integration into the European Union are represented in the important role of partnership trade relations and their dependence on the world economy. Recently, Ukraine's foreign economic relations with the EU in the export of services, including transport services, especially pipeline services, as well as various business, professional, technical, construction, communications and travel services have become more active. All of them play an important role in bilateral relations. At the same time, the presence of Ukraine in the most dynamic areas of services such as tourism, information, engineering, scientific, technical, financial, management - is insignificant. Further prospects for the development of Ukraine's foreign economic relations under the influence of integration processes have been determined, and recommendations for improving the state of bilateral cooperation between Ukraine and the EU have been formed.

Key words: foreign economic relations, integration processes, exports, imports, foreign direct investment, bilateral cooperation, European integration.

Постановка проблеми. Великі можливості інтеграційних процесів створюють потужний потенціал для реалізації зовнішньоекономічних відносин країни. Сучасна зовнішньоекономічна діяльність України в умовах активізації євроінтеграційних процесів зазнає певних змін, що актуа-

лізує необхідність дослідження стану зовнішньоекономічних зв'язків України з Євросоюзом для використання ефектів від масштабів інтеграції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасним дослідженням тенденцій розвитку зовнішньоекономічних відносин України

під впливом інтеграційних процесів присвячено чимало українських наукових праць. Більше уваги аспектам вивчення співробітництва України з Євросоюзом приділили такі науковці, як В. Романенко, Л. Лебедева, В. Мовчан, Н. Ситник, Г. Юркевич. Авторами визначено тенденції зовнішньоекономічних відносин України, але небагато уваги приділено саме проблемним питанням особливостей зовнішньоторговельних відносин України з ЄС у контексті ратифікації двосторонньої Угоди про асоціацію.

Постановка завдання. Розвиток зовнішньоекономічних відносин України є досить складним процесом у сучасних умовах глобалізації міжнародної торгівлі. Диверсифікація форм співробітництва та зовнішньоекономічних зв'язків країни потребує постійного аналізу окремих аспектів задля подальшого їх розширення і зміцнення зі стратегічними партнерами. Зокрема, особливої уваги у цьому контексті набувають дослідження оціночних показників зовнішньої торгівлі України, структура та географічний напрямок зовнішньоторговельних зв'язків. Отже, метою дослідження є визначення тенденцій розвитку зовнішньоекономічних відносин України під впливом інтеграційних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах розвитку глобалізації та активізації інтеграційних процесів національні економіки не можуть залишитися осторонь зовнішньоекономічних відносин. Країни активно залучаються до них та намагаються використовувати їхні переваги та ефекти виходячи зі своєї економічної доцільності. Україна, плануючи свої зовнішньоекономічні відносини, також керується перевагами та стимулами, які їй надають євроінтеграційні процеси.

Зовнішньоекономічні відносини України здійснюються за рахунок провадження нею зовнішньоекономічної діяльності. Згідно зі ст. 1 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іно-

земних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [1].

21 березня 2014 р. Україна отримала великі стимули для активізації своїх зовнішньоекономічних відносин в європейському напрямі за рахунок підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом (це політичний складник), а 27 червня 2014 р. було підписано економічний складник [2; 3].

Відповідні події відкрили нові горизонти України для здійснення зовнішньоекономічних відносин під впливом інтеграційних процесів та завоювання нових ніш на європейських ринках. Зміни в зовнішній торгівлі між Україною та Євросоюзом демонструють певні коливання під дією зовнішніх та внутрішніх чинників (рис. 1).

Активізація зовнішньої торгівлі України з ЄС відбувалася у 2018 р., про що свідчить значна питома вага двосторонньої торгівлі (41,1% від загального обсягу торгівлі України). Протягом 2018 р. загальний обсяг торгівлі товарами та послугами між Україною та ЄС становив 49 317,1 млн. дол. США. У 2018 р. обсяги українського експорту до країн ЄС становили 23 032 млн. дол. США, що на 14,3% перевищило показник попереднього року. Імпорт із країн ЄС у 2018 р. дорівнював 26 285,1 млн. дол. США, що на 12,7% перевищило показник попереднього року. У двосторонній торгівлі зберігалася негативне сальдо у розмірі 3 253,1 млн. дол. США [4].

Зовнішньоекономічні відносини України з Євросоюзом є стратегічно важливими для нашої країни з огляду не лише на географічний чинник, а й у контексті подальшої інтеграції України в структури ЄС. Найбільшими торговельними партнерами України серед країн ЄС у 2018 р. були Німеччина (18,1%), Польща (14,7%), Італія (9,8%), Угорщина (6,1%), Нідерланди (5,5%), Велика Британія (5,1%), Франція (4,6%) [4].

Активізувалися зовнішньоекономічні орієнтири України в напрямку експорту продукції до

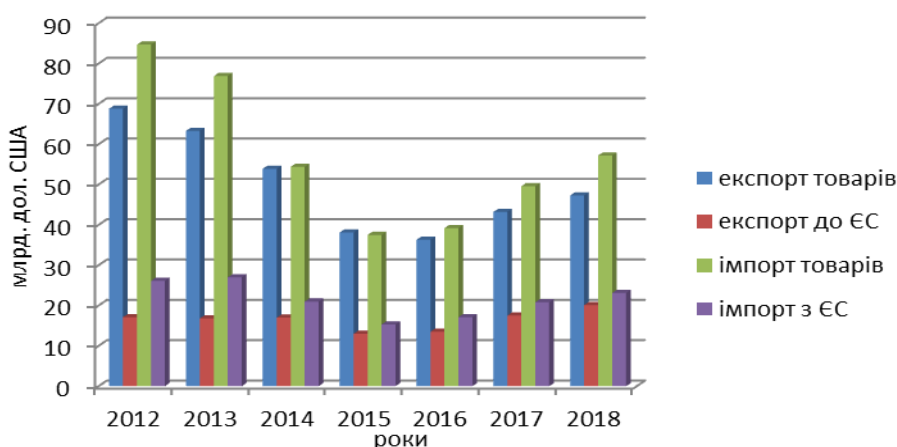


Рис. 1. Динаміка зовнішньої торгівлі товарами України, у тому числі з країнами ЄС, за 2012–2018 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено авторами за даними [4]

Польщі (питома вага експорту у 2018 р. становила 14,9%), Італії (11,9%), Німеччини (11,3%), Нідерландів (7,8%), Угорщини (7,4%), Іспанії (6,2%), Великої Британії (4,9%). Найбільші імпортери з ЄС до України представлені такими країнами, як Німеччина (24,2%), Польща (14,5%), Італія (7,9%), Франція (6,1%), Велика Британія (5,3%), Угорщина (5%), Чехія (4,1%), Нідерланди (3,5%) [4].

Ураховуючи відповідні тенденції розвитку зовнішньоекономічних відносин України з країнами ЄС, виділяються такі групи торговельних партнерів України за обсягами торговельного обороту (табл. 1).

Товарний напрям зовнішньоекономічних відносин України з Євросоюзом відрізняється розгалуженою структурою статей експорту. До основних товарних категорій українського експорту до ЄС належать: чорні метали (18,4%); електричні машини і устаткування (11,8%); зернові культури (11,0%); руди, шлаки та зола (9,0%); насіння та плоди олійних рослин (5,8%); жири та олії тваринного або рослинного походження (5,7%); деревина і вироби з деревини (5,2%). Але все ж таки ще простежується досить низька ефективність використання українськими підприємствами торговельних переваг ЄС [3].

Останнім часом певної активізації набули зовнішньоекономічні відносини України з ЄС в експорті послуг, зокрема транспортні послуги, особливо послуги трубопровідного транспорту, а також різні ділові, професійні, технічні, будівельні послуги, зв'язку та подорожі. Усі вони відіграють важливу роль у двосторонніх відносинах. При цьому присутність України в найбільш динамічних сферах послуг: туристичних, інформаційних, інженерних, науково-технічних, фінансових, управлінських є незначною.

тому зазначені структурні особливості української зовнішньої торгівлі послугами потребують істотних змін, що в перспективі прискорить входження України до економічного простору Євросоюзу.

Аналіз сучасних зовнішньоекономічних відносин України під впливом інтеграційних процесів свідчить про недостатнє використання країною потенціалу співробітництва з Євросоюзом, а також про існування низки гальмуючих проблем. Важливу роль може відіграти реалізація потенціалу в галузі транзиту енергоносіїв, авіаційних транспортних перевезень. Для підвищення ефективності присутності України на ринках ЄС важливим є піднесення рівня розвитку високих технологій та включення її до глобального високотехнологічного простору [7].

Національна економіка України потребує кардинальних змін: ведення політики, орієнтованої на збільшення обсягів товарного експорту через упровадження інноваційних розробок; підвищення якості вітчизняної продукції, яка має відповідати світовим нормам і стандартам; створення достатнього рівня конкурентоспроможності національних товарів на європейських ринках; зменшення обсягів імпортої продукції з ЄС на українському ринку, яка має вітчизняні аналоги. Стимулюючи розвиток експортоорієнтованих галузей, Україна не лише посилить зовнішньоекономічні відносини з Євросоюзом, а й більше поповнить державний бюджет за рахунок зростання обсягів продажу більш якісної та конкурентоспроможної продукції [5].

Зовнішньоекономічні відносини України під впливом інтеграційних процесів також активізувалися в інвестиційному середовищі. Прямі іноземні інвестиції є визначальною передумовою розвитку національної економіки України (рис. 2).

Таблиця 1

Основні торговельні партнери України серед країн ЄС

Торговельний оборот	Країни групи
Перша група – 2 млрд дол. США	Італія, Польща, Німеччина, Угорщина, Велика Британія та Франція
Друга група – від 1 до 2 млрд дол. США	Нідерланди, Чехія, Австрія, Румунія, Словаччина, Іспанія, Бельгія
Третя група – до 1 млрд дол. США	Кіпр, Литва, Швеція, Болгарія, Фінляндія, Словенія, Данія, Естонія, Греція, Латвія, Португалія, Ірландія, Мальта, Люксембург

Джерело: складено авторами за даними [4]

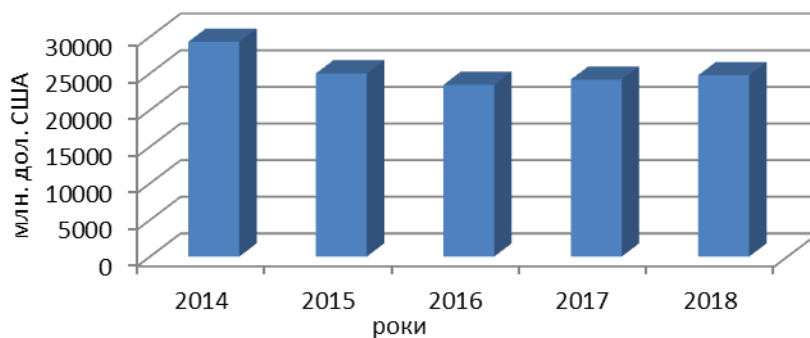


Рис. 2. Прямі іноземні інвестиції в економіку України з Європейського Союзу, млн. дол. США

Джерело: складено авторами за даними [6]

Після спаду прямих іноземних інвестицій з Євро-союзу в 2016 р. 2017 та 2018 рр. демонструють при-тік європейського капіталу в економіку України, що є важливим індикатором поліпшення стану зовніш-ньоєкономічних відносин України з європейськими партнерами. Позитивні зрушення в диверсифікації ринків збуту української продукції, доступ до залу-чення фінансових ресурсів, поліпшення інституці-ональної структури національної економіки – усе це позитивно вплинуло на розширення зовніш-ньоєкономічних відносин України з Європейським Союзом. Відповідна активізація зовнішньоєконо-мічних орієнтирів України позначилася на поліп-шенні її позицій у рейтингу Глобального індексу конкурентоспроможності (ГІК) 2017/2018, де вона піднялася на чотири пункти і зайняла 81-е місце серед 137 країн світу, які досліджувалися (у ГІК 2016/2017 – 85-е місце серед 138 країн) [8].

Україна не повинна втрачати започатковані тенденції нарощування стимулів у зовнішньоєко-номічних відносинах, зокрема в процесі надход-ження прямих іноземних інвестицій у національну економіку. Але певні прогалини у нормативно-пра-вовій базі інвестиційної діяльності потребують тер-мінового вдосконалення. Також для приваблення європейських партнерів Україні доцільно внести певну прозорість у процеси приватизації, акти-візувати розвиток корпоративного управління та формування позитивного іміджу країни для закор-донних інвесторів. Активізація зовнішньоєкономі-чних відносин України можлива й за рахунок певної переорієнтації зовнішньоєкономічної діяльності на експортні галузі шляхом підвищення конкуренто-спроможності української продукції; використання інноваційних технологій у виробничих процесах; стимулювання розвитку експортоорієнтованих галузей; поліпшення економічного та інвестицій-ного середовища і постійної стабілізації валютного курсу гривні до інших валют світу.

Висновки з проведеного дослідження. Вива-жена державна політика стимулювання експорту, організація оперативної роботи державних органів щодо активного просування української експорт-ної продукції на зовнішні ринки та захист інтер-есів вітчизняних експортерів за кордоном зможуть зміцнити позиції України на світових ринках, тим самим у перспективі підвищити ступінь інтенсифі-кації зовнішньоєкономічних відносин України під впливом інтеграційних процесів. Ефективна реалізація зовнішньоєкономічних відносин України можлива за умови довгострокової співпраці наці-ональних суб'єктів господарювання зі стратегіч-ними зовнішньоторговельними партнерами. Також активна дієва державна політика щодо залучення іноземних інвестицій дасть змогу оновити вироб-ничі потужності та підвищити рівень конкуренто-спроможності товарів вітчизняного виробництва й завоювати нові ніші на світових ринках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» № 959-XII від 16.04.1991 (зі змінами та доповненнями). URL: <https://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 30.11.2019).
2. Закон України «Про ратифікацію Угоди про асо-ціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони» №1678-VII від 16.09.2014. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1678-18#n2> (дата звернення: 30.11.2019).
3. Відносини між ЄС та Україною: інформаційна довідка. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage_uk/29685 (дата звернення: 30.11.2019).
4. Географічна структура зовнішньої торгівлі України. *Офіційний сайт Державної служби статис-тики України*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 30.11.2019).
5. Романенко В.А., Лебедева Л.В. Зовнішня тор-гівля України з ЄС: тенденції, проблеми перспек-тиви. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 71–77. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/11.pdf (дата звернення: 30.11.2019).
6. Інвестиційний клімат в Україні. *Офіційний сайт Міністерства фінансів України*. URL: <http://www.mfa.gov.ua> (дата звернення: 30.11.2019).
7. Ситник Н.С., Юркевич Г.І. Сучасний стан роз-витку зовнішньоторговельних відносин України з Європейським Союзом. *Молодий вчений*. 2018. № 2(54). С. 417–420.
8. Торговельно-економічне співробітництво Україна – ЄС / Представництво України при Євро-пейському Союзі та Європейському Співтоваристві з атомної енергії. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/ukraine-eu/trade-and-economic/ukraine-eu-trade> (дата звернення: 30.11.2019).

REFERENCES:

1. Law of Ukraine "On Foreign Economic Activity" (as amended). Available at: <https://www.rada.gov.ua> (accessed 30 November 2019).
2. Law of Ukraine "On Ratification of the Association Agreement between Ukraine, of the one part, and the European Union, the European Atomic Energy Community and their Member States, of the other part". Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1678-18#n2> (accessed 30 November 2019).
3. EU-Ukraine relations: background вебсайт. Avail-able at: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage_uk/29685 (accessed 30 November 2019).
4. The geographical structure of Ukraine's foreign trade. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. вебсайт. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 30 November 2019).
5. Romanenko V.A., Lebedeva L.V. (2017) Zovnish-nya torhivlya Ukrayiny z YES: tendentsiyi, problemy per-spektyvy [Ukraine's foreign trade with the EU: trends, prospects]. *Economy and society*. vol. 9. pp. 71–77. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/jour-nal/9_ukr/11.pdf (accessed 30 November 2019).
6. Investment climate in Ukraine. Official site of the Ministry of Finance of Ukraine. вебсайт. Available at: <http://www.mfa.gov.ua>. (accessed 30 November 2019).

7. Sytnyk N.S., Yurkevych H.I. (2018) Suchasny stan rozvytku zovnishn'otorhovel'nykh vidnosyn Ukrayiny z Yevropeys'kym Soyuzom [The current state of development of Ukraine's foreign trade relations with the European Union]. Young scientist. vol. 2 (54), pp. 417–420.

8. Ukraine-EU trade and economic cooperation. Representation of Ukraine to the European Union and the European Atomic Energy Community. Available at: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/ukraine-eu/trade-and-economic/ukraine-eu-trade> (accessed 30 November 2019).

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В БАЛКАНСЬКИХ КРАЇНАХ (НА ПРИКЛАДІ ХОРВАТІЇ ТА ЧОРНОГОРІЇ)

TRENDS AND FEATURES OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE BALKAN COUNTRIES (CROATIA AND MONTENEGRO)

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-3>

Бондаренко А.Г.

студентка

Запорізький національний університет

Самойленко Ю.С.

аспірантка

Запорізький національний університет

Bondarenko Anastasia

Zaporizhzhia National University

Samoilenko Yuliya

Zaporizhzhia National University

У статті досліджується стан туристичної сфери в таких країнах, як Чорногорія та Хорватія, за період 2012–2017 рр., аналізуються основні тенденції та проблеми розвитку цієї галузі й пропонуються шляхи щодо їх вирішення. Стаття розкриває взаємозв'язок між доходами та витратами, а також актуальні проблеми, що виникають у цій сфері. Проведено дослідження взаємозалежності кількості туристів, витрат на туристичну галузь та доходів від неї на основі аналізу статистичних даних. Розглянуто проблему законодавчо не узгоджених рішень, що призводить до помірному розвитку деяких видів туризму в Хорватії. Досліджено вплив швидкого розвитку орендного бізнесу в Чорногорії та приватного сектору з надання готельних послуг, що показує нерозгорнуту інфраструктуру готельного бізнесу. Перераховані проблеми є досить важливими для сучасного стану туризму та економік досліджуваних країн, оскільки ці держави децю залежні від туристичної галузі. Вирішення цих проблеми може позитивно вплинути на подальший розвиток цієї галузі та економіки у цілому.

Ключові слова: готельний бізнес, екотуризм, кількість відвідувачів, надходження від туристичної сфери, туристична галузь, Хорватія, Чорногорія.

В статті досліджується стан туристичної сфери в таких країнах, як Чорногорія та Хорватія, за період 2012–2017 рр., аналізуються основні тенденції та проблеми розвитку цієї галузі й пропонуються шляхи щодо їх вирішення. Стаття розкриває взаємозв'язок між доходами та витратами, а також актуальні проблеми, що виникають у цій сфері. Проведено дослідження взаємозалежності кількості туристів, витрат на туристичну галузь та доходів від неї на основі аналізу статистичних даних. Розглянуто проблему законодавчо не узгоджених рішень, що призводить до помірному розвитку деяких видів туризму в Хорватії. Досліджено вплив швидкого розвитку орендного бізнесу в Чорногорії та приватного сектору з надання готельних послуг, що показує нерозгорнуту інфраструктуру готельного бізнесу. Перераховані проблеми є досить важливими для сучасного стану туризму та економік досліджуваних країн, оскільки ці держави децю залежні від туристичної галузі. Вирішення цих проблеми може позитивно вплинути на подальший розвиток цієї галузі та економіки у цілому.

горія і Хорватія, за період 2012–2017 гг., анализируются основные тенденции и проблемы развития этой отрасли и предлагаются пути их решения. Статья раскрывает взаимосвязь между доходами и расходами, а также актуальные проблемы, возникающие в этой сфере. Проведено исследование взаимозависимости количества туристов, расходов на туристическую отрасль и доходов от нее на основе анализа статистических данных. Рассмотрена проблема законодательно не согласованных решений, что приводит к умеренному развитию некоторых видов туризма в Хорватии. Исследуется влияние быстрого развития арендного бизнеса в Черногории и частного сектора по предоставлению гостиничных услуг, что показывает неразвернутую инфраструктуру гостиничного бизнеса. Вышеперечисленные проблемы являются достаточно важными для современного состояния туризма и экономик исследуемых стран, поскольку эти государства несколько зависят от туристической отрасли. Решение этих проблем может положительно повлиять на дальнейшее развитие этой отрасли и экономики в целом.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, количество посетителей, поступления от туристической сферы, туристическая отрасль, экотуризм, Хорватия, Черногория.

The article explores the state of tourism in countries such as Montenegro and Croatia for the period 2012-2017, observes the main trends and problems of the development in this industry and suggests ways to solve them. The article reveals the relationship between income and expenses, as well as the current issues that arise in this area. These phenomena are analyzed on the basis of statistics. Regression analysis in MS Excel is used to find out the relationship between the number of tourists, spending on the tourism industry and income from it and hypothesis about the impact of the above factors on the GDP of the countries. The problem of legally inconsistent decisions is considered, which leads to a moderate development of some types of tourism in Croatia. The impact of the rapid development at the rental business in Montenegro and the private sector of hotel services, shows us the unformed infrastructure of the hotel business. tendencies of tourism development of these countries are considered as those which have sufficient influence of this sector of economy on GDP formation. The article reflects both the differences between countries, such as the area and the number of tourists visiting Montenegro and Croatia each year, and their similarity, which depends on the development of the tourism industry of their economies. These problems are quite important for the current level of tourism and the economies of the countries, as these countries are somewhat dependent on the tourism industry. The solving these issues can have a positive impact on the further development of this industry and the economy as a whole. The question is raised about the impact of Chinese investments, which are actively involved in the development of tourism business in these countries. Thanks to the help of China, countries began to improve their transport infrastructure. This could be an impetus for the growth of tourism businesses and economies in Croatia and Montenegro. The article outlines the directions that countries need to pay attention to in order to have a steady development of tourist flow and higher incomes in the budgets of the countries, and the problems of the tourism industry without solving which countries will not be able to compete with the developed countries of Western Europe.

Key words: Croatia, ecotourism, hotel business, Montenegro, number of visitors, revenues from tourism, tourism industry.

Постановка проблеми. За останнє десятиріччя у Балканському регіоні спостерігається тенденція до активного розвитку туристичної галузі економіки. Особливістю даного процесу є той факт, що така динаміка простежується як у балканських країнах – членах ЄС, так і в країнах, які є претендентами на вступ. І тут особливу увагу привертають саме Хорватія та Чорногорія, які є найуспішнішими представниками регіону у сфері розвитку туризму, де щорічно спостерігається поступове збільшення потоку туристів.

Така тенденція пояснюється низькими цінами на проживання і харчування, широким спектром туристичних послуг у цих країнах. Слід відзначити, що на відміну від Хорватії Чорногорія не є членом ЄС, її приєднання заплановано на 2025 р., проте з 2002 р. євро є державною валютою, тому це створює зручні умови для громадян Європейського Союзу подорожувати Балканським регіоном.

Привертає увагу й той факт, що Балканські країни приваблюють туристів із пострадянського простору, для більшості з яких на першому місці

стоїть ціна, а не якість. Ураховуючи цей чинник та соціально-культурні особливості регіону, у Хорватії та Чорногорії існує поширене явище надання туристичних послуг приватними господарствами, ніж спеціалізованими комфортабельними готелями. Втім, це створює проблеми для поповнення бюджетів країн та розвитку великих мережевих готелів. Така проблема призводить до недоотримання повноцінних інвестицій та незначних вкладень у розвиток туристичної інфраструктури.

З огляду на існуючу проблему, постає питання, чому уряди обох країн не впроваджують заходи щодо вирішення діяльності приватних господарств та не приймають до уваги пропозиції інвесторів.

Відтермінування вирішення таких нагальних питань може спричинити туристичний колапс уже в найближчому майбутньому. Нерозвинена інфраструктура не приваблює туристів, а, навпаки, змушує їх шукати нові місця для відпочинку. У сучасному світі, якщо країна є залежною від туристичної сфери, вона має бути конкурентоспроможною на ринку, користуватися попитом та бути туристично привабливою. Враховуючи контраверсійність Хорватії та Чорногорії на туристичному ринку Європи, тема дослідження є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на те що питання розвитку туристичної сфери економіки в Балканських країнах є достатньо поширеним серед науковців, ступінь досліджуваності окремих країн відрізняється. Наприклад, в українській історіографії широкою популярністю серед науковців користується саме Хорватія. Так, Ю.М. Денисюк, В.М. Матвієнко та Н.М. Матвієнко досліджували особливості туристичної сфери у Хорватії та динаміку її відвідувань резидентами Європейського Союзу впродовж 2006–2011 рр., а також перспективи подальшого розвитку туристичної сфери країни та інтерес держави у цьому процесі [1; 3]. У спільному дослідженні В.М. Матвієнко та І.І. Околович висвітлюють питання щодо можливостей України розвинути туристичну галузь на прикладі Хорватії [2].

Якщо говорити про Чорногорію, то слід зауважити, що ця невелика балканська країна ще не здобула такої подібної до Хорватії популярності серед українських дослідників, проте її туристичний складник національної економіки є не менш цікавим для дослідження. Серед науковців, що займалися туристичним кліматом Чорногорії, варто виділити В.І. Григор'єву та І.Г. Хальчевську [4]. У їхніх дослідженнях проаналізовано розвиток сфери послуг та стан інвестиційного клімату в Чорногорії, який уже протягом тривалого часу є привабливим для іноземних інвесторів. Відмінність наукового інтересу до Хорватії і Чорногорії, ймовірно, зумовлюється тим, що Хорватія є членом ЄС, а Чорногорія – ні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та порівняльний аналіз взаємозалежності

щорічного потоку туристів, витрат на туристичну галузь та доходів від неї в Хорватії та Чорногорії за допомогою регресійного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізаційні процеси, що розкривають можливості для споживачів туристичних послуг, призводять до розширення спектру цих послуг та збільшення на них попиту. На Балканах спостерігається така тенденція щорічного зростання кількості туристів, тому економіки країн, які намагаються надавати споживачам якісний та конкурентоспроможний відпочинок, стають усе більше залежними від туристичної сфери. Одними з таких країн є Хорватія та Чорногорія, де туризм у складі ВВП перевищує 10%, а саме в Хорватії – 15%, у Чорногорії – близько 11% [12].

Хорватія – держава, що розташована на заході Балканського півострова. Адриатичне узбережжя країни й острови є популярним напрямком міжнародного туризму. Туристичний сезон тут триває з травня до жовтня і користується неабияким попитом серед шанувальників водних видів відпочинку та спорту. Туристична індустрія в Хорватії достатньо розвинена і становить значну частку хорватської економіки. На додаток до пляжів Хорватії у віддалених від моря регіонах країни туристи відвідують столицю Хорватії Загреб, місто Вараждин і національний парк Плітвицькі озера. Сім об'єктів у Хорватії включені до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. У країні організовано вісім національних та 11 природних парків [11].

Чорногорія є не менш туристично привабливим напрямком для мандрівників. Ця маленька гірська країна так само розташована на узбережжі Адриатичного моря, на південному заході Балканського півострова [11]. Незважаючи на той факт, що валюта в Чорногорії – євро, відпочивати тут набагато дешевше, ніж у Хорватії, що й приваблює туристів з усього світу.

Як для внутрішніх мандрівників, так і для туристів з-за кордону Чорногорія пропонує достатньо широкий спектр відпочинку та розваг для різних вікових груп населення починаючи від дитячих розважальних центрів і закінчуючи нічними клубами. Також країна багата на природно-географічні та історичні пам'ятки. Чорногорські туристичні фірми пропонують жителям та гостям країни відвідати такі визначні місця, як монастир Острог, Боко-Которська бухта з її «блакитними гротами», оглядовий майданчик Котора і Старе місто, Скадарське озеро і каньйон річки Тара, пляж Яз і Велика Плажа [11].

Розглядаючи туристичний потік у Хорватії, зауважимо, що кожного року її відвідують понад 10 млн. осіб, і їхня кількість постійно зростає. Так, за період 2012–2017 рр. відвідування цієї країни збільшилося на 50,4%. Цікавим є факт, що у той самий період часу відвідування Чорногорії також зростало і становило 48,5% від 2012 р. Згідно зі статистикою, відсоток зростання відрізняється лише на 1,9%, однак

це показує збільшення постійного інтересу серед мандрівників до Балканських країн (табл. 1) [5; 6].

Таблиця 1
Динаміка відвідувань Хорватії та Чорногорії туристами, 2012–2017 рр.

Рік	Хорватія		Чорногорія	
	млн осіб	%	млн осіб	%
2012	10,369		1,264	
2013	10,948	5,6	1,324	4,7
2014	11,623	6,2	1,350	2,0
2015	12,683	9,1	1,560	15,5
2016	13,809	8,9	1,662	6,5
2017	15,593	12,9	1,877	12,9

Джерело: складено авторами на основі [5; 6]

За даними Євростату, у 2017 р. Хорватія набула статусу третьої країни в ЄС за популярністю відвідування туристів – приблизно 81,9 млн. ночей проведено туристами в країні [7].

Якщо проаналізувати витрати країн на туристичну галузь, можна помітити однакові тенденції, що склалися впродовж періоду 2012–2017 рр., а саме деяке зниження витрат у 2014–2015 рр. та збільшення їх у наступних роках (табл. 2) [5; 6].

Таблиця 2
Динаміка витрат країн та туристичну сферу, 2012–2017 рр.

Рік	Хорватія		Чорногорія	
	млрд дол. США	%	млрд дол. США	%
2012	0,962		0,067	
2013	0,923	-4,05	0,081	20,8
2014	0,865	-6,3	0,079	-2,5
2015	0,770	-11,0	0,068	-13,9
2016	0,954	23,9	0,091	33,8
2017	1,399	46,6	0,091	0

Джерело: складено авторами на основі [5; 6]

Загалом за період із 2012 по 2017 р. країни збільшили витрати на туристичну галузь: на 45,4% – Хорватія та на 35,8% – Чорногорія. Хоча витрати зросли, але можна спостерігати зв'язок між витратами на туризм та отриманими в результаті доходами (рис. 1).

Аналізуючи графік динаміки надходжень від туристичної галузі, можна стверджувати, що за роки, коли витрати на туристичну сферу в обох країнах були зменшені, країни почали втрачати свої доходи. Саме 2014–2015 рр. є найменш доходними у розглянутому періоді. Як наслідок, у 2016 р. відбулося зменшення кількості міжнародних туристів.

Державні та приватні організації обох країн, які надають туристичні послуги, зробили висновки на основі результатів їхньої туристичної діяльності з 2015 р., що витрати суттєво зросли. Вирішенням цієї проблеми стала зміна державної політики в обох країнах щодо економіки туристичної галузі.

Хорватія, маючи набагато більший ВВП та розмір доходів від туристичної діяльності, втратила більше від недоотримання доходів із туристичної галузі. На противагу цьому частка туристичної галузі в Чорногорії зростає більш швидкими темпами, ніж у Хорватії. З 2012 по 2017 р. приріст надходжень у Хорватії становив 24,8%, тоді як у Чорногорії – 28,95%.

Для підтвердження нашої тези щодо залежності економік Хорватії та Чорногорії проведемо в MS Excel регресійний аналіз наведених вище даних та додаємо до цього загальне ВВП країн.

Так, ми отримуємо дві моделі:

1. $y=38,73-2,61x_1+6,4x_2+4,3x_3$ – для Хорватії;

2. $y=0,17-1,49x_1+11,11x_2+5,8x_3$ – для Чорногорії, де y – ВВП, x_1 – кількість туристів, x_2 – витрати на туристичну сферу, x_3 – доходи від цієї сфери.

Відповідно до результатів регресійного аналізу, можна стверджувати, що за зменшення кількості туристів витрати на туризм збільшуються, а доходи – зменшуються. Отже, така тенденція негативно вплинула на ВВП обох країн, що підтверджує наше твердження про залежність економік Хорватії та Чорногорії від туристичної галузі.

Аналізуючи економічний аспект розвитку туризму в Хорватії та Чорногорії, неможливо оминути й політичний компонент, що зумовлений появою в регіоні привабливих інвестиційних проєктів КНР. Через торгіву війну США та Китаю останньому потрібно знаходити ринки збуту товарів, щоб не втрачати доходи [9].

Так, китайська компанія, яка займається будівництвом доріг та мостів, виграла тендер на проєкт будівництва моста Пелешац у Хорватії. Цей проєкт є доволі стратегічним для Хорватії, оскільки після завершення будівництва міст з'єднуватиме північ

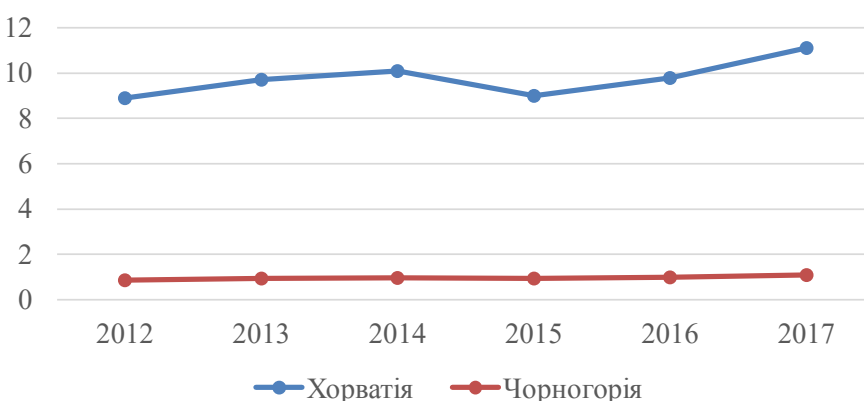


Рис. 1. Динаміка надходжень від туристичної галузі, млрд. дол. США

Джерело: складено авторами на основі [5; 6]

та південь країни. А це, своєю чергою, є новим поштовхом для розвитку транспортних, торгових та інших шляхів країни та інфраструктури у цілому.

Інвестиційні інтереси КНР не оминають і Чорногорію. У 2014 р. Китай надав кредит чорногорському уряду для створення можливості побудувати нову автомагістраль Подгориця довжиною 165 км. Ця автомагістраль призначалася для сполучення порту Бар на Адриатичному узбережжі Чорногорії із Сербією, яка не має виходу до моря. Нова економічно вигідна перспектива була дуже приваблива для Чорногорії.

Отже, маємо тенденцію впливу КНР на економіку та туристичну сферу цих країн. Можна сказати, що вплив на розвиток економік не є однозначним, але ці та інші інвестиційні проєкти Китаю мають позитивні особливості в збільшенні туристичних потоків. Так кількість китайських туристів, що відвідали Хорватію у 2018 р., збільшилася на 60% порівняно з 2017 р.

Окрім туристичних інтересів, Китай бачить у Балканах можливість транзитних шляхів до Західної Європи для розширення ринків збуту своїх товарів. Утім, Хорватія та Чорногорія за допомогою цих інвестицій можуть вирішити проблеми своєї транспортної інфраструктури, яких не змогли уникнути через брак коштів у бюджетах своїх країн та через це вплинути на якість надання туристичних послуг і розвиток бізнесу в цілому [8].

Незважаючи на дуже успішний розвиток туристичної сфери у цих країнах, є певні проблеми розвитку цієї галузі.

Передусім звернімо увагу на недосконале законодавство та неузгодженість дій влади в Хорватії. Через неприйняття необхідних рішень щодо використання природних ресурсів туристична галузь не може повністю залучити достатньо інвестицій для розвитку туризму у центральних регіонах країни, які мають багаті природні ресурси, але не мають законодавчо прозорих рішень щодо їх використання. Це створює проблеми в розвитку екотуризму, який нині швидко розвивається.

Іншою проблемою туризму Хорватії можна вважати недостатню готельну інфраструктуру країни. Більшість туристів надає перевагу проживанню у приватному секторі, а не в готелях. Це зменшує дохід готелів та не дає змоги ефективно вкладати кошти в розвиток цієї інфраструктури.

Із такою самою проблемою стикається й Чорногорія. А також хаотична розбудова приватних будинків задля створення бізнесу по оренді їх туристами призводить до втрати країною статусу з якісним туристичним сервісом порівняно з країнами Західної Європи [10].

На нашу думку, ефективними методами щодо вирішення вищезазначених проблем є:

- розгляд законодавчих актів щодо обмежень розвитку екотуризму, узгодження щодо прийня-

тих рішень та запровадження нових законодавчих актів, що врегулюють подальший розвиток цього виду туризму з найменшими втратами;

- запровадження на законодавчому рівні обмежень на надмірну розбудову орендного бізнесу для їх контролю, що спричинить позитивний вплив на якісний розвиток готельної інфраструктури;

- підвищення якості готельних послуг та сервісу, що може бути поштовхом для туристів вибрати саме готель, аніж орендовані приміщення та приватний сектор.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, з проведеного дослідження можна зробити такі висновки.

По-перше, за розглянутий період 2012–2017 рр. туристична галузь у Хорватії та Чорногорії розвивалася доволі великим темпами, тільки в 2014–2015 рр. був спад у доходах до бюджету.

По-друге, можна стверджувати, що між кількістю туристів, доходами та витратами на туристичну сферу є стійкий зв'язок, що говорить про певну залежність розвитку економік країн від туризму.

По-третє, за допомогою інвестицій із КНР країни матимуть більш конкурентну інфраструктуру, що даватиме їм ще більше прибутків та стимулюватиме подальший розвиток економіки.

По-четверте, існує низка проблем, що сповільнюють розвиток туристичної інфраструктури, але є й шляхи щодо їх вирішення.

У цілому потрібно відзначити, що цим країнам необхідно звернути увагу на вищевказані проблеми, щоб у сучасних умовах конкуренції та глобалізації швидко розвивати туристичну галузь та запроваджувати новітні підходи до відпочинку й не втратити привабливість для різних груп туристів.

Отже, Чорногорія і Хорватія можуть підтримувати належний розвиток туризму протягом календарного року, розвиваючи екотуризм, екстремальний туризм, історичний та екскурсійний. Також раціональним рішенням є надання переваги розвитку гірськолижному напрямку з урахуванням попиту на цей вид відпочинку в останні роки. Для цього урядам як Хорватії, так і Чорногорії необхідно проводити активну політику популяризації даних видів відпочинку, запроваджувати державні програми розвитку та активно залучати зарубіжні інвестиції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Матвієнко Н.М., Матвієнко В.М., Денисюк Ю.М. Розвиток сільського зеленого туризму в Хорватії: досвід для України. URL: http://maptimes.inf.ua/CH_13/11.pdf (дата звернення: 10.11.2019).
2. Матвієнко Н.М., Матвієнко В.М., Околович І.І. Конкуренентоспроможність Хорватії на світовому ринку туристичних послуг: досвід для України. URL: http://maptimes.inf.ua/CH_17/Ch17_Article9_Croatia-competitiveness-on-the-global-tourism-market.html (дата звернення: 10.11.2019).

3. Матвієнко Н.М., Денисюк Ю.М. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму Хорватії. *Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Географія та туризм*. 2012. Вип. 23. С. 187–193.

4. Хільчевська І.Г., Григор'єва В.І. Інвестиційний клімат Чорногорії у сфері туризму. URL: http://bulletin-esgeograph.org.ua/images/docs/Volume-69/Khilchevska_Hryhoryeva.pdf (дата звернення: 10.11.2019).

5. Кнеома – мировой атлас данных: Хорватия. URL: <https://knoema.ru/atlas/Хорватия> (дата звернення: 10.11.2019).

6. Кнеома – мировой атлас данных: Черногория. URL: <https://knoema.ru/atlas/Черногория> (дата звернення: 10.11.2019).

7. Eurostat: Tourism statistics at regional level. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Tourism_statistics_at_regional_level (дата звернення: 10.11.2019).

8. Top Ten News of China-Croatia Relations in 2018. URL: https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/wjb_663304/zwjg_665342/zwbj_665378/t1631445.shtml (дата звернення: 10.11.2019).

9. Торговая война США и Китая. URL: <https://www.dsnews.ua/world/torgovaya-voyna-ssha-i-kitaya-glavnoe-06082019090600> (дата звернення: 10.11.2019).

10. Заричная Е. Экотуризм в Хорватии. Проблемы и перспективы. URL: <https://ruskaljetopis.hr/info.phtml?c=10&id=635> (дата звернення: 10.11.2019).

11. Алін-тур. Країни. URL: <https://alintour.in.ua/tours.php?c> (дата звернення: 10.11.2019).

12. Лето в разгаре: какие страны больше всего зарабатывают на туризме. URL: <https://psm7.com/articles/kakie-strany-bolshe-vsego-zarabatyvayut-na-turizme.html> (дата звернення: 10.11.2019).

REFERENCES:

1. Matvienko N.M., Matvienko V.M., Denisyuk Y.M. Rozvytok silskoho zelenoho turyzmu v Khorvatiyi: dosvid dlya Ukrainy [The development of rural green tourism in Croatia: experience for Ukraine] Available at: http://maptimes.inf.ua/CH_13/11.pdf (accessed 10 November 2019).

2. Matvienko N.M., Matvienko V.M., Okolovich I.I. Konkurentospromozhnist Khorvatiyi na svitovomu rynku turystychnykh posluh: dosvid dlya Ukrainy.

[Competitiveness of Croatia in the world market of tourist services: experience for Ukraine] Available at: http://maptimes.inf.ua/CH_17/Ch17_Article9_Croatia-competitiveness-on-the-global-tourism-market.html (accessed 10 November 2019).

3. Matvienko N.M., Denisyuk Y.M. (2012) Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku turyzmu Khorvatiyi [The current state and prospects of tourism development in Croatia] K: KNU them. T. Shevchenko, Geography and Tourism. no. 23, pp. 187–193.

4. Hilchevska I.G., Grigorieva V.I. Investytsiynnyy klimat Chornohoriyi v sferi turyzmu [Investment climate of Montenegro in tourism] Available at: http://bulletin-esgeograph.org.ua/images/docs/Volume-69/Khilchevska_Hryhoryeva.pdf (accessed 10 November 2019).

5. Kneoma – World Data Atlas: Croatia. Available at: <https://knoema.ru/atlas/Хорватия> (accessed 10 November 2019).

6. Kneoma – World Data Atlas: Montenegro. Available at: <https://knoema.ru/atlas/Черногория> (accessed 10 November 2019).

7. Tourism statistics at regional level Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Tourism_statistics_at_regional_level (accessed 10 November 2019).

8. Top Ten News of China-Croatia Relations in 2018 Available at: https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/wjb_663304/zwjg_665342/zwbj_665378/t1631445.shtml (accessed 10 November 2019).

9. Torgovaya voyna SSHA i Kitaya [The trade war of the United States and China] Available at: <https://www.dsnews.ua/world/torgovaya-voyna-ssha-i-kitaya-glavnoe-06082019090600> (accessed 10 November 2019).

10. Zarichnaya Ye. EKOTURIZM V KHORVATII. Problemy i perspektivy [ECOTOURISM IN CROATIA. Problems and prospects] Available at: <https://ruskaljetopis.hr/info.phtml?c=10&id=635> (accessed 10 November 2019).

11. Alin Tour. Countries [Alin-tur. Krayiny] Available at: <https://alintour.in.ua/tours.php?c> (accessed 10 November 2019).

12. Leto v razgare: kakiye strany bol'she vsego zarabatyvayut na turizme [Summer is in full swing: which countries make the most money on tourism] Available at: <https://psm7.com/articles/kakie-strany-bolshe-vsego-zarabatyvayut-na-turizme.html> (accessed 10 November 2019).

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКІВ
ВЕНЧУРНОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ ТА ІЗРАЇЛЮCURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT
OF VENTURE CAPITAL MARKETS OF UKRAINE AND ISRAEL

УДК 330.322

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-4>**Брандіс В.Ю.**

магістр

Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова**Кифак А.О.**

к.е.н., доцент

Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова**Brandis Victoria**

Odessa I.I. Mechnikov National University

Kyfaк Andrii

Odessa I.I. Mechnikov National University

У статті проведено аналіз тенденції розвитку ринку венчурного капіталу України та Ізраїлю. Досліджено вплив державної підтримки на формування й ефективне функціонування венчурного інвестування. Проаналізовано відмінності між венчурними ринками Ізраїлю та України, зумовлені різними економічними, політичними умовами розвитку. Фінансовий ринок Ізраїлю розвинений на відміну від України, проте завдяки істотному зростанню венчурних інвестицій в Україну в 2017–2018 рр. співвідношення венчурних інвестицій у ВВП також зросло. Аналіз відбувся на основі статистичних даних за період із 2007 по 2018 р. Виявлено чинники, необхідні для розширення даного інвестиційного руху в країні, а саме створення стійкого привабливого інвестиційного клімату, що забезпечує можливість стабільного прогнозування, а також розвинений фінансовий ринок та інфраструктура, яка буде сприяти активізації, а не ускладненню діяльності малого бізнесу.

Ключові слова: венчурний капітал, інвестиції, держава, Ізраїль, Україна.

В статті проведено аналіз тенденції розвитку ринку венчурного капіталу України та Ізраїля. Исследовано влияние государственной поддержки на формирование и эффективное функционирование венчурного инвестирования. Проанализированы различия между венчурными рынками Израиля и Украины, обусловленные различными экономическими, политическими условиями развития. Финансовый рынок Израиля развит в отличие от Украины, однако благодаря существенному росту венчурных инвестиций в Украину в 2017–2018 гг. соотношение венчурных инвестиций в ВВП также возросло. Выявлены факторы, необходимые для расширения данного инвестиционного движения в стране, а именно создание устойчивого привлекательного инвестиционного климата, обеспечивающего возможность стабильного прогнозирования, а также развитый финансовый рынок и инфраструктура, которая будет способствовать активизации, а не усложнению деятельности малого бизнеса.

Ключевые слова: венчурный капитал, инвестиции, государство, Израиль, Украина.

This article analyzes the development trends of the venture capital market in Ukraine and Israel. The influence of state support on the formation and effective functioning of venture investment is investigated. The document also analyzes the differences between the venture capital markets of Israel and Ukraine due to various economic and political conditions of development, namely through the Effective Exchange Rate Index (2010 = 100), official exchange rate, market capitalization of quoted domestic companies, and GDP growth. The financial market of Israel is developed in contrast to Ukraine, but due to a significant increase in venture investments in Ukraine in 2017-2018, the ratio of venture investments to GDP also increased. The analysis was based on annual statistics for the period from 2007 to 2018. Much attention is paid to the peculiarities of running a venture business, regulation and geographical factors. The main trend of 2018 is the active participation of domestic corporations and banks in the innovation sector, which support incubation programs and accelerate the process of investing in startups. Today, sustainable development of venture financing for small and medium-sized enterprises requires sufficient support from state co-financing as well as from various investment entities. Without these important parts of financing, it is impossible to form an innovative economy. The main areas of investment and the difference in project financing models depending on the stage are also identified, in Ukraine there is practically no investment at an early stage of the company's development, it should encourage the government to adapt the experience of creating the European "fund of funds", which directly provides life inaction and development of new ideas. The factors which are necessary for expanding this investment movement in the country were identified, namely the creation of a stable attractive investment climate that provides stable forecasting opportunities, as well as a developed financial market and infrastructure that will facilitate the activity of small businesses and support, rather than complicate, raising funds for these company.

Key words: venture capital, investments, state, Israel, Ukraine.

Постановка проблеми. В Україні венчурне підприємництво зародилося під час економічних реформ у процесі переходу на нові організаційно-правові форми підприємницької діяльності в інноваційній сфері. При цьому сутність венчурного фонду в Україні відрізняється від загальноприйнятого у світі. Світова практика довела, що поява венчурного капіталу призвела до значної активізації інноваційних процесів, а сам венчурний капітал усе більше стає чинником прискорення розвитку НТП. В умовах формування основ для переходу до інноваційної економіки та розбудови економіки знань дослідження венчурного капіталу та його форм в усій повноті з урахуванням можливостей розвитку та еволюції стає важливим завданням фінансової науки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Даною проблематикою займаються такі відомі

вітчизняні та зарубіжні дослідники, як: А.А. Азеєв, Л.Л. Антонюк, У.Ф. Аренс, Л. Аррендондо, Г.Т. Артамонов, І.О. Бланк, К. Бове, Н.Н. Бузова, Г.Н. Бурлак, С.М. Войт, А.А. Дагаєв, І. Дворак, І.С. Кузнецова, К.В. Кутрань, В.М. Матієнко, О.П. Микитюк, С. Москвін, І. Наумець, А.В. Омельченко, П. Павлишин, А.М. Поручник, В.Д. Чернадчук, А. Чорнієнко, С. Шклярчук, О.І. Щукін та ін.

Проте додаткових досліджень потребує венчурна діяльність як об'єкт державного регулювання у сучасних умовах. Окрім того, у працях не висвітлений успішний досвід венчурного інвестування Ізраїлю, який може бути позитивним для України.

Постановка завдання. Мета статті полягає у порівнянні венчурного інвестування Ізраїлю та України для виявлення основних чинників розвитку венчурного інвестування, що мають бути враховані під час визначення політики державного

регулювання венчурної діяльності, а також у пошуку шляхів розвитку венчурного бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У світі сформувалися дві принципово різні моделі венчурного фінансування: американська та європейська. В Європі держава обіймає активну позицію у венчурному бізнесі, це виражається у такому:

- держава виступає у ролі прямого інвестора в малі венчурні компанії;
- за допомогою інструментів податкової політики створюється сприятливий клімат для функціонування венчурних фірм;
- фінансування наукових та науково-технічних робіт (ННТР) здійснювалося за рахунок державного бюджету.

В американській моделі венчурного фінансування головне призначення держави полягає в інтеграції та сприянні взаємодії промислового та наукового секторів. Державі відведена роль «нічного сторожа», який суттєво не втручається у просування венчурного проєкту та виконує законодавче регулювання венчурних процесів, а також стимулює розвиток венчурної індустрії [15].

Опитування довіри до венчурного капіталу 2012 р., проведене Deloitte та Національною асоціацією венчурного капіталу США, показало, що Ізраїль займає четверте місце за загальною довірою до інвестицій після США, Бразилії та Китаю. Ізраїль посів третє місце у світі за довірою до економіки країни після Бразилії та Німеччини [1].

Ізраїль – це приклад маленької країни без будь-яких природних ресурсів, яка знаходиться у стані постійної війни, але якій притаманна висока підприємницька культура, адже Ізраїль створює більше стартапів, аніж великі стабільні країни за винятком США. Концентрація високотехнологічних фірм

у великій частині країни є одним великим кластером. Найбільше інвестиційна активність зосереджена в столиці Тель-Авіві, Хайфі (Матамі) та Єрусалимі (Технологічний парк, Мальха, Хар-Хоцвім та Медіа-квартал JVP). Загальна площа є наполовину меншою за Каліфорнійську кремнієву долину.

Державне відомство з розвитку науки (Office of the Chief Scientist, OCS) надає гранти на програми досліджень та розробок (НДДКР). Субсидії повертаються як роялті від продажу. OCS установлює обмеження щодо присвоєння Ізраїлем права власності на права на продукти, розроблені на основі грантів від OCS [10].

Компанії можуть бути зареєстровані в Ізраїлі або бути корпораціями, зареєстрованими в Делавері, з ізраїльськими філіями. В останні роки іноземні венчурні фонди та компанії з венчурного кредитування відкрили офіси в Ізраїлі та інвестували в місцеві ізраїльські компанії.

Іноземні інвестори, як правило, звільняються від ізраїльського податку на доданий капітал на власні інвестиції в ізраїльські високотехнологічні компанії.

Фонди венчурного капіталу, як правило, створюють керуючу компанію в Ізраїлі та сплачують річний внесок у розмірі приблизно 2,5% від загальних зобов'язань фонду. Ця плата може зменшитися після вкладення інвестицій [10].

Венчурний капітал не регулюється і не потребує отримання ліцензії. Венчурне кредитування, коли кредитори надають забезпечені позики портфельним компаніям та отримують компонент власного капіталу у формі ордерів або опціону інвестувати в наступний раунд, за останні кілька років зростало.

На рис. 1 відображено динаміку венчурних інвестицій Ізраїлю у 2007–2018 рр.



Рис. 1. Динаміка венчурних інвестицій Ізраїлю у 2007–2018 рр., млн. дол.

Джерело: складено за [4]

Ізраїльський венчурний капітал зосереджений на ранніх стадіях у технологічних компаніях у таких галузях: галузі комунікацій; програмному забезпеченні; проектуванні та виготовленні напівпровідникових мікросхем; Інтернеті та електронній комерції; біотехнології; Cleantech; медичних приладах [3].

У табл. 1 відображено динаміку венчурних інвестицій в Ізраїлі у 2007–2018 рр.

Таким чином, за останні десять років венчурні інвестиції Ізраїлю зросли на 188%, зокрема за рахунок вкладень у пізні стадії розвитку бізнесу (ріст 1067%). На етапі впровадження ідеї в середньому в бізнес Ізраїлю інвестують 105 млн. дол., на стартових етапах та інших ранніх етапах розвитку бізнесу – 802 млн. дол., на пізніх стадіях – 668,4 млн. дол. При цьому щорічно обсяг венчурних інвестицій зростає [4].

В Україні венчурний бізнес почав розвиватися порівняно недавно. Лише з прийняттям нової редакції Закону України «Про інститути спільного інвестування» від 05.07.2012 № 2299-III такий бізнес одержав відповідне законодавче регулювання [13].

У табл. 2 відображено динаміку венчурних інвестицій в Україні у 2011–2018 рр.

Український ринок інвестицій постійно зростає, а загальний обсяг венчурних інвестицій в українські ІТ-компанії досяг 336,9 млн. дол., що майже в півтора рази більше, ніж минулорічний максимум. Венчурний капітал у 2017 р. становив 258,6 млн. доларів, у 2016 р. – 88 млн. доларів.

Кількість угод також збільшилася порівняно з 2017 р. У 2017 р. було укладено 89 угод, тоді як до кінця 2018 р. – 115.

Інтернет-сервісні та програмні компанії переважають за кількістю угод, тоді як компанії з програмного та апаратного забезпечення лідирують за вартістю угод (рис. 2).

Ще одна тенденція 2018 р. – активна участь вітчизняних корпорацій та банків в інноваційному секторі, що підтримує інкубаційні програми та прискорювачі й інвестує в стартапи [8; 9].

У Європі та США поширеними є різні типи венчурних інвесторів, тоді як для України головними є інститути спільного інвестування (ICI). Інститути спільного інвестування являють собою інвестиційні фонди, які акумулюють кошти індивідуальних інвесторів для отримання прибутку за рахунок вкладення цих коштів в активи. Вони поділяються на декілька видів, серед яких є саме венчурні інститути спільного інвестування [16].

За даними Української асоціації інвестиційного бізнесу, активи в управлінні венчурними інститутами спільного інвестування зростають протягом 2007–2018 рр. (рис. 3).

Структура активів венчурних інститутів спільного інвестування станом на 30.06.2019 включала векселі (2,75%), грошові кошти та банківські депозити (1,10%), облігації підприємств (2,91%), акції (3,27%), нерухомість (3,24%) та інші активи (86,18%). Структура інвесторів венчурних інститутів спільного інвестування станом на 30.06.2019 включала юридичних осіб – резидентів (63,42%), юридичних осіб – нерезидентів (23,99%), фізичних осіб – резидентів (12,48%) та фізичних осіб – нерезидентів (0,12%) [12].

Українські принципи інвестування прирівнюються до європейських за рахунок вибору

Таблиця 1

Динаміка венчурних інвестицій в Ізраїлі у 2011–2018 рр.

Ізраїль	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Середнє значення, млн дол.	Відхилення від середнього, млн дол.	Темп росту, %
Всього венчурного капіталу, млн дол.	1 228	867	895	1 165	2 036	2 504	2 556	3 440	1 575,4	859,2	188
Етап реалізації ідеї	80,0	69	55	88	128	107	146	240	105,0	57,9	42
Стартовий етап та інші ранні етапи	844	656	783	732	708,0	697	910	1 100	802	162,2	30
Пізнi стадії інвестування	304	142	57	345	1 200	1 700	1 500	2 100	668,4	737,5	1067

Джерело: складено за [4]

Таблиця 2

Динаміка венчурних інвестицій в Україні у 2011–2018 рр.

Україна	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Середнє значення, млн дол.	Відхилення від середнього, млн дол.	Темп росту, %
Всього венчурного капіталу, млн дол.	24	59	89	39	132	88	259	336,9	128,4	111,8	1304%
Етап реалізації ідеї	16	15	15	18	22	38	5	0,9	16,2	11,2	-94%
Стартовий етап та інші ранні етапи	8	33	51	22	9	20	35	46,2	28,0	16,0	478%
Пізнi стадії інвестування	0	12	22	0	101	29	219	289,8	84,1	111,5	-

Джерело: складено за [8; 9]

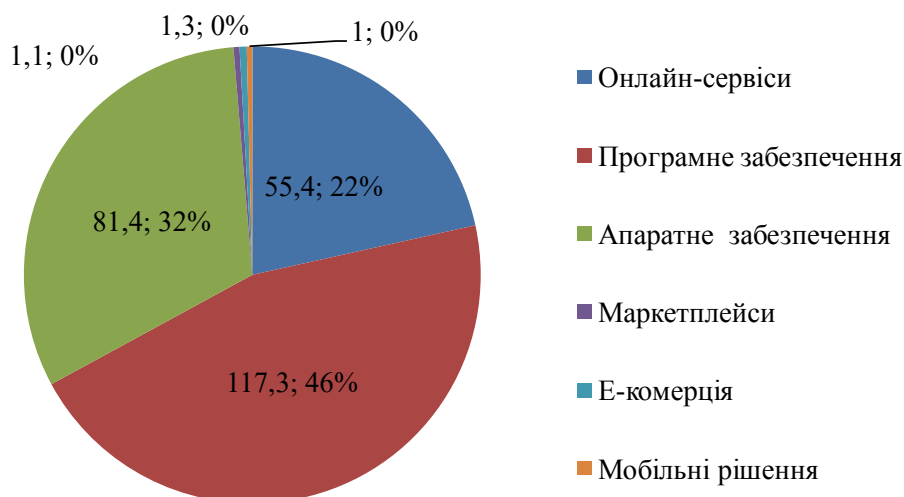


Рис. 2. Структура венчурних інвестицій за сферами інвестування в Україні у 2018 р., млн. дол.

Джерело: складено за [8; 9]

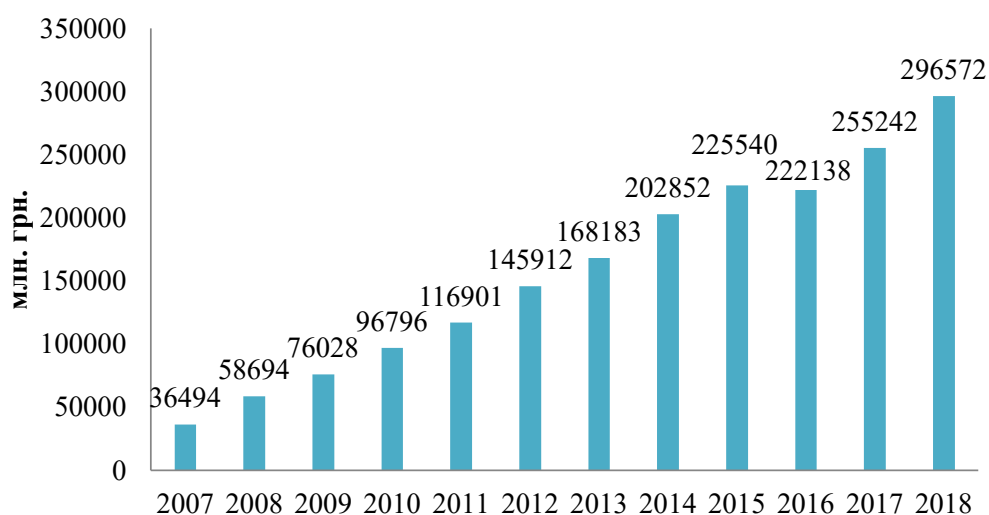


Рис. 3. Динаміка активів в управлінні венчурними інститутами спільного інвестування в Україні протягом 2007–2018 рр., млн. грн

Джерело: складено за [11]

венчурними інвесторами проєктів із середнім рівнем ризику, що є характерним для пізніх стадій розвитку фірми. Таким чином, у країні практично відсутнє інвестування на ранній стадії розвитку фірми, що повинне спонукати уряд адаптувати досвід створення європейського «фонду фондів», який безпосередньо забезпечує життєдіяльність та розвиток нових ідей та малих фірм на стадіях Seed та Early Growth [2].

Щоб розвивати в нашій країні венчурний бізнес, потрібно створити інвестиційно привабливі умови для інвесторів. Використовуючи досвід країн, які продемонстрували ефективність здійснення венчурної діяльності (США, Великобританія, Китай та Ізраїль), можна створити модель трансформації структури економіки в контексті інноваційних змін та регуляторної політики. Уряд Ізраїлю є активним інвестором і монітором інвестицій у сфері НДДКР [16].

Доцільно розглянути динаміку показників впливу в Україні та Ізраїлі.

Відмінності у розвитку венчурного інвестування України та Ізраїлю зумовлені різними економічними, політичними умовами розвитку (табл. 3).

Варто відзначити розвиненість фінансового ринку Ізраїлю на відміну від України, адже ринкова капіталізація котируваних вітчизняних компаній Ізраїлю становить 50,7% від ВВП, тоді як в Україні – лише 3,4% у ВВП у 2018 р. Індекс ефективного обмінного курсу Ізраїлю практично рівний 100, тоді як в Україні значно нижчий – 79,5. В Ізраїлі спостерігаються стабільні темпи зростання економіки – у середньому на 3,65% щороку, тоді як в Україні за 2007–2018 рр. –0,29%, зокрема через економічний спад у період кризи, тоді як економіка Ізраїлю зростає. Співвідношення венчурних інвестицій до ВВП Ізраїлю у 2018 р. становить 0,931%,

Динаміка макроекономічних показників в Україні та Ізраїлі у 2007–2018 рр.

Країна	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Індекс ефективного обмінного курсу (2010 = 100)												
Ізраїль	88,2	98,4	95,8	100,0	101,2	96,0	102,3	103,1	101,7	103,3	108,1	106,0
Україна	108,4	117,4	97,9	100,0	99,4	101,5	98,0	76,7	71,4	71,0	74,7	79,5
Офіційний обмінний курс (місцева валюта за долар США, середній за період)												
Ізраїль	4,1	3,6	3,9	3,7	3,6	3,9	3,6	3,6	3,9	3,8	3,6	3,6
Україна	5,1	5,3	7,8	7,9	8,0	8,0	8,0	11,9	21,8	25,6	26,6	27,2
Зростання ВВП (річний%)												
Ізраїль	5,77	2,88	1,16	5,51	4,97	2,12	4,14	3,90	2,57	4,01	3,44	3,31
Україна	7,59	2,30	-14,76	3,83	5,47	0,24	-0,03	-6,55	-9,77	2,44	2,47	3,34
Ринкова капіталізація котируваних вітчизняних компаній (% від ВВП)												
Ізраїль	131,5	49,9	91,0	97,4	60,0	62,9	69,4	64,7	81,2	67,0	65,4	50,7
Україна				28,6	15,7						4,6	3,4
ВВП (поточні млн дол. США)												
Ізраїль	178743	215961	207452	233733	261717	257435	292917	310008	300471	319378	353268	369690
Україна	142580	179817	117113	136013	163160	175781	183310	133503	91031	93356	112190	130832
Співвідношення венчурних інвестицій до ВВП, %												
Ізраїль	0,669	0,646	0,356	0,378	0,469	0,337	0,306	0,376	0,678	0,784	0,724	0,931
Україна					0,015	0,034	0,049	0,029	0,145	0,094	0,231	0,258

Джерело: розраховано авторами на основі [5-7]

в Україні – 0,258%. Завдяки суттєвому зростанню венчурних інвестицій в Україні в 2017–2018 рр. співвідношення венчурних інвестицій до ВВП також зросло. При цьому співвідношення ВВП Ізраїлю до ВВП України становить за 2015–2018 рр. 3,2, що вказує на те, що економічний ріст та стабільна економічна ситуація у світовому вимірі позитивно впливають на економічний ріст Ізраїлю.

Висновки з проведеного дослідження. Сьогодні серед світових лідерів венчурної індустрії помітне місце займає Ізраїль зі щорічним обсягом венчурних інвестицій у високотехнологічні компанії понад 2,1 млрд. дол. З'явившись на карті світу в 1948 р., ця країна за 50 років перетворилася на інноваційну супердержаву, зумівши виростити ефективну екосистему і дати старт сотням технологічних стартапів. Внутрішній ринок Ізраїлю є досить вузьким, тому всі жителі інкубаторів повинні були орієнтуватися на міжнародні ринки, а ідеї – піддаватися масштабуванню. Однак динамічного розвитку індустрія набула пізніше, з упродовженням під егідою Міністерства промисловості і торгівлі Ізраїлю в 1993 р. державної програми YOZMA («ініціатива») з привабливою системою оподаткування і підтримки інноваційної діяльності малого та середнього бізнесу.

Отже, досвід Ізраїлю вказує на стимулювання основних чинників розвитку, які сприяли зростанню венчурного інвестування: стабільність росту ВВП, розвиненість законодавства, що встановлює ефективні механізми регулювання венчурного капіталу, забезпечує захист коштів інвесторів, розвиток фінансового ринку та стабільність валюти. Водночас в Україні зазначені чинники негативно впливають на венчурне інвестування, нестабіль-

ність економіки зумовлює його спад, а нерозвиненість фінансового ринку не дає доступу бізнесу до залучення венчурних інвестицій.

Специфікою ізраїльської моделі розвитку венчурного фінансування було обов'язкове залучення досвідчених іноземних венчурних компаній до інвестиційного процесу з метою перейняття передового досвіду в процесі колективного навчання ізраїльських фахівців, результатом чого стало різке зростання інноваційно-інвестиційної активності та переорієнтація економіки країни на інноваційно орієнтовану модель розвитку.

Таким чином, одним із найважливіших складників розвитку венчурного процесу є роль держави і державних програм підтримки розвитку венчурного бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Deloitte: Israel ranked 4th in confidence for VC investments. *Ministry of Economy and Industry. Foreign trade administration*. 2012. URL: <https://itrade.gov.il/canada/deloitte-israel-ranked-4th-in-confidence-for-vc-investments/> (дата звернення: 20.11.2019).
2. Globalizing venture capital insights and trends report. *Аудиторська-консалтингова компанія Ernst&Young*. 2015. URL: <http://www.ey.com/Publication/> (дата звернення: 20.11.2019).
3. Israel tech ecosystem map. *Dealroom*. URL: https://israel.dealroom.co/transactions.rounds/f/locations/anyof_Israel?showStats=yearly (дата звернення: 20.11.2019).
4. Venture capital investments. *The Organisation for Economic Co-operation and Development*. URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=VC_INVEST (дата звернення: 20.11.2019).

5. Real effective exchange rate index (current US\$). *The World Bank*. URL : <https://data.worldbank.org/indicator/PX.REX.REER> (дата звернення: 20.11.2019).
6. GDP. *The World Bank*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG> (дата звернення: 20.11.2019).
7. Market capitalization of Lite domestic companies (% of GDP). *The World Bank*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/PA.NUS.FCRF> (дата звернення: 20.11.2019).
8. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2017. *Ukrainian Venture Capital&Private Equity Association*. 2017. URL : <https://inventure.com.ua/upload/library/UVCA%20-%20Ukrainian%20Venture%20Capital%20and%20Private%20Equity%20Overview%202017.pdf> (дата звернення: 20.11.2019).
9. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2018. *Ukrainian Venture Capital&Private Equity Association*. 2018. URL: <http://uvca.eu/en/news/uvca-has-presented-overview-of-the-ukrainian-investment-market> (дата звернення: 20.11.2019).
10. Venture Capital and Private Equity in Israel, 2019. *Dardik Gross&Co. Law Firm*. 2019. URL: <http://www.dglaw.co.il/venture-capital-and-private-equity-in-israel-2/> (дата звернення: 20.11.2019).
11. Активи в управлінні КУА (за типами фондів). *Українська асоціація інвестиційного бізнесу*. URL: <https://www.uaib.com.ua/analituaib> (дата звернення: 20.11.2019).
12. Інвестори ІСІ (за часткою у ВЧА). *Українська асоціація інвестиційного бізнесу*. URL: <https://www.uaib.com.ua/analituaib> (дата звернення: 20.11.2019).
13. Крупка Я.Д. Проблеми організації та обліку венчурного інвестування. *Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної інтернет конференції «Облік, оподаткування і контроль» Тернопільського національного університету*. 2017. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/29530/1/53.PDF> (дата звернення: 20.11.2019).
14. Майорова Т.В., Копаниця Я.І., Шеремет Б.О. Венчурний капітал як джерело фінансування молодих підприємств. *Інституційний репозитарій ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»*. 2018. URL: <http://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/26947> (дата звернення: 20.11.2019).
15. Поліщук О.Т. Моделювання системи розвитку венчурної індустрії на основі світового досвіду. *Вісник ЖДТУ*. 2017. № 4(82). С. 103–109.
16. Швець Ю.О. Розвиток венчурного інвестування в Україні та світі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 266–275.
4. Venture capital investments. *The Organisation for Economic Co-operation and Development*. Available at: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=VC_INVEST (accessed 20 November 2019).
5. Real effective exchange rate index (current US\$). *The World Bank*. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/PX.REX.REER> (accessed 20 November 2019).
6. GDP. *The World Bank*. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG> (accessed 20 November 2019).
7. Market capitalization of listed domestic companies (% of GDP). *The World Bank*. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/PA.NUS.FCRF> (accessed 20 November 2019).
8. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2017. *Ukrainian Venture Capital&Private Equity Association*. 2017. Available at: <https://inventure.com.ua/upload/library/UVCA%20-%20Ukrainian%20Venture%20Capital%20and%20Private%20Equity%20Overview%202017.pdf> (accessed 20 November 2019).
9. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2018. *Ukrainian Venture Capital&Private Equity Association*. 2018. Available at: <http://uvca.eu/en/news/uvca-has-presented-overview-of-the-ukrainian-investment-market> (accessed 20 November 2019).
10. Venture Capital and Private Equity in Israel, 2019. *Dardik Gross&Co. Law Firm*. 2019. Available at: <http://www.dglaw.co.il/venture-capital-and-private-equity-in-israel-2/> (accessed 20 November 2019).
11. Aktyvy v upravlinni KUA (za typamy fondiv). [Assets under the management of AMC]. *Ukrainska asotsiatsiia Investytsiinoho Biznesu*. Available at: <https://www.uaib.com.ua/analituaib> (accessed 20 November 2019).
12. Investory ISI (za chastkoiu u VChA). *Ukrainska asotsiatsiia Investytsiinoho Biznesu*. Available at: <https://www.uaib.com.ua/analituaib> (accessed 20 November 2019).
13. Krupka Ya.D. (2017) Problemy orhanizatsii ta obliku venchurnoho investuvannia [Problems of organization and accounting of venture investment]. *Zbirnyk materialiv II Mizhnarodnoi Naukovo-praktychnoi internet konferentsii «Oblik, opodatkuvannia i kontrol» Ternopil'skoho natsionalnoho universytetu*. Available at: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/29530/1/53.PDF> (accessed 20 November 2019).
14. Maiorova T.V., Kopanytsia Ya.I., Sheremet B.O. (2018) Venchurnyi kapital yak dzherelo finansuvannia molodykh pidpriemstv [Venture capital as a source of financing for young businesses]. *Instytutysiinyi repozytarii DVNZ «KNEU im. Vadyma Hetmana»*. Available at: <http://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/26947> (accessed 20 November 2019).
15. Polishchuk O.T. (2017) Modeliuvannia systemy rozvytku venchurnoi industrii na osnovi svitovoho dosvidu [Modeling the Venture Industry Development System based on world experience]. *Visnyk ZhDTU*. no. 4(82), pp. 103–109.
16. Shvets Yu.O. (2018) Rozvytok venchurnoho investuvannia v Ukraini ta sviti. [Development of venture investment in Ukraine and in the world]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti (electronic journal)*, no. 62. pp. 266–275.

REFERENCES:

1. Deloitte: Israel ranked 4th in confidence for VC investments. *Ministry of Economy and Industry. Foreign trade administration*. 2012. Available at: <https://itrade.gov.il/canada/deloitte-israel-ranked-4th-in-confidence-for-vc-investments/> (accessed 20 November 2019).
2. Globalizing venture capital insights and trends report. *Ernst&Young*. 2015. Available at: <http://www.ey.com/Publication/> (accessed 20 November 2019).
3. Israel tech ecosystem map. *Dealroom*. Available at: https://israel.dealroom.co/transactions.rounds/ff/locations/anyof_Israel?showStats=yearly (accessed 20 November 2019).

ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ВЕКТОРУ РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ

PROSPECTS OF FOREIGN ECONOMIC VECTOR FOR AGRICULTURAL SECTOR DEVELOPMENT OF THE BLACK SEA REGION

УДК 339.9.01

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-5>**Завгородній А.В.**

к.ф.-м.н., доцент,
завідувач кафедри економіки
та інформаційних технологій
Миколаївський міжрегіональний
інститут розвитку людини
Вищого навчального закладу
«Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна»

Скупський Р.М.

д.е.н., професор кафедри
підприємництва, управління
та адміністрування
Миколаївський міжрегіональний
інститут розвитку людини
Вищого навчального закладу
«Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна»

Zavorodnii Andrii

Mykolayiv Interregional Institute
for Human Development
Higher Educational Institution
Open International University
for Human Development «Ukraine»

Skupskiy Ruslan

Mykolayiv Interregional Institute
for Human Development
Higher Educational Institution
Open International University
for Human Development «Ukraine»

Активне включення агропромислового комплексу України у світове господарство, залучення до вирішення продовольчих проблем інших регіонів та окремих країн не повинні негативно впливати на забезпечення продовольством нашої країни. Розглянуто основні теоретико-методологічні підходи до формування стратегії діяльності підприємств агропродовольчої сфери, орієнтованої на зростання конкурентоспроможності продукції на світових ринках на базисній основі оцінки динаміки та структури експортно-імпорتنних операцій. Визначено основні законодавчо визначені принципи зовнішньоекономічної діяльності. Проаналізовано динаміку структури експорту продукції агропродовольчої сфери в 2010–2018 рр. Доведено, що процеси здійснення експортно-імпорتنних операцій тісно взаємопов'язані, у результаті чого відбувається підвищення результативності багатьох фінансово-економічних показників. Для підвищення експортно-імпортного потенціалу України необхідно розробити загальнонаціональну програму розвитку експортно-імпорتنних операцій агропродовольчого сектору, яка б значно стимулювала ці процеси.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність регіону, експорт, імпорт, динаміка, регіональні зовнішньоекономічні відносини, зовнішньоекономічні зв'язки регіону, географічна структура.

Активное включение агропромышленного комплекса Украины в мировое хозяйство, привлечение к решению продовольственных проблем других регионов и отдельных стран не должны негативно влиять на обеспечение продовольствием нашей страны. Рассмотрены основные теоретико-методологические подходы к формированию стратегии деятельности предприятий агропродовольственной сферы, ориентированной на рост конкурентоспособности продукции на мировых рынках на базисной основе оценки динамики и структуры экспортно-импортных операций. Определены основные законодательные принципы внешнеэкономической деятельности. Проанализирована динамика структуры экспорта продукции агропродовольственной сферы в 2010–2018 гг. Показана динамика структуры импорта продукции агропродовольственной сферы в 2010–2018 гг. Доказано, что процессы осуществления экспортно-импортных операций тесно взаимосвязаны, в результате чего происходит повышение результативности многих финансово-экономических показателей. Определены факторы низкой конкурентоспособности продукции агропромышленной сферы, в том числе по ценовым параметрам.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность региона, экспорт, импорт, динамика, региональные внешнеэкономические отношения, внешнеэкономические связи региона, географическая структура.

Active inclusion of agro-industrial complex of Ukraine in the world economy, involvement in solving food problems of other regions and individual countries should not adversely affect the provision of food in our country, should not lead to deterioration of public health due to lack of necessary and quality, healthy food, should jeopardize the environmental condition of the environment through the use of intensive or even harmful means of cultivation and protection of plants, etc. Thus, the increasing liberalization of foreign trade relations requires the formation of a prudent policy aimed at increasing export volumes and structure on the one hand and protecting the domestic producer through active protectionist measures within the framework of commitments and signed agreements. The purpose of the article. Consideration of the basic theoretical and methodological approaches to the formation of the strategy of activity of agro-food enterprises, focused on increasing the competitiveness of products in world markets on the basis of an assessment of the dynamics and structure of export-import operations. The main legislatively determined principles of foreign economic activity are defined. The dynamics of export structure of agro-food products in 2010-2018 is analyzed. The dynamics of the structure of imports of agricultural products in 2010-2018 is shown. It is proved that the processes of export-import operations are closely interrelated, resulting in many financial and economic indicators being improved. The mechanism of state support and regulation of domestic producers, including through the support of export operations, which should include the use of various forms, methods and methods of legal and economic nature. The factors of low competitiveness of agroindustrial products production, in particular in terms of price parameters, were determined. It is proposed that in order to increase the export-import potential of Ukraine, it is necessary to develop a national program of development of export-import operations of the agro-food sector, which would significantly stimulate these processes.

Key words: foreign economic activity of the region, export, import, dynamics, regional foreign economic relations, foreign economic relations of the region, geographical structure.

Постановка проблеми. Активне включення агропромислового комплексу України у світове господарство, залучення до вирішення продовольчих проблем інших регіонів та окремих країн не повинні негативно впливати на забезпечення продовольством нашої країни, призводити до погіршення здоров'я населення через нестачу

необхідних та якісних здорових харчових продуктів, не повинні піддавати небезпеці екологічний стан довкілля через застосування інтенсивних або ж навіть шкідливих засобів вирощування та захисту рослин тощо. Таким чином, зростаюча лібералізація зовнішніх торговельних відносин потребує формування виваженої відповідної

політики, спрямованої, з одного боку, на зростання обсягів та структури експорту, з іншого – на захист вітчизняного виробника за допомогою активних протекціоністських заходів у рамках прийнятих на себе зобов'язань та підписаних домовленостей, адже лібералізація торгівлі може призвести і до від'ємного ефекту: збільшення потоків імпортованих товарів за низькими цінами спроможне нанести непоправну шкоду вітчизняному бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми розроблення та реалізації сучасних стратегій розвитку фірм, компаній переробних галузей АПК широко аналізуються в наукових роботах вітчизняних та іноземних економістів. Серед найбільш значущих робіт – статті О. Амонії, В. Андрійчука, О. Бородіної, П. Гайдуцького, В. Геєця, Р. Зубкова, С. Кваші, Л. Михайлової, Т. Осташко, Б. Пасхавера, О. Павлова, П. Саблука, С. Соколенко Р. Скупського та ін. Разом із тим варто провести аналіз перспектив зовнішньоекономічного вектору розвитку агропродовольчого сектору.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд основних теоретико-методологічних підходів до формування стратегії діяльності підприємств агропродовольчої сфери, орієнтованої на зростання конкурентоспроможності продукції на світових ринках, на базисній основі оцінки динаміки та структури експортно-імпортованих операцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність є одним з основних

напрямів господарської діяльності вітчизняних підприємств, вона реалізується значною мірою за межами України через експортні та імпортовані операції, міжнародну виробничу та науково-технічну інтеграцію та кооперацію. Серед основних законодавчо визначених принципів ЗЕД передусім слід назвати такі:

- організація міжнародного обміну результатами праці та природними ресурсами в їх вартісній та матеріальній формах;

- оцінка споживчої вартості продукції на міжнародному ринку проводиться згідно з принципом міжнародного розподілу праці;

- організація міжнародного грошового обігу [5].

За продукцією тваринного походження протягом 2010–2018 рр. ми можемо побачити зменшення питомої ваги в загальному обсязі експорту (з 7,76% до 6,5%).

За продукцією рослинного походження протягом 2010–2018 рр. спостерігається зростання питомої ваги в загальному обсязі експорту (із 40,02% до 53,12%). Максимальна питома вага становила в 2015 р. 54,74%.

За оліями та жирами спостерігається незначне зменшення – з 26,34% до 24,16%. Максимальна питома вага становила 20,60% у 2013 р.

По готових харчових продуктах ми можемо спостерігати значне зниження питомої ваги – з 25,88% у 2010 р. до 16,22% у 2018 р.

Динаміку структури експорту продукції АПК зображено на рис. 1.

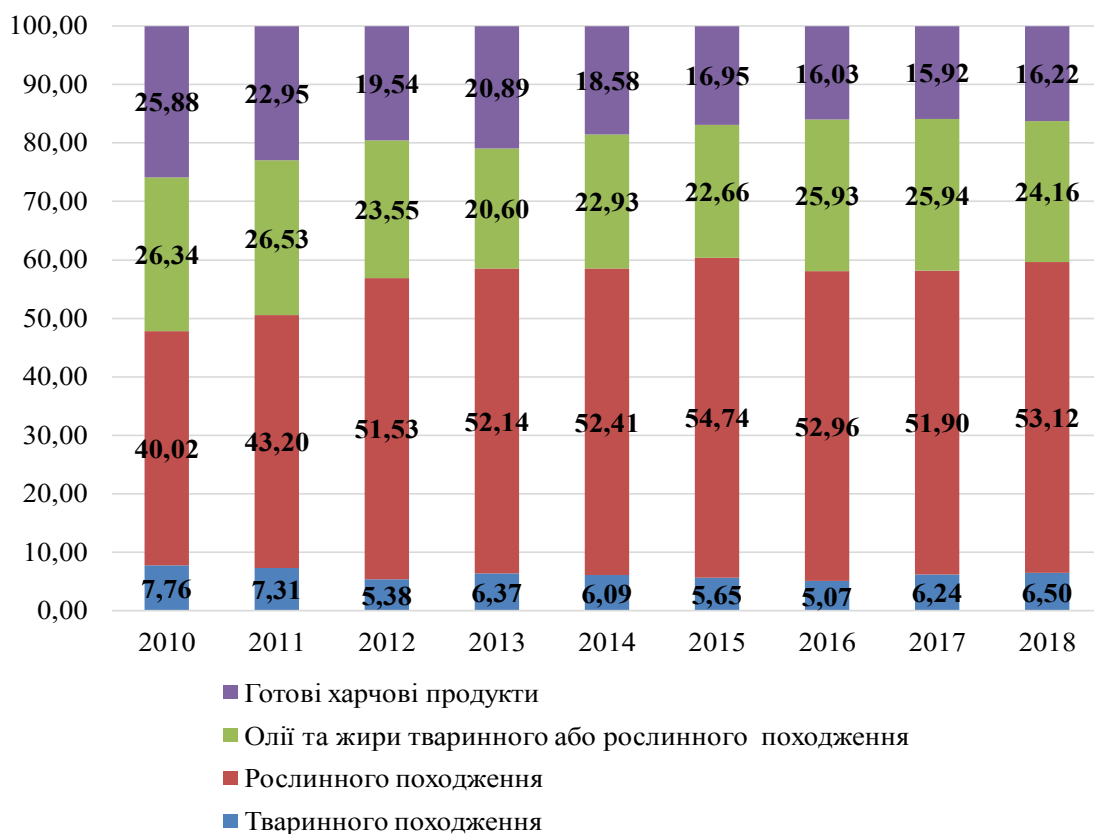


Рис. 1. Динаміка структури експорту продукції АПК у 2010–2018 рр.

Проаналізуємо структуру імпорту. За продукцією тваринного походження протягом 2010–2013 рр. спостерігається поступове зростання питомої ваги в загальному обсязі імпорту (з 21,55% до 23,12%). Із 2014 р. спостерігається зменшення питомої ваги в загальному обсязі імпорту, до 16,1% у 2016 р., а в 2017–2018 рр. питома вага незначно збільшилася, до 18,16%.

За продукцією рослинного походження на протязі 2010–2018 рр. спостерігається поступове зростання питомої ваги в загальному обсязі імпорту (з 27,14% до 30,25%). Найбільша питома вага становила в 2014 р. – 33,53%.

За оліями та жирами спостерігається невелике зменшення – із 7,84% до 5,29%. Найменша питома вага становила 4,93% у 2013 р.

За готовими харчовими продуктами теж спостерігається незначне збільшення – із 43,47% у 2010 р. до 46,30% у 2018 р. Проте найменша питома вага спостерігається в 2013 р. – 39,33%.

Динаміку структури імпорту зображено на рис. 2.

Але далеко не будь-яке підприємство має достатню можливість для виходу на зовнішній ринок. Для цього потрібні спеціальні умови та належна мотивація.

На сучасному етапі розвитку економіки нашої країни у багатьох підприємств харчової промисловості немає можливості забезпечити виконання тих умов виходу на зовнішні ринки, що пов'язані з організаційними та техніко-технологічними, які істотно впливають на рівень якості продукції, яка виробляється.

Виконання даних умов та окремих стимулюючих функцій ЗЕД може призвести до виникнення істотних конкурентних переваг у міжнародному розподілі праці, збільшенні темпів економічного розвитку та вирівнювання витрат виробництва на одиницю виробництва продукції як на вітчизняних, так і на іноземних підприємствах.

Процеси здійснення експортно-імпортних операцій тісно взаємопов'язані, у результаті чого відбувається підвищення результативності багатьох фінансово-економічних показників, рентабельності та прибутковості; окрім того, зростає рівень забезпечення підприємства валютними коштами, а це, своєю чергою, дає можливість для подальшого розвитку за рахунок закупівлі сучасних технологій і новітньої техніки у іноземних партнерів.

Окрім того, участь в експортно-імпортних операціях надає можливість для перегляду структури та асортименту експорту виробленої продукції в бік товарної її форми замість матеріалів та сировини. Але без істотної державної підтримки вітчизняних аграріїв виконання цих намірів неможливе. Механізм державної підтримки та регулювання вітчизняних виробників, у тому числі й через підтримку експортних операцій, має включати застосування різноманітних форм, способів і методів правового та економічного характеру. Державі у цьому разі слід виступати гарантом інвестиційної безпеки, соціально-економічної стабільності для іноземних та вітчизняних інвесторів.

Для того щоб вибрати конкретні вектори розвитку ЗЕД, слід спочатку визначити й проаналізувати

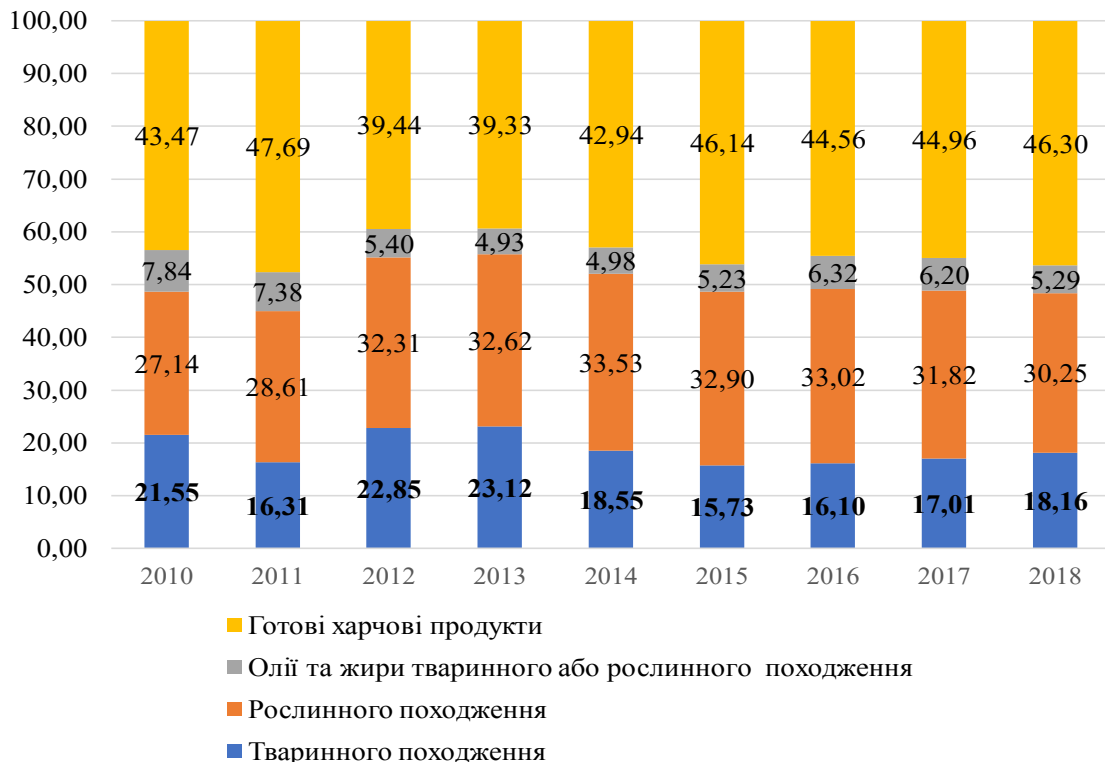


Рис. 2. Динаміка структури імпорту продукції АПК у 2010–2018 рр.

стан експортно-імпортних операцій за окремими географічними напрямками та об'єктами, оцінити місткість окремих міжнародних ринків та ступінь конкуренції на них, дослідити сегмент ринку, що займає виділений вид продукції [4].

Але недостатньо глибоке вивчення особливостей зовнішнього середовища, оцінка місткості ринку країни, особливостей законодавства із зовнішньої торгівлі, а також окремих рис діяльності іноземних партнерів, з якими були підписані угоди, можуть призвести до ризиків великих фінансових та матеріальних утрат. З іншого боку, своєчасне та повне отримання інформації про стан ЗЕД дає широкі можливості окремому підприємству для прийняття ефективного стратегічного рішення про подальший її розвиток.

Постійний розвиток експортних потужностей є головною умовою результативної роботи компанії в динамічному середовищі сучасного ринку. Підходи до аналізу експортного потенціалу відображають різні рівні: держави, регіону, галузі, підприємства [1]. Ми розглядаємо експортний потенціал на рівні підприємств, які безпосередньо створюють матеріальні блага і надають послуги. На всіх інших рівнях створюються умови для ефективного процесу експортних операцій. Слід звернути увагу на експортний потенціал безпосередньо підприємств та їх можливість випускати конкурентоздатну продукцію [2]. Із погляду розвитку агропродовольчого комплексу ми розглядаємо підприємства харчової промисловості, які 80% сировини для виготовлення власної продукції отримують від сільськогосподарських підприємств. Якість виготовленої продукції харчової промисловості напряму залежить від якості отриманої сировини. Тобто необхідна особлива взаємозацікавленість у кінцевому результаті створення конкурентоздатної продукції та можливості її експортувати.

Для цього необхідно впроваджувати новітню техніку і технології виробництва. Зовнішній ринок потребує інноваційних рішень у розвитку агропродовольчого комплексу. Разом із тим в умовах глобалізації зовнішньоекономічних відносин важливо, щоб країни були спроможні до правового регулювання зовнішніх відносин із погляду захисту власних виробників.

Україна як аграрно-індустріальна держава повинна визначити пріоритетні галузі, які суттєво впливатимуть на її конкурентоспроможність. Прагнучі реалізувати геополітичні переваги національної економіки, Україна підвищує увагу до потенціалу вітчизняного агропромислового комплексу, який може і повинен стати джерелом виходу України на новий рівень розв'язання питань розвитку національної економіки та підвищення її конкурентоспроможності. Відродження національної економіки потрібно починати з агропромислового комплексу, адже тут – джерело внутрішніх накопичень [7].

Разом із тим низька конкурентоспроможність продукції агропромислової сфери, зокрема й за цінними параметрами, зумовлена кількома чинниками:

- високою трудомісткістю;
- недостатнім рівнем технічної забезпеченості і механізації переробних галузей;
- недостатньою якістю та високою вартістю сировинних і матеріальних ресурсів для виробництва експортної продукції, що значно підвищує її собівартість.

Також недостатня мотивація у виробництві експортної продукції зумовлена різними організаційно-економічними, бюрократичними, політичними чинниками [4].

Для підвищення експортно-імпортного потенціалу України необхідно розробити загальнонаціональну програму розвитку експортно-імпортних операцій агропродовольчого сектору, яка б значно стимулювала ці процеси.

Проте вже першим кроком для цієї програми стало прийняття в 2017 р. Експортної стратегії України до 2021 р., затвердженої Кабінетом Міністрів України, основними цілями якої буде диверсифікація експорту шляхом підвищення конкурентоздатності малого і середнього бізнесу [3].

Цей документ включає три складники:

- дорожню карту стратегічного розвитку торгівлі і відповідний план дій;
- секторальні та крос-секторальні стратегії;
- синхронізацію всіх стратегій в одному документі.

У рамках Експортної стратегії було затверджено перелік нових перспективних ринків, які зможуть замінити традиційні експортні ринки, доступ до яких ускладнено через політичну ситуацію. Зокрема, було визначено топ-20 ринків, які за умови вибору правильних форм та інструментів роботи з ними здатні показати досить швидкі результати [1].

Також стратегія передбачає визначення найбільш перспективних ринків експорту продукції, на які буде спрямовано першочергові заходи уряду, а також пріоритетні галузі: харчова, інформаційні технології, машинобудівна, аерокосмічна, а також «креативні» галузі.

Для реалізації стратегії планується створення експортно-кредитного агентства, а також інституту торговельних і аграрних аташе в ключових регіонах для зовнішньоекономічної діяльності.

Так, уже сьогодні 278 підприємств мають право експорту агропродовольчої продукції на ринки ЄС, усього планується організувати відносини із 75 країнами світу. Однак необхідно для цього впровадити понад 50 законодавчих, організаційних, освітніх та інноваційних завдань [3].

Реалізація визначеної експортної стратегії розвитку України, у тому числі агропродовольчої сфери, потребує нових підходів, які повинні спиратися на інтенсивність, інвестиційність та інноваційність.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок, що експортна стратегія розвитку підприємств може ефективно функціонувати і розвиватися в Україні у разі формування певних мотиваційних, економічних, організаційних, правових та соціальних умов, які дають однакову можливість вести експортно-імпортні операції малому, середньому і великому бізнесу. Це – механізми державної фінансової підтримки, податкової, інформаційно-консультативної, маркетингової та інших видів підтримки, у тому числі й дипломатичної.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бетлій М.Г., Бородіна О.М. Аграрний сектор України на шляху до євроінтеграції. Ужгород : ІВА, 2006. 496 с.
2. Бородіна О.М., Прокопа І.В. Майбутнє сільськогосподарського сектору України: від екстрактивного використання до інклюзивного розвитку. *Економіка України*. 2018. № 11–12. С. 104–121.
3. Лопатинський Ю.М., Кифяк В.І. Розвиток аграрного сектору національної економіки на інституційних засадах : монографія. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2014. 248 с.
4. Завгородній А.В. Тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності Причорноморського регіону. *Вісник ХНАУ. Збірник наукових праць*. 2018. Вип. 4. С. 234–244.
5. Павлов О.І. Агропродовольча сфера України як об'єкт національної безпеки. *Економіка АПК*. 2014. № 2. С. 89–97.
6. Скупський Р.М., Зубков Р.С. Моніторинг регіональних проблем розвитку інвестиційно-інноваційних процесів. *Вісник ХНАУ*. 2017. Вип. 4. С. 461–472.
7. Третяк Н.М. Фінансування аграрного виробництва як запорука продовольчої безпеки країни. *Фінансовий простір*. 2014. № 4(16). С. 247–252.

REFERENCES:

1. Betlii M. (2006) Ahrarnyi sektor Ukrainy na shliakhu do yevrointehratsii [The agricultural sector of Ukraine towards European integration]. O.M. Borodina (Ed.). Uzhgorod: IVA. (in Ukrainian)
2. Borodina O.M., Prokopa I.V. (2018) Maybutnye sil'skoho sektoru Ukrayiny - vid ekstraktyvnoho vykorystannya do inklyuzyvnoho rozvytku [The future of the rural sector of Ukraine – from extractive use to inclusive development], *Ekonomika Ukrainy*, vol. 11–12, pp. 104–121.
3. Lopatyns'kyj Yu.M., Kyfiak V.I. (2014) Rozvytok ahrarnoho sektora natsional'noi ekonomiky na instytutsijnykh zasadakh [Development of the agrarian sector of the national economy on an institutional basis], *Chernivets'kyj nats. un-t, Chernivtsi, Ukraine*.
4. Zavorodnii A.V. (2018) Tendenciji rozvytku zovnishnjoekonomichnoji dijalnosti Prychornomors'koghho rehionu. [Trends in the development of foreign economic activity of the Black Sea region] *KhNAU Bulletin. Collection of scientific works*. vol. 4, pp. 234–244.
5. Pavlov O.I. (2014) Ahropodovol'cha sfera Ukrayiny yak ob'yekt natsional'noyi bezpeky [Agri-food sector of Ukraine as an object of national security], *The economy of agro-industrial complex*, vol. 2, pp. 89–97.
6. Skupsky R.M., Zubkov R.S. (2017) Monitoryng regionalnykh problem rozvytku investycijno-innovacijnykh procesiv [Monitoring of regional problems of development of investment and innovation processes] *KhNAU Bulletin. Collection of scientific works*. vol. 4, pp. 461–472.
7. Tretiak N.M. (2014) Finansuvannia ahrarnoho vyrobnytstva yak zaporuka prodovolchoi bezpeky krainy [Financing agricultural production as a pledge of food security of the country], *Finansovyj prostir*, vol. 4(16), pp. 247–252.

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: РЕГІОНАЛЬНІ ПОРІВНЯННЯ

INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF ECONOMIC ENTITIES: REGIONAL COMPARISONS

У статті оцінюється конкурентоспроможність у зовнішній торгівлі суб'єктів господарювання, згрупованих за кількістю найманих працівників. Класифікацію зведено до п'яти груп. Методологічну основу аналізу становили показники результативності зовнішньої торгівлі, у тому числі індекс Балласа, застосування якого дало змогу кількісно виміряти відносні порівняльні переваги в експортно-імпортних операціях із товарами різних господарюючих суб'єктів у розрізі регіонів України. На основі здійснених розрахунків сформовано матрицю розподілу регіонів України за рівнем виявлених порівняльних переваг та за індексом покриття імпорту експортом. Отримані результати дослідження надали можливість сформулювати висновки щодо застосування інструментів зовнішньоторговельної політики на регіональному рівні з урахуванням інтересів різних груп підприємців. Ці висновки можуть бути корисними для розроблення експортної стратегії регіону й обґрунтування заходів підтримки малого та середнього підприємництва.

Ключові слова: суб'єкти господарювання, зовнішня торгівля, конкурентоспроможність, експорт, імпорт, виявлені порівняльні переваги, регіони.

В статті оценивается конкурентоспособность во внешней торговле хозяйствующих субъектов, сгруппированных по количеству наемных работников. Классификация сведена к пяти группам. Методологическую основу анализа составляли показатели результативности внешней торговли, в том числе индекс Балласа, применение которого позволило количественно измерить относительные сравнительные преимущества в экспортно-импортных операциях с товарами разных хозяйствующих субъектов в разрезе регионов Украины. На основе произведенных расчетов сформирована матрица распределения регионов Украины по уровню сравнительных преимуществ и по индексу покрытия экспорта импортом. Полученные результаты исследования позволили сформулировать выводы по применению инструментов внешнеторговой политики на региональном уровне с учетом интересов разных групп предпринимателей. Эти выводы имеют практическое значение для разработки экспортной стратегии региона и обоснования программ поддержки малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: субъекты хозяйствования, внешняя торговля, конкурентоспособность, экспорт, импорт, выявленные сравнительные преимущества, регионы.

УДК 339.5.057.7:334.012.6(477)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-6>

Почерніна Н.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри бізнес-консалтингу
та міжнародного туризму
Таврійський державний
агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Pochernina Nataliia

Dmytro Motornyi Tavria State
Agrotechnological University

The article aims to assess the competitiveness in foreign trade of business entities, which are grouped by the number of employees. Five groups of economic entities are distinguished: from the smallest with 1 entrepreneur to the largest, which employ 250 people or more. The methodological basis of the analysis was indicators of the effectiveness of foreign trade, including the Balassa index. The use of this index made it possible to measure the relative comparative advantages in export-import of goods operations for various business entities that conduct their business in different regions of Ukraine. According to the results of calculations, the distribution matrix of the regions of Ukraine was formed by such indicators as the volume of foreign trade turnover, the index of revealed comparative advantages and the Exports to imports ratio of goods and services. The results of the study allowed us to draw conclusions on the use of foreign trade policy instruments at the regional level, taking into account the interests of different groups of entrepreneurs. The results of the study allowed us to draw conclusions on the use of foreign trade policy instruments at the regional level, taking into account the interests of different groups of entrepreneurs. These conclusions can be useful for shaping the region's export strategy, especially for choosing instruments of foreign economic policy. The results of the study allow recommending the local governments to provide information and organizational support to small enterprises. Export credit insurance and public-private partnerships in the construction of infrastructure facilities can be useful for enterprises with 50-249 employees. The local governments should develop a continuing education program with the participation of local educational centers and regional development agencies and implement an active territory branding policy to increase the foreign trade performance of large enterprises. An important role is played by inter-municipal cooperation and the region's participation in projects financed by foreign partners and international organizations.

Key words: economic entities, foreign trade, competitiveness, export, import, revealed comparative advantages, regions.

Постановка проблеми. Господарювання в ринкових умовах за високого рівня відкритості економіки вимагає формування дієвої стратегії управління конкурентоспроможністю у сфері зовнішньоекономічних зв'язків як із боку суб'єктів підприємництва, так і з боку місцевої влади, яка безпосередньо впливає на формування бізнес-середовища в межах конкретного регіону. У зв'язку із цим оцінка рівня виявлених переваг у міжнародній торгівлі на сучасному етапі є актуальним питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкурентоспроможність суб'єкта господарювання у зовнішній торгівлі характеризує його можливість ефективно діяти на зовнішньому ринку та узгоджувати власні інтереси з інтересами іноземних

партнерів та інтересами державних інститутів, що здійснюють регулювання у сфері зовнішніх відносин. Це пояснює достатньо високу увагу науковців до дослідження даної проблеми. Конкурентоспроможність розглядається як умова розвитку підприємницької діяльності (А. Мельник, С. Пташник [8]), як індикатор ефективності функціонування суб'єкта господарювання (В. Кравченко, К. Алексич [6]), як передумова економічного зростання на рівні галузі (П. Бечко, Я. Голобородько [5], М. Портер [10]) тощо. Однак протягом останніх десятиліть усе більш вагомого значення набуває аспект аналізу конкурентоспроможності як чинника розвитку зовнішньоекономічних зв'язків (С. Малихіна [7]), Л. Соете [3]), зокрема питання, пов'язані з оцінкою порівняльних

переваг у зовнішній торгівлі (Д. Хінлупен Д. Маревич [1], Т. Волрас [4]), а також вимірювання ефективності зовнішньої торгівлі [2]. Наростання процесів глобалізації за сучасних умов ще більше посилює інтерес до даної проблематики.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є регіональне порівняння міжнародної конкурентоздатності суб'єктів господарювання, що використовують різну кількість найманої праці. Предметом дослідження є експортно-імпорتنі операції вітчизняних господарюючих суб'єктів. Об'єктами дослідження є регіони України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У трактовці поняття «конкурентоспроможність» ми поділяємо думку тих авторів, що характеризують її як «здатність суб'єкта ринку витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними суб'єктами» [8, с. 106]. Зовнішньоекономічна діяльність посилює конкуренцію за рахунок включення до контрагентів іноземних гравців, що, з одного боку, вводить більш жорсткі «правила гри» для вітчизняних виробників щодо проникнення на іноземний ринок, а з іншого – загострює внутрішню конкуренцію між суб'єктами господарювання щодо використання ресурсів, необхідних для здійснення підприємницької діяльності. Одним із видів економічних ресурсів виступає наймана праця. Від-

повідно до поставленої мети дослідження, увагу сконцентровано на оцінці конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, класифікованих за критерієм кількості найманих працівників на п'ять груп: фізичні особи – підприємці (ФОП) із наймом до дев'яти осіб, від 10 до 49 осіб, від 50 до 249 осіб, від 250 осіб і більше.

На думку С. Малихіної, «конкурентоспроможність підприємства на міжнародному ринку становлять його здібності й можливість включення тих активів, які можуть стати конкурентними перевагами» [7, с. 527]. В. Кравченко та К. Алексич серед складників конкурентоспроможності підприємства виділяють конкурентоспроможність персоналу [6, с. 51]. Такий підхід цілком відповідає завданню даного дослідження щодо виявлення конкурентних переваг у зовнішній торгівлі, здобутих за рахунок залучення найманої праці.

Із досить широкого переліку показників, за допомогою яких можна виміряти конкурентоспроможність у зовнішній торгівлі [2], у даній роботі вибрано коефіцієнт покриття імпорту експортом та індекс виявлених конкурентних переваг Бела Баласса, розрахованого за такою формулою:

$$RCA = \ln \left[\frac{EX_{ik} \cdot EX_k}{IM_{ik} \cdot IM_k} \right], \quad (1)$$

Таблиця 1

Експортно-імпорتنі операції з товарами суб'єктів господарювання за кількістю найманих працівників у розрізі регіонів України у 2018 р., млн дол. США

	до 9 осіб		10-49 осіб		50-249 осіб		250 і більше		ФОП	
	ЕХ	ІМ	ЕХ	ІМ	ЕХ	ІМ	ЕХ	ІМ	ЕХ	ІМ
Вінницька	318	59,4	76,1	105	394	143	582	194,6	12	28
Волинська	7,11	87,5	67,7	78,3	76,8	63,7	510	505,4	21	54
Дніпропетровська	33,5	372	113	811	227	686	7095	2893	11	88
Донецька	20	23,8	14,9	29	164	79,6	4608	1976	2,3	6,6
Житомирська	43,5	54,4	47,1	41,3	116	58,3	352	315,3	31	15
Закарпатська	25,6	42,8	36,7	50,1	227	147	876	1223	61	28
Запорізька	72,4	64,7	73,8	209	219	91	2923	1308	6	11
Івано-Франківська	11,5	49,6	30,8	84,2	105	83,7	665	568,5	32	25
Київська	16,1	195	70,3	844	354	1158	1213	1184	8,1	23
Кіровоградська	17,6	42,1	156	39,6	173	65,7	93,6	65,8	1,7	4,6
Луганська	0,2	14,1	16,6	29,8	17,5	25,3	164	93,2	0,1	2,4
Львівська	27	217	200	535	328	436	1171	1014	26	65
Миколаївська	27,8	31,4	22	28,4	219	40,9	1552	555,4	0,9	8,6
Одеська	78,4	296	190	397	212	210	495	275	5,3	25
Полтавська	31,5	69	65,2	233	215	113	1532	894,3	2,9	8,5
Рівненська	16,6	32,2	61,7	40,3	76,4	56,7	216	136,2	16	18
Сумська	16,7	68,5	32,3	92,2	192	113	469	379,4	11	57
Тернопільська	6,08	14,4	19,3	60,5	177	121	222	194,3	7,9	16
Харківська	39,1	196	108	320	253	303	741	741,4	20	45
Херсонська	15,5	28,3	54,3	66,2	54,1	89,1	78,9	61,5	1,6	4,6
Хмельницька	3,08	40,6	70,6	63,4	198	118	310	191,1	7,7	15
Черкаська	17,4	37,3	53,4	69,2	152	84	476	174,1	17	11
Чернівецька	6,49	13,7	17,9	38,3	35,2	16,3	66,7	41,5	17	19
Чернігівська	15,8	40,3	91	78,2	176	93,8	423	250,3	5,6	5,4
м. Київ	432	2799	951	5437	2717	6882	5196	6711	13	54

Джерело: складено автором на основі даних [9]

де RCA – коефіцієнт виявленої порівняльної переваги певної групи суб'єктів;

EX_{ik} – експорт групи i регіону k ;

EM_{ik} – імпорт групи i регіону k ;

EX_k – експорт регіону k ;

IM_k – імпорт регіону k .

Вихідні дані, наведені для розрахунків, представлено в табл. 1. Дані табл. 1 дають можливість значні відмінності між регіонами за обсягом зовнішньоторговельного обороту: до ТОП-5 лідерів входять м. Київ (33 784,8 млн. дол.), Дніпропетровська область (12 987,5 млн. дол.), Донецька область (7 092,6 млн. дол.), Київська область (5 498,6 млн. дол.) та Запорізька область (5 140 млн. дол.); аутсайдерами є Херсонська (597,6 млн. дол.), Луганська (487,9 млн. дол.) та Чернівецька (339,7 млн. дол.) області.

Аналіз результативності зовнішньої торгівлі у розрізі груп за кількістю найманих робітників показує значну перевагу великих підприємств (із чисельністю робітників 250 і більше осіб) за винятком Кіровоградської області.

Результати обрахунку якісних показників зовнішньої торгівлі наведено в табл. 2.

Отримані дані здають змогу розподілити регіони за критерієм ефективності зовнішньоекономічних зв'язків (табл. 3).

Матриця дає можливість продемонструвати відмінні результати зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання, які розрізняються за кількістю найманих працівників. Зокрема, малі підприємства (до дев'яти осіб) досить упевнено реалізували переваги у зовнішній торгівлі, зберігаючи при цьому позитивне зовнішньоторговельне сальдо у Вінницькій та Запорізькій областях. Подібні результати демонстрували також ФОП у Житомирській, Закарпатській, Івано-Франківській, Черкаській та Чернігівській областях. Аналіз результатів ЗЕД середніх та великих підприємств переключає увагу на наявні проблеми у сфері експортно-імпортних операцій. Так, середні підприємства Дніпропетровської, Київської, Херсонської областей та м. Києва були неконкурентоспроможними порівняно з такими ж суб'єктами інших регіонів. Така ж проблемна ситуація зберігалася для великих підприємств (250 і більше осіб) Закарпатської, Харківської областей та м. Києва. Звертає на себе увагу той факт, що великі виробники Волинської, Житомирської, Івано-Франківської, Київської, Львівської та Тернопільської областей, маючи позитивне зовнішньоторговельне сальдо ($KП > 1$), не здобули порівняльних переваг у зовнішній торгівлі ($ПП < 0$).

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз результатів зовнішньої торгівлі товарами суб'єктів

Таблиця 2

**Розрахункові значення коефіцієнта покриття імпорту експортом (КП)
та індексу виявлених порівняльних переваг (ПП)**

	Коефіцієнт покриття імпорту експортом					Індекс виявлених порівняльних переваг				
	≤ 9	10-49	50-249	≥ 250	ФОП	≤ 9	10-49	50-249	≥ 250	ФОП
Вінницька	5,3	0,7	2,75	2,99	0,41	3	0,99	1,48	0,9	0,3
Волинська	0,1	0,9	1,21	1,01	0,38	-1,2	1,17	0,65	-0,2	0,22
Дніпропетровська	0,1	0,1	0,33	2,45	0,13	-1,1	-0,7	-0,6	0,7	-0,9
Донецька	0,8	0,5	2,06	2,33	0,36	1,2	0,64	1,19	0,6	0,15
Житомирська	0,8	1,1	1,99	1,12	2,06	1,1	1,44	1,15	-0,1	1,91
Закарпатська	0,6	0,7	1,54	0,72	2,17	0,8	1	0,9	-0,6	1,96
Запорізька	1,1	0,4	2,41	2,24	0,56	1,4	0,27	1,34	0,6	0,6
Івано-Франківська	0,2	0,4	1,25	1,17	1,32	-0,1	0,3	0,69	-0,1	1,46
Київська	0,1	0,1	0,31	1,02	0,36	-1,2	-1,2	-0,7	-0,2	0,16
Кіровоградська	0,4	3,9	2,63	1,42	0,37	0,5	2,68	1,43	0,1	0,19
Луганська	0	0,6	0,69	1,75	0,04	-3	0,72	0,1	0,3	-2
Львівська	0,1	0,4	0,75	1,15	0,39	-0,8	0,32	0,18	-0,1	0,25
Миколаївська	0,9	0,8	5,35	2,79	0,11	1,2	1,05	2,14	0,8	-1,1
Одеська	0,3	0,5	1,01	1,8	0,21	-0	0,57	0,48	0,4	-0,4
Полтавська	0,5	0,3	1,9	1,71	0,34	0,5	0,04	1,11	0,3	0,1
Рівненська	0,5	1,5	1,35	1,59	0,91	0,7	1,74	0,76	0,2	1,09
Сумська	0,2	0,4	1,7	1,24	0,19	-0,1	0,26	1	-0	-0,5
Тернопільська	0,4	0,3	1,46	1,14	0,51	0,5	0,17	0,84	-0,1	0,51
Харківська	0,2	0,3	0,83	1	0,44	-0,3	0,23	0,28	-0,2	0,37
Херсонська	0,5	0,8	0,61	1,28	0,34	0,7	1,11	-0	0	0,1
Хмельницька	0,1	1,1	1,68	1,62	0,52	-1,3	1,42	0,99	0,3	0,53
Черкаська	0,5	0,8	1,81	2,73	1,5	0,6	1,05	1,06	0,8	1,59
Чернівецька	0,5	0,5	2,16	1,61	0,9	0,6	0,55	1,24	0,2	1,08
Чернігівська	0,4	1,2	1,88	1,69	1,03	0,4	1,46	1,1	0,3	1,22
м. Київ	0,2	0,2	0,39	0,77	0,23	-0,5	-0,4	-0,5	-0,5	-0,3

Джерело: розраховано автором

Матриця розподілу регіонів України за ефективністю ЗЕД у розрізі груп суб'єктів господарювання

до 9 осіб		КП > 1	КП < 1
	ПП > 0	Вінницька, Запорізька	Донецька, Житомирська, Закарпатська, Кіровоградська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська
	ПП < 0		Волинська, Дніпропетровська, Івано-Франківська, Київська, Луганська, Львівська, Одеська, Сумська, Харківська, м. Київ, Хмельницька
10-49 осіб	ПП > 0	Житомирська, Рівненська Кіровоградська, Хмельницька, Чернігівська	Вінницька, Волинська, Донецька, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Луганська, Львівська, Одеська, Полтавська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Черкаська, Чернівецька
	ПП < 0		Дніпропетровська, Київська, м. Київ
50-249 осіб	ПП > 0	Вінницька, Волинська, Житомирська, Закарпатська, Сумська, Запорізька, Івано-Франківська, Одеська, Донецька, Кіровоградська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська	Луганська, Львівська, Харківська,
	ПП < 0		Дніпропетровська, Київська, Херсонська, м. Київ
250 і більше осіб	ПП > 0	Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська	
	ПП < 0	Волинська, Житомирська, Івано-Франківська, Київська, Львівська, Тернопільська	Закарпатська, Харківська, м. Київ
ФОП	ПП > 0	Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Черкаська, Чернігівська	Вінницька, Волинська, Донецька, Запорізька, Київська, Львівська, Кіровоградська, Полтавська, Рівненська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Чернівецька,
	ПП < 0		Дніпропетровська, Луганська, Миколаївська, Одеська, Сумська, м. Київ

Джерело: складено автором за даними таблиці 2

господарювання з різною чисельністю найманих працівників може бути використаний під час формування експортних стратегій регіонального рівня. Зокрема, такий аналіз забезпечує наукове обґрунтування вибору інструментів зовнішньоекономічної політики регіону. За даними, отриманими в результаті дослідження, можна рекомендувати місцевим органам влади в областях, де малі підприємства потребують підтримки у сфері ЗЕД, переймати позитивний досвід інформаційного та організаційного сприяння експорту Вінницької та Запорізької областей. Важливим інструментом підтримки середніх підприємств є державне страхування експортних кредитів та державно-приватне партнерство у розбудові об'єктів інфраструктури, що обслуговує ЗЕД. Для великих підприємств місцевим органам влади доцільно запропонувати програму взаємодії із центрами підвищення кваліфікації та закладами освіти з метою надання компетенцій

у сфері ЗЕД співробітникам зовнішньоторговельних та маркетингових відділів фірм за участі представників Торгово-промислової палати та Агенції регіонального розвитку. Важливими напрямками зовнішньоекономічної політики на рівні регіону є міжмуніципальне співробітництво та приєднання до різноманітних проектів, започаткованих іноземними партнерами та міжнародними організаціями. Широке висвітлення результатів такої взаємодії у засобах масової інформації, а також активна політика брендингу території значно сприятимуть підвищенню ефективності зовнішніх зв'язків усіх суб'єктів господарювання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Hinloopen, J., Marrewijk J. Onthe Empirical Distribution of the Balassa Index / W.P. Erasmus University. Rotterdam, 2000. P. 79.

2. Online Trade Outcomes Indicators. User's Manual / World Integrated Trade Solution. The World Bank. Version 1.0. September 2013. 55 p.

3. Soete, L. International competitiveness, trade and technology policies: O. Granstrand (ed.). Economics of Technology, Elsevier Science Publishers, Amsterdam, 1994. P. 355–374.

4. Vollrath T.A. Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage. *Review of World Economics* (WeltwirtschaftlichesArchiv). 1991. Vol. 127. Issue 2. P. 265–279.

5. Бечко П.К., Голобородько Я.О. Економічні механізми забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів аграрного виробництва. *Інноваційна економіка*. 2015. № 3(58). С. 61–70.

6. Кравченко В.М., Алексич К.О. Системно-динамічне модулювання оцінки рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. *Економіка та держава*. 2016. № 10. С. 45–51.

7. Малихіна С.В. Міжнародна конкурентоспроможність як пріоритетний фактор розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Управління проектами, системний аналіз і логістика*. 2012. Вип. 10. С. 528–529.

8. Мельник К., Пташник С. Теоретичні засади конкурентоспроможності та її роль у розвитку підприємницької діяльності. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2018. Vol. 4. № 2. P. 97–114. URL: www.are-journal.com (дата звернення: 03.12.2019).

9. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 03.12.2019).

10. Портер Е.М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.

2. Online Trade Outcomes Indicators. User's Manual(2013) / World Integrated Trade Solution. The World Bank. Version 1.0. September. 55 p.

3. Soete, L. (1994) International competitiveness, trade and technology policies. Economics of Technology, Amsterdam, 355-374.

4. Vollrath, T.A. (1991) Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage, *Review of World Economics* (WeltwirtschaftlichesArchiv). Vol. 127, Issue 2, 265–279.

5. Bechko P.K., Holoborodko Ya.O. (2015) Ekonomichni mekhanizmy zabezpechennia konkurentospromozhnosti subiektiv ahrarynoho vyrobnytstva [Economic mechanisms for ensuring competitiveness of entities of agricultural production]. *Innovatsiina ekonomika*. vol. 3(58), pp. 61-70.

6. Kravchenko V.M., Aleksyich K.O. (2016) Systemno-dynamichne moduliuvannia otsinky rivnia konkurentospromozhnosti subiektiv hospodariuvannia. [System-dynamic modeling assessment of the economic entities competitiveness]. *Ekonomika ta derzhava*. vol. 10, pp. 45-51.

7. Malykhina S.V. (2012) Mizhnarodna konkurentospromozhnist – yak priorytetnyi faktor rozvytku zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstv [International Competitiveness as being a Priority Factor in the Development of Enterprises External EconomicActivity]. *Upravlinnia proektamy, systemnyi analiz i lohistyka*. K.: NTU.vol. 10, pp. 528-529.

8. Melnyk K., Ptashnyk S. (2018) Teoretychni zasady konkurentospromozhnosti ta yii rol u rozvytku pidpriemnytskoi diialnosti. [Theoretical basis of competitiveness and its role in development of entrepreneurial activity]. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, [Online], vol. 4, no. 2, pp. 97–114 Available at: www.are-journal.com (accessed 3 December 2019).

9. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Website of State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 3 December 2019).

10. Porter M.E. (2005) Competitive strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. / Trans. from English. Moscow.

REFERENCES:

1. Hinloopen, J. & Marrewijk, J. (2000) On the Empirical Distribution of the Balassa Index, W.P. Erasmus University, Rotterdam.

STABILITY ANALYSIS OF UKRAINIAN BANKING SYSTEM

АНАЛІЗ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

UDC 336.71 (477)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-7>**Rodionova Tatiana**Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
Odessa I.I. Mechnikov National University
Moskovchuk OlenaMaster
Odessa I.I. Mechnikov National University
Kyfa A. AndriiCandidate of Economic Sciences,
Associate Professor
Odessa I.I. Mechnikov National University

The article deals with the state of the Ukrainian banking system in times of instability and constant changes. During the review period, the penetration of foreign capital increased due to a sharp decline in the number of banks. The sector has seen a significant increase in non-performing loans. There was a substantial excess of expenditure over revenues, which led to loss-making activities. The indicators of capital adequacy, return on assets, return on capital was similarly negative during the first half of the survey. Still, in the last two years, the indicators have improved due to NBU policy. There has been a transparency and capitalization increase in the banking system and the market clean-up from standard banks. The econometric analysis was performed to study the impact of non-performing loans on the concentration of assets. Based on vector autoregression, we determined the significant effect of non-performing loans on assets.

Key words: banking system, financial stability, non-performing loans, foreign capital, profitability, capital adequacy.

В статті розглянуто стан банківської системи України, досліджено дина-

мика основних показателів стабільності системи. Проникновення іноземного капіталу збільшилось в зв'язі з різким скороченням числа банківських установ. Наблюдался критичний ріст непрацюючих кредитів, відбулось значительне перевищення витрат над доходами, що привело до збитковим операціям. Показатели достаточності капіталу і рентабельності активів і рентабельності капіталу також були негативними в течение першої половини дослідження. Тем не менше, за последние два года показатели улучшились, произошло повышение прозрачности банковской системы, очистка рынка от фиктивных и некачественных банков, увеличение капитализации банковской системы и увеличение доходности капитала и активов. Был проведен эконометрический анализ для изучения влияния непрацюючих кредитів на концентрацию активів в банковском секторе Украины.

Ключевые слова: банковская система, финансовая устойчивость, непрацюющие кредиты, иностранный капитал, рентабельность, достаточность капитала.

Забезпечення фінансової стабільності визначається стійким розвитком банківської системи, яка має вирішальне значення для ефективної грошово-кредитної політики. Успішне функціонування банківської системи - основа ефективного функціонування економіки. Циклічність криз у банківському секторі підтверджує відсутність систем раннього реагування на виникаючі негативні шоки в банківській діяльності і вказує на необхідність посилення контролю та нагляду за всім сектором. Таким чином, першочерговим завданням для країн повинно бути запобігання кризовим явищам банківської системи та зменшення їх негативного впливу на реальну економіку. У статті розглянуто стан банківської системи України у період нестабільності та постійних змін. Протягом досліджуваного періоду проникнення іноземного капіталу збільшилось за рахунок різкого скорочення кількості банківських установ. Незважаючи на зменшення кількості банків, сума активів мала зростаючу тенденцію, що свідчить про те, що на фінансовому ринку України залишаються стабільні банки. У секторі спостерігається значне зростання показника непрацюючих кредитів до небезпечного рівня. Протягом досліджуваного періоду наявне значне перевищення витрат над доходами у банківському секторі України, що призвело до збиткової діяльності. Показники достаточності капіталу та рентабельності активів і капіталу аналогічно мали негативні тенденції протягом першої половини дослідження, проте в останні два роки показники покращились і відбулось певне оздоровлення банківської системи. Спостерігалось підвищення прозорості банківської системи, очищення ринку від фіктивних і неякісних банків, підвищення рівня капіталізації банківської системи та зростання показників рентабельності власного капіталу та активів. Для вивчення впливу непрацюючих кредитів на концентрацію активів у банківському секторі України, було проведено економітричний аналіз. На основі векторної авторегресії, ми визначили значний вплив непрацюючих кредитів на активи. Модель була розроблена на основі щомісячної статистики за період з 2017 по 2018 рік.

Ключові слова: банківська система, фінансова стабільність, непрацюючі кредити, іноземний капітал, рентабельність, достатність капіталу, докапіталізація.

Introduction. Today, market relations are developing under conditions of fierce competition, which affects not only the industrial sector but also the banking system as a whole. It is known that a developed banking system is a decisive condition for the efficient functioning of the economy. Over the past decade, the situation in the financial market of Ukraine was marked by instability and constant changes, which led to crisis phenomena in the entire economic system, since the financial sector has a direct connection with all sectors of the national economy of Ukraine, as well as with the banking system of other countries. The greatest negative impact was exerted by such factors as liquidation and bankruptcy of banks; unprofitable activities of banks; decrease in the total share of obligations; deterioration in the quality of bank loan portfolios; negative dynamics of the capital of the banking system; hryvnia devaluation; decrease in population income.

The banks of Ukraine are forced to operate under the global uncertainty of the environment, which complicates the process of identification, assessment, and elimination of risks. Therefore, we propose to analyze the functioning of the banking system of Ukraine, to identify the main shortcomings, and consider ways to improve it.

Analysis of recent publications. The issues of ensuring the stability of the banking system are widely researched. Many Ukrainian and foreign scholars have been studying the problems in analysis, evaluation, and ways of ensuring the financial stability of the banking system of Ukraine. There are Barisitz S., Gegenheimer G.A., Karminsky A., Kovalenko V., Kornelyuk R., Kyfa A., Popova Y., Pigul N., Rodionova T., Sochan P., Tsiganyuk D., Shova O. among them. However, the issues of analysis of the latest data on the development of banking systems and the

consideration of the banking system after the financial crisis of 2014–2015 remain out of their attention.

The purpose of this paper is to deepen the study of methods of economic analysis of banking stability in Ukraine and to identify significant gaps in the banking system.

Research results. The National Bank of Ukraine is the central bank, which pursues a unified state policy and plays a regulatory role in the life of commercial banks, which provides support to the banking sector in the event of a falling domestic currency and the resulting panic. To analyze the peculiarities of the banking system of Ukraine, let us consider the dynamics of changes in the number of banks in 2013–2018. In general, during the study period, the number of banks decreased more than twice from 176 banks in 2013 to 77 in 2018. The reason for such a sharp reduction was the unstable economic and political situation in the country, deterioration of bank solvency, quality of bank loan portfolios, and devaluation of the hryvnia (Table 1).

Considering the ownership structure of the assets of the banking system of Ukraine, we note a similar trend with the studied CEE countries: the Czech Republic, Slovakia and Poland. However, if in Poland the amount of foreign capital decreases, the reverse processes occur in Slovakia and the Czech Republic. Thus, the amount of foreign capital in the Czech banking sector amounted to almost 2/3 of the total capital. Although in 2018 domestic capital prevailed in the banking sector of Ukraine, with a large share of state assets throughout the entire period, there is a tendency to increase in percentage measurement of foreign assets (Fig. 1). However, the reason for

this is the reduction in the number of banking institutions of domestic owners, and banks with foreign capital do not show significant changes in the number (Table 1). Given the excess of the threshold value of foreign capital of 40%, dangerous conditions are created for the functioning of the banking sector, such as foreign control over the banking system, it is possible to import banking crises from foreign countries, outflow of profits from Ukraine and lobbying for goals contrary to state interests.

As of 2018, the greater share of foreign capital in the banking system of Ukraine belonged to the banks of the Russian Federation – 60.1%. Banks from the countries of the European Union own 37.6% of the authorized capital, in particular, the largest share of 15% belongs to Austria, 4.9% to Luxembourg, 4.2% to France, 4% to Hungary, 3.7% to Greece, 1.7% to Poland and 1.5% to Cyprus. Compared to 2017, in the current period, the share of foreign investment from Austria and Luxembourg has increased, and Cyprus has significantly lost its positions. As for other countries, there was a slight influx of capital from Turkey to Kazakhstan, the United States, Belarus, and the British Virgin Islands. The share of foreign capital from these countries in 2018 amounted to 2.3% of the authorized capital of the banking system of Ukraine (Table 2).

Although during 2013–2018, the number of banks in Ukraine decreased by 2.3 times; the dynamics of assets in the banking sector had a predominantly growing trend. Only during 2015–2016, the period of the most significant reduction in the number of banks, the number of assets decreased from 2014 by UAH 60.5 million to UAH 12.563 billion in 2016. However,

Table 1

Dynamics of change in the number of Ukrainian banks

Indicator	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Number of banks licensed by the NB	176	163	117	96	82	77
Number of banks with foreign capital	53	49	41	38	38	37

Source: compiled by the author [1]

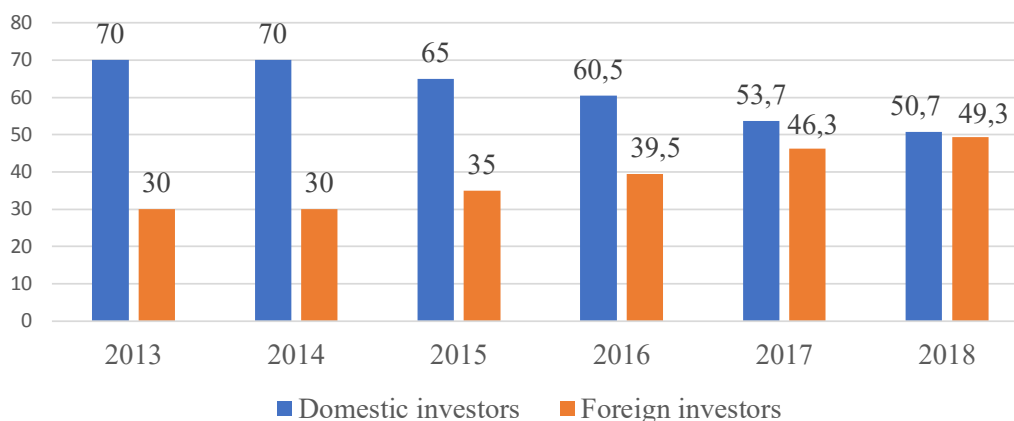


Fig. 1. Changes in the ownership structure of banking system assets 2013-2018, %

Source: compiled by the author [2]

VAR Granger Causality/Block Exogeneity Wald Tests

Dependent variable: ASSETS			
Excluded	Chi-sq	df	Prob.
NPL	6.6820	2	0.0354
All	6.6820	2	0.0354
Dependent variable: NPL			
Excluded	Chi-sq	df	Prob.
ASSETS	13.3767	2	0.0012
All	13.3767	2	0.0012

Source: compiled by the authors

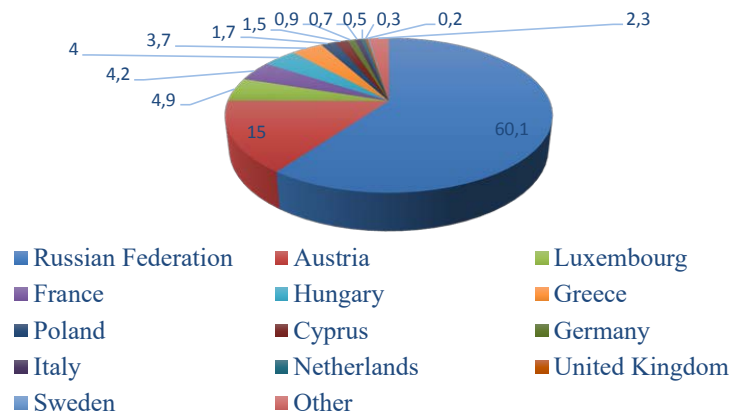


Fig. 2. The presence of foreign capital in 2018, %

Source: compiled by the author [2]

already in 2017-2018 there was a rapid increase in assets, and in 2018, their amount increased by 104.5 billion UAH (Fig. 3).

This tendency indicates that despite the significant decrease in the number of banks during the period under review, stable banks remain in the Ukrainian financial market, multiplying their assets and operating by the law, subject to stringent operating conditions. One of the main factors negatively affecting the fixed assets of banks is the presence of bad debt, that is, non-performing loans. The growth of non-performing loans leads to the need for the

formation of vast reserves, a decrease in the efficiency of banking activities and even loss ratio, and also negatively affects the adequacy of banks' equity. Analyzing the dynamics of non-performing loans during 2013–2018, we note that the volume of non-performing loans was constantly growing (Fig. 4). Thus, in 2014 it increased by 31.4%, in 2015 by 51.6%, in 2016 by 9.8%, in 2017 by 31.7%, and in 2018 by 6%. The share of non-performing loans in 2017 reached a critical value of 54.5% of all loans, in 2018, the indicator fell slightly to 52% (table 2.4 Appendix). Throughout the study period, banks' capital was not

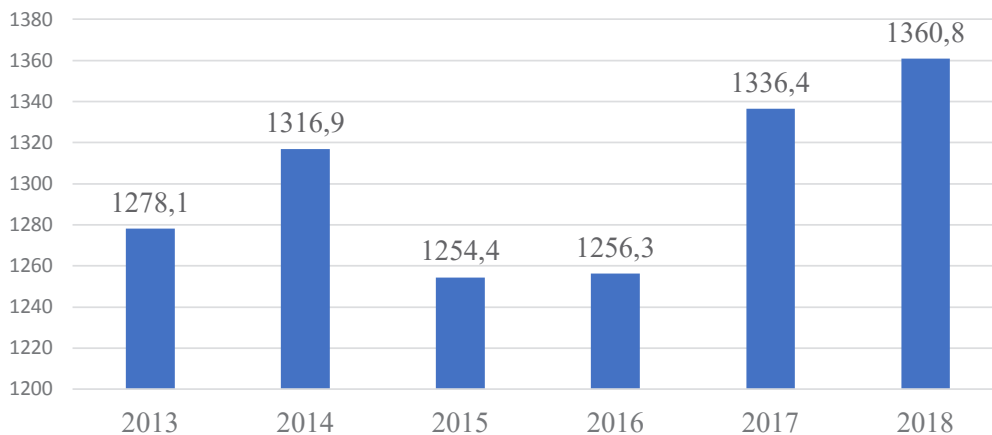


Fig. 3. Amount of assets of the banking sector of Ukraine 2013–2018, billion UAH

Source: compiled by the author [3]

enough to cover the share of non-performing loans. Only because of the additional external capitalization of banks it was possible to ensure the necessary level of equity.

Considering the capital adequacy ratio, in 2013, it had a maximum value of 17.6% for the whole period under review, but during 2014–2016 the value of the indicator decreased by 4.9% to 12.7%. Such a reduction is due to the liquidation of individual banks and the losses resulting from the formation of reserves. During 2017–2018, the position of capital adequacy of Ukrainian banks improved, and at the end of 2018, it stood at 16.2%. Overall, the capital adequacy ratio has been enhanced due to the increase in regulatory capital, which indicates that banks have implemented capital increase programs [2]. Although the capital adequacy ratio during the period under review has been insignificant, it suggests an increase in guarantees for deposit protection and improved financial soundness of banks (Fig. 5).

Characterizing the profitability of banking, we consider such indicators as return on assets (ROA) and return on equity (ROE). The return on equity, for its part, tended to be worse during the period under review. In 2013-2016, the value of the indicator decreased sharply annually, and in 2016 the index reached its maximum low of -116.7%, reducing by 117.5% in 3 years. In 2017, return on equity started to improve, and in 2017 it stood at -15.8%, with a record reduction of 100.9% for the year. In 2018, the figure reached a positive value of 14.4%, improving its position by 30.2%.

The return on assets had a similar trend, so in 2013-2016 its value decreased by 11.8%, reaching a maximum negative value of -12.6% in 2016. During 2016-2018, there was an improvement in the indicator, and in 2018, it was 1.7%, having overcome a negative value, it increased by 27% in 2 years.

In general, during the period under review, there was a significant excess of expenditure over revenues

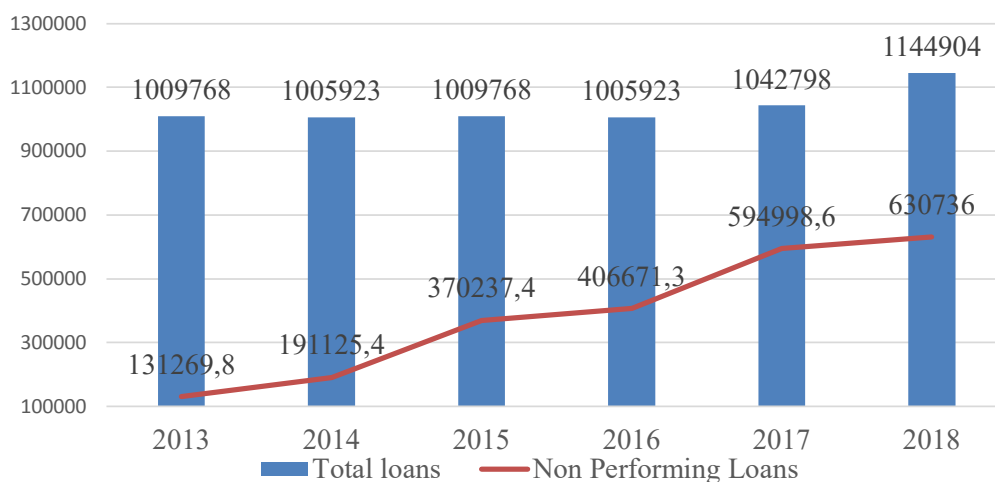


Fig. 4. Dynamics of loans and non-performing loans of the banking sector of Ukraine 2013–2018, million UAH

Source: compiled by the author [2]

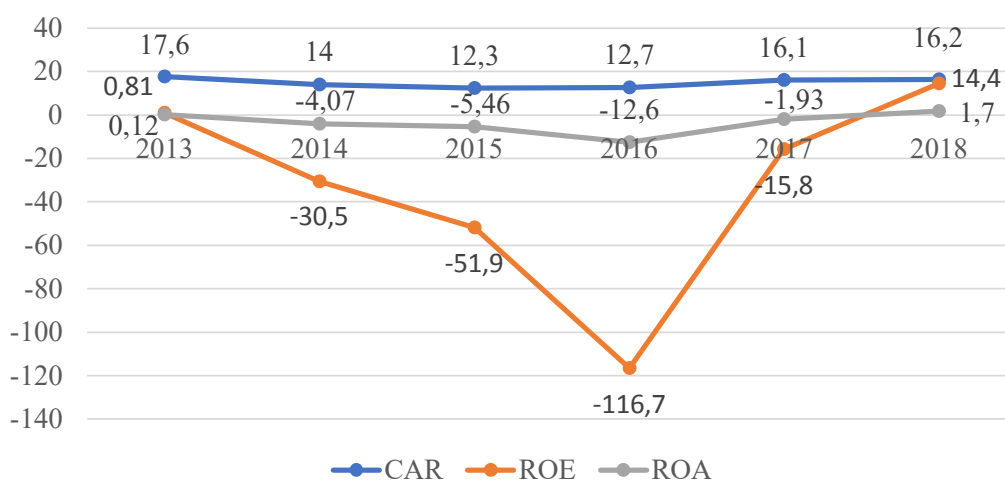


Fig. 5. Dynamics of indicators of capital adequacy, return on assets and equity of the banking sector of Ukraine 2013–2018 (CAR, ROE, ROA), %

Source: compiled according to [4]

in the banking sector of Ukraine, which led to unprofitable activities [5]. This fact has led to the negative values of the indicators of return on assets and return on capital. The situation has been exacerbated by a steady decline in regulatory capital, which in turn has a direct impact on the financial stability and stability of banks, the activities of banks, covering the adverse effects of the risks borne by banks in the conduct of their actions, and ensuring the protection of deposits.

The financial crisis of 2014–2015 hit the banking sector hardest, growing at an accelerating rate. In subsequent years, the quality of credit portfolios of the banking system deteriorated, which led to the need to clean up the banking system and the need to recapitalize banks to create reserves for active operations. Therefore, in 2014–2016, deduction in reserves, deterioration of profitability indicators, reduction of efficiency of use of its capital, and its assets by deposit institutions of Ukraine was one of the main factors of loss of the banking system. Due to the reform of the banking sector, financial rehabilitation programs and the rehabilitation and elimination of "problem" insolvent banks, in 2017–2018, there was an improvement in the return on equity and assets, which in turn indicates the growth of the banking sector and reduction of expenses in general.

The expense-to-income ratio showed some volatility over the period under review. Thus, in 2013–2014 it decreased by 5.1% from 65.6% to 60.5%, further, in 2015 it increased by 13.9% to 74.4%, in 2016–2017. The indicator was kept at 66–67%, and in 2018 it decreased to a comfortable 47.6%, contributing to the stability of the banking system. If the ratio is too high, the bank may not have enough liquidity to cover any unforeseen expenses, and if the ratio is too low, the bank may not earn as much as it could (Fig. 6).

Overall, the indicator showed that Ukrainian banks have become more efficient than several other indi-

cators. This indicator represents an increase in the efficiency of the banking system and is the result of reforms that have benefited everyone.

Analyzing the indicator of the ratio of the bank's loan portfolio to the volume of deposits, we also note some instability of the indicator during the study period. In 2013–2014, the indicator grew by 7.3%, and during the 2014–2017 period, the ratio of loans to deposits decreased by 37.1%; in 2018, the value of the indicator deteriorated again, increasing by 24.8%, up to 139% for the year. Despite the improvement in 2014–2017, it remains at a very high level, exceeding the 100% threshold, which indicates that the volume of loans over deposits is exceeding and concludes that the banking sector of Ukraine has not reached self-financing [6].

Econometric modeling is widely used among the methods of modeling financial stability estimates. After analyzing the financial result of the banking system of Ukraine, we decided to investigate with the help of vector autoregression the impact of non-performing loans on assets. The following data were taken from the National Bank of Ukraine for 2017–2018 years. In total, there are 16 observations in the research. From the data obtained, it can be argued that there is a close mutual causality between assets and the level of non-performing loans since the correlation value is 0,59.

By constructing a vector autoregression and examining the optimal number of lags (2), a Granger test was conducted, which revealed mutual causality between the variables (Table 2). Thus, a strong dependence of assets was found on the level of non-performing loans (coef. = 6,68, $p = 3\%$), similarly present the impact of assets on non-performing loans (coef. = 13,37, $p = 0,1\%$) (Fig. 7).

The regression analysis shows a statistically significant mutual causality between bank assets and the

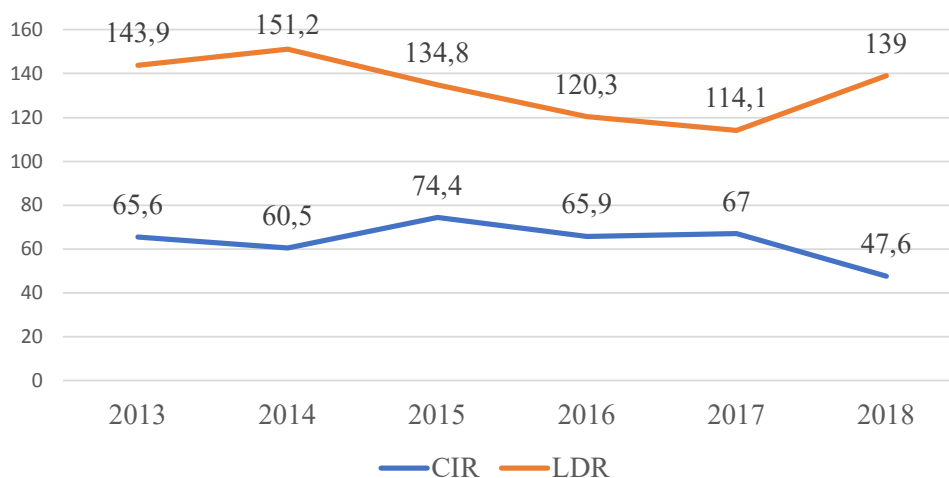


Fig. 6. Dynamics of the ratio of income to expenses and bank loan portfolio to the volume of deposits of Ukraine 2013–2018 (CIR, LDR), %

Source: compiled by the author [2; 3; 4]

level of non-performing loans. The graph of the function of the impulse response of assets to the shock of non-performing loans in one standard deviation and 90% confidence interval is negative and significant in the first 2 periods. The graph of the impulse response function of non-performing loans to an asset shock is positive and significant only in the short term.

Conclusion. Today, the stabilization of the financial and economic situation in the country requires an efficient, reliable, and advanced banking system. The banking sector of Ukraine is experiencing the effects of the deep financial crisis that occurred in 2014–2015, putting the entire industry facing significant challenges.

The massive losses of the banking system, the liquidation, and bankruptcy of more than half of the banks, the decline in all indicators of financial stability led to the need to develop mechanisms for efficient functioning, stable development, as well as to ensure the reliability and security of the Ukrainian banking system.

Each banking institution has a direct impact on the banking system as a whole, so the need to monitor the status of individual banks is significant. Indeed, it is the uncontrolled NBU existence of different banks with an insufficient level of equity, poor quality of assets, inadequate level of bank profitability, and

low level of financial stability that have deepened the financial crisis caused by political and economic factors. Therefore, during the post-crisis reform of the financial system, it remains necessary to create a stable banking system in Ukraine that will be able to absorb any crisis phenomena and effectively accomplish its tasks.

REFERENCES:

1. Kilkistj bankiv v Ukrajin, 2018 [The number of banks in Ukraine, 2018]. Minfin. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/2018/> (accessed 02 November 2019).
2. Nacionaljnyj bank Ukrajin. Osnovni pokaznyky dijalnosti bankiv, 2013-2017 [Key Performance Indicators of Banks, 2013-2017]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442 (accessed 06 November 2019).
3. Nacionaljnyj bank Ukrajin. Osnovni pokaznyky dijalnosti bankiv, 2018 [Key Performance Indicators of Banks, 2018]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/> (accessed 06 November 2019).
4. Nacionaljnyj bank Ukrajin. Dokhody ta vytraty bankiv Ukrajin [Income and expenses of Ukrainian banks]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=58285 (accessed 11 November 2019).

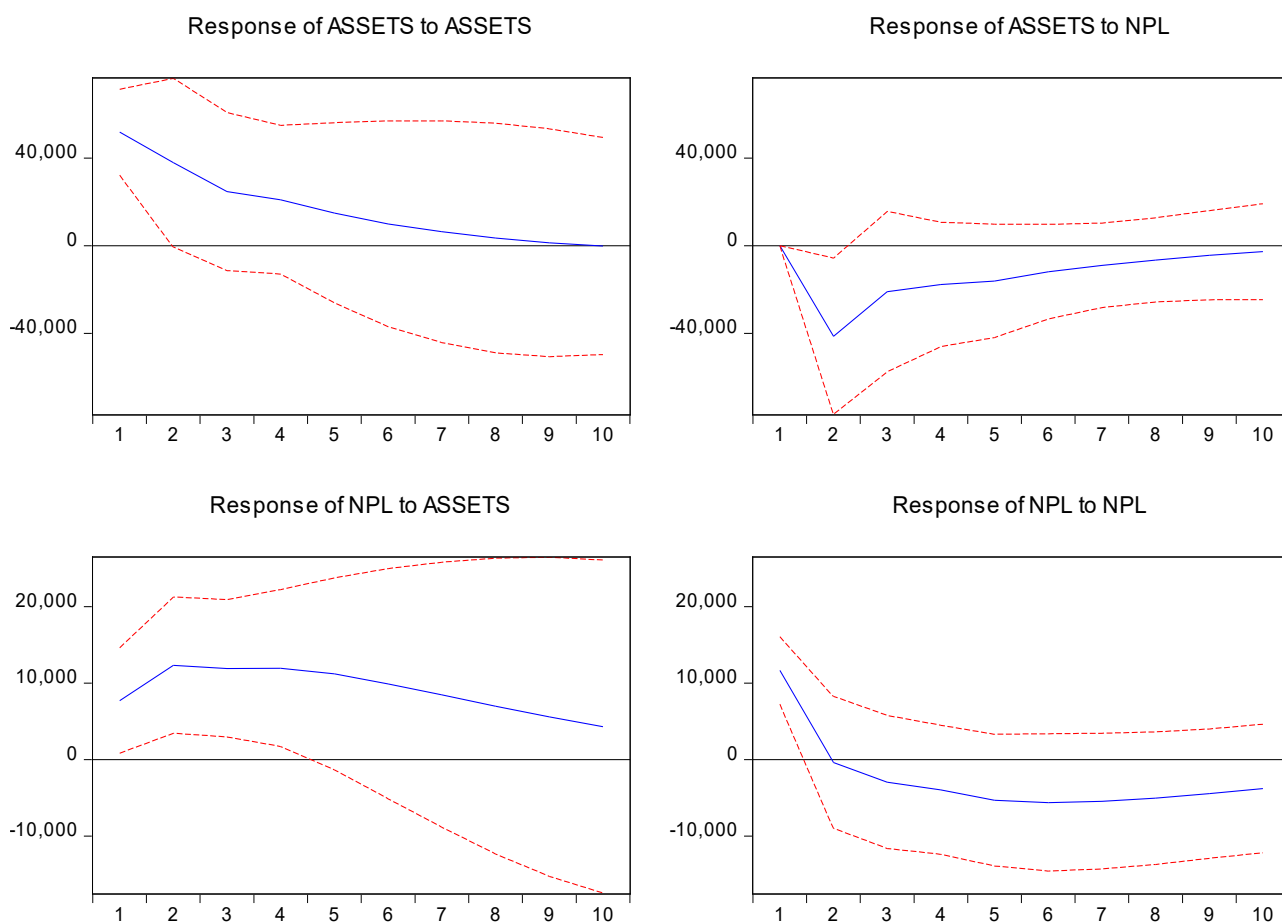


Fig. 7. Impulse response function

Source: Compiled by the authors

5. Kirchner R., Kravchuk V. Banking Sector Monitoring Ukraine. Policy Briefing Series. 2017. № 10. Available at: https://www.beratergruppe-ukraine.de/wordpress/wp-content/uploads/2018/02/PB_10_2017_en.pdf (accessed 22 November 2019).

6. Boyd J, De Nicolo G., Rodionova T. Banking Crises and Crisis Dating: Disentangling Shocks and Policy Responses. *Journal of Financial Stability*. 2019. Volume 41. P. 45–54.

7. Kyfak A. Unit labour cost as an early warning indicator for individual financial institutions. *European Applied Sciences*. 2015. № 3. P. 109–112.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кількість банків в Україні, 2018. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/2018/> (дата звернення: 02.11.2019).

2. Національний банк України. Основні показники діяльності банків, 2013-2017. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442 (дата звернення: 06.11.2019).

3. Національний банк України. Основні показники діяльності банків, 2018. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/> (дата звернення: 06.11.2019).

4. Національний банк України. Доходи та витрати банків України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=58285 (дата звернення: 11.11.2019).

5. Кірхнер Р., Кравчук В. Моніторинг банківського сектору України. Серія політичного брифінгу. 2017. № 10. URL: https://www.beratergruppe-ukraine.de/wordpress/wp-content/uploads/2018/02/PB_10_2017_en.pdf (дата звернення: 22.11.2019).

6. Бойд Дж, Де Ніколо Г., Родіонова Т. Банківські кризи та датування кризових явищ: Шоки роз'єднання та політика у відповідь. *Журнал фінансової стабільності*. 2019. Том 41. С. 45–54.

7. Кифак А. Питомі витрати на робочу силу як показник раннього попередження для окремих фінансових установ. *Європейські прикладні науки*. 2015. № 3. С. 109–112.

ІНСТРУМЕНТАРІЙ МОДЕЛЕЙ СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ

SOCIAL ECONOMY MODELS TOOLS IN GLOBAL DIMENSION

УДК 351.82

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-8>

Сімахова А.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
Національний авіаційний університет

Simakhova Anastasiia

National Aviation University

У статті приділено увагу інструментарію моделей соціальної економіки у глобальному розрізі. Проаналізовано соціальні інструменти для класичних моделей соціальної економіки, а також для транзитивної моделі соціальної економіки. Встановлено, що основними різновидами інструментів соціальної економіки у глобальному вимірі для різних моделей країн світу є фінансово-економічні, нормативно-правові інструменти та інструменти соціальної політики. З теоретичного погляду інструментарієм соціальної економіки у глобальних умовах виступають фінансова допомога, дотації, субсидії (у тому числі житлові), соціальні пільги та виплати, часткове зменшення вартості товарів та послуг, пільгове оподаткування, перекваліфікація безробітних, профілактичні заходи щодо безробіття, інформування населення, соціальні штрафи та додаткові податки. Доведено, що країни з транзитивною моделлю соціальної економіки мають використовувати досвід ліберальної моделі.

Ключові слова: інструменти, модель соціальної економіки, глобальний аспект, транзитивна економіка, ліберальна модель.

В статье рассматривается инструментарий моделей социальной экономики

в глобальном разрезе. Проанализированы социальные инструменты для классических моделей социальной экономики, а также для транзитивной модели социальной экономики. Установлено, что основными разновидностями инструментов социальной экономики в глобальном измерении для различных моделей стран мира являются финансово-экономические, нормативно-правовые инструменты и инструменты социальной политики. С теоретической точки зрения инструментарием социальной экономики в глобальных условиях выступают финансовая помощь, дотации, субсидии (в том числе жилищные), социальные льготы и выплаты, частичное уменьшение стоимости товаров и услуг, льготное налогообложение, переквалификация безработных, профилактические мероприятия по безработице, информирование населения, социальные штрафы и дополнительные налоги. Доказано, что для стран с транзитивной моделью социальной экономики следует использовать опыт либеральной модели.

Ключевые слова: инструменты, модель социальной экономики, глобальный аспект, транзитивная экономика, либеральная модель.

The article focuses on the tools of social economy models in the global context. Social tools for social economy classical models as well as for transitive social economy model have been analyzed. It has been established that the main varieties of social economy tools in the global dimension for different models of the countries are financial, economic, regulatory tools and social policy instruments. From a theoretical point of view, social economy tools in global aspect are financial aid, subsidies, social benefits and payments, partial reductions in the value of goods and services, preferential taxation, re-training of unemployed, preventive measures for unemployment population, social penalties and additional taxes. The countries of the world community understand the necessity of directing the social and economic policy to improve the standard of living for the population, to empower people to self-sufficiency. For this purpose, the countries of classical social economy models use different social instruments not only to increase the incomes of the population, but also to improve other social components and social infrastructure: creating real equality for education, employment, health services; ensuring gender equality and non-discrimination; providing a high level of health care and quality nutrition, etc. It has been established that the transitive social economy model should move in the direction of the liberal social economy model, using its experience in the tools for ensuring a high standard of living for the population. It is important in this aspect to provide the preferential taxation, the active development of the retraining network for the employees, as well as upgrading their skills, gaining additional qualifications, knowledge, skills through specially created centers of retraining and training. The human capital development will form the basis of social growth in society. Increasing the level of education, improving health and environmental protection, comprehensive personality development are the key areas for improving the quality of life for the transitive social economy model.

Key words: tools, social economy model, global aspect, transitive economy, liberal model.

Постановка проблеми. У глобальному розрізі основним завданням соціально-економічного розвитку країн світу є забезпечення добробуту населення на найвищому рівні, що є базисом соціальної економіки. Забезпечення її результативності у глобальному аспекті щодо підвищення добробуту населення для кожної моделі досягається певним набором інструментів. Причому досвід класичних моделей соціальної економіки можна використати для країн із транзитивною моделлю соціальної економіки, що зумовлює актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням аспектів інструментарію соціальної економіки займалися такі науковці, як Л. Бачалі, Б.О. Біанка, Г.Д. Голубчик, В.О. Гришкін, О.В. Длугопольський, О.Б. Кіреєва, В. Козюк, Е.-С. Лакатос,

Н. Неатман, А.В. Решетніченко та ін. Проте у глобальному аспекті для моделей соціальної економіки не було виокремлено інструментарію.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження інструментарію моделей соціальної економіки для забезпечення добробуту населення у глобальному аспекті.

Виклад основного матеріалу дослідження. У глобальному вимірі інструментарій моделей соціальної економіки країн світу має такі види: фінансово-економічні інструменти (ліберальна модель), нормативно-правові та фінансові інструменти (континентальна модель), інструменти соціальної політики (скандинавська модель), нормативно-правові інструменти (середземноморська та транзитивна моделі). Це основні загальні інструменти управління соціальною економікою, які притаманні тій чи

іншій моделі соціальної економіки, проте на практиці використовується і пропонується використовувати декілька інструментів відповідно до конкретної ситуації та поставленої соціальної мети.

Основним інструментарієм соціальної економіки з теоретичного погляду виступають фінансова допомога, дотації, субсидії (у тому числі житлові), соціальні пільги та виплати, часткове зменшення вартості товарів та послуг, пільгове оподаткування, перекваліфікація безробітних, профілактичні заходи щодо безробіття, інформування населення, соціальні штрафи та додаткові податки [1, с. 38], а також новий інструмент соціальної економіки – соціальний маркетинг [2].

Соціальна економіка презентує та втілює у собі нову парадигму, завдяки якій досягається соціально-економічне зростання [3, с. 76]. Окрім того, сама соціальна економіка у глобальному аспекті створює базис для самозабезпечення населення [4].

Так, країни світової спільноти розуміють необхідність спрямування соціально-економічної політики на поліпшення рівня життя населення [5], розширення можливостей людей до самозабезпечення. Для цього країни класичних моделей соціальної економіки (ліберальної, скандинавської, континентальної та середземноморської) використовують різні соціальні інструменти не тільки для збільшення доходів населення, а й для поліпшення інших соціальних складників та соціальної інфраструктури: створення реальної рівності для здобуття освіти, працевлаштування, отримання медичних послуг; забезпечення гендерної рівності та недискримінації; забезпечення високого рівня медичного обслуговування та якісного харчування тощо.

Розглянемо більш детально інструментарій класичних моделей соціальної економіки у глобальному аспекті.

Ліберальна модель соціальної економіки активно застосовує непрямі інструменти фінансово-економічного впливу, такі як субсидії, дотації та пільгове оподаткування для стимулювання створення власного бізнесу, а також профілактичні заходи щодо безробіття, у тому числі систему для перекваліфікації та додаткового навчання безробітних із професіями, які втрачають актуальність на ринку праці.

Континентальна модель соціальної економіки використовує корпоративне пільгове оподаткування, систему укладання соціальних договорів, розгалужену систему професійних об'єднань для стимулювання зайнятості, а також стимулює підвищення кваліфікації або перекваліфікацію кадрів.

Скандинавська модель соціальної економіки як основний інструмент соціальної політики використовує фінансову допомогу, а також численні соціальні виплати по безробіттю, втраті працездатності та утриманню непрацездатних членів сімей, підтримки самотніх інвалідів та людей похилого віку.

Узагальнено основні інструменти ліберальної, континентальної та скандинавської моделей соціальної економіки можна представити так [6]:

- політика доходів (податкові пільги, розвиток соціальної безпеки, соціальна підтримка, допомога, пільги, дотації, субсидії тощо);

- політика зайнятості (стимулювання населення до самозайнятості, можливість перекваліфікації, отримання додаткових професій, стимулювання зайнятості, підтримка діяльності професійних об'єднань тощо);

- фінансова підтримка соціального сектору (освіти, медицини, культури, охорони довкілля тощо).

Перерахований вище інструментарій моделей соціальної економіки щодо підвищення добробуту населення у глобальних умовах може бути пристосований до реалій та ефективно використаний за середземноморської моделі та транзитивної моделі соціальної економіки, що потребують використання схожих інструментів соціальної політики. В обох моделях сформовано нормативно-правову базу забезпечення розвитку соціальної економіки, підтримки населення, мінімальних соціальних та пенсійних виплат (за транзитивної моделі соціальної економіки у більшості країн встановлено мінімальний розмір заробітної плати, прожиткового мінімуму та пенсії).

Особливим та вкрай важливим інструментом для обох моделей соціальної економіки виступає пільгове оподаткування. Йдеться не лише про податкові пільги для малозабезпечених або багатодітних сімей, а й для молодих сімей, сімей, які всиновлюють або беруть дитину під опіку, а також для громадян, які вирішили розпочати власний бізнес.

Перспективним для середземноморської та транзитивної моделей соціальної економіки є активізація використання інструментів соціального інформування населення та соціальних штрафів (наприклад, за паління у громадських місцях, продаж алкоголю вночі, що вже використовується окремими країнами названих моделей, та ін.). Активізація соціального інформування населення підвищить обізнаність людей та формуватиме високу соціальну свідомість громадян.

На нашу думку, транзитивна модель соціальної економіки має рухатися у напрямі ліберальної моделі соціальної економіки, використовуючи досвід останньої щодо інструментарію забезпечення високого рівня життя населення. Важливим у цьому аспекті, крім, як уже відзначалося, пільгового оподаткування, є активне розроблення мережі перекваліфікації працівників, а також підвищення їхньої кваліфікації, отримання додаткових кваліфікацій, знань, навичок через спеціально створені центри перепідготовки та тренінгів. Такі центри можуть додатково надавати рекомендації

та консультування з різних сфер діяльності, допомагати створювати власний бізнес-план або бізнес-проект тощо.

Таким чином, розвиток людського капіталу створить основу соціального зростання в суспільстві. Важливим напрямом тут є всебічний розвиток людського капіталу. Підвищення рівня освіти, поліпшення охорони здоров'я та охорони довкілля (отже, й підвищення тривалості життя), всебічний розвиток особистості – ось ті ключові напрями підвищення якості життя населення для транзитивної соціальної моделі.

Основною проблемою транзитивної моделі соціальної економіки є порівняно низький рівень життя населення, відставання за показниками глобальних соціальних індексів [6]. Очевидно, що без соціально-економічного зростання країн даної моделі забезпечити соціальний прорив неможливо. Так, зростання добробуту людей напряму залежить від розвитку промисловості, а це потребує державної підтримки. Отже, основну фінансову підтримку держави, дотації, субвенції, субсидії необхідно спрямувати на розвиток пріоритетних галузей національної економіки, а також на підтримку малого і середнього бізнесу.

Для розвитку підприємництва, крім пільгового оподаткування, перспективним є використання кредитного інструментарію, а саме низької відсоткової ставки по кредитах для малого та середнього бізнесу та стимулювання іноземного інвестування економіки, оскільки кредитування та зарубіжне інвестування виступають одними з основних джерел соціалізації економіки транзитивної соціальної моделі. Отже, важливим у цьому аспекті є розроблення напрямів щодо збільшення притоку й прямих іноземних інвестицій до країн із транзитивною економікою.

В аспекті активізації розвитку малого бізнесу також слід використовувати прогресивний досвід країн континентальної моделі соціальної економіки щодо розвитку підприємництва й як одного з його різновидів – фермерства, теж здатного створити підвалини до самозабезпечення та самозайнятості населення.

Країнам транзитивної моделі соціальної економіки для підвищення добробуту населення необхідно використовувати досвід середземноморської моделі соціальної економіки щодо пенсійного забезпечення. Так, частково в Італії та Іспанії використовується трирівнева пенсійна система, в основу якої покладено консолідарно-накопичувальну модель, що передбачає впровадження державної пенсії (накопичувальної), обов'язкового страхування й накопичувальної (корпоративної або особистої). Трирівнева пенсійна система полягає у створенні консолідарної системи, загальнообов'язкової накопичувальної системи та добровільної недержавної системи

пенсійних заощаджень. Отже, створення такої системи дасть змогу брати участь у пенсійному забезпеченні як державі, так і самому громадянину через державну та недержавну системи, а також корпоративному сектору.

Висновки з проведеного дослідження.

Основним інструментарієм моделей соціальної економіки у глобальному аспекті є фінансово-економічні, політико-правові та соціальні інструменти. Виходячи з проведеного дослідження, країни ліберальної та континентальної моделей соціальної економіки переважно використовують непрямі інструменти для стимулювання зайнятості та підвищення доходів населення, натомість за скандинавської та середземноморської моделей здебільшого використовується фінансовий інструментарій підтримки населення. Для країн із транзитивною моделлю соціальної економіки необхідно використовувати досвід ліберальної моделі для підвищення добробуту населення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базові засади соціального розвитку: наукова розробка / авт. кол.: А.В. Решетніченко та ін. Київ : НАДУ, 2012. 52 с.
2. Bianca B.O., Bacali L., Lakatos E.-S. Public Marketing: A Strategic Tool for Social Economy. *Review of Applied Socio-Economic Research, Pro Global Science Association*. 2016. Vol. 11(1). P. 13–21.
3. Neamtam N. The Social Economy: finding a way between the market and the state. *POLICY*. 2005. P. 71–76.
4. Сімахова А.О. Еволюція підходів до трактування соціальної економіки у глобальному розумінні. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини»*. 2017. Т. 25. Вип. 9. С. 80–89. URL: <http://dx.doi.org/10.15421/181707>.
5. Typology of welfare states: quality criteria for governance and ecology / V. Koziuk et al. *Problems and Perspectives in Management*. 2018. Vol. 16. Issue 4. P. 235–245. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(4\).2018.20](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(4).2018.20).
6. Stukalo N., Simakhova A. Global parameters of social economy clustering. *Problems and Perspectives in Management (open-access)*. 2018. № 16(1). P. 36–47. DOI :10.21511/ppm.16(1).2018.04.

REFERENCES:

1. Reshetnichenko A.V., Kireeva O.B., Golubchik G.D. (2012) *Bazovi zasady sotsialnoho rozvytku [Basic principles of social development]*. Kyiv: NAPA. (in Ukrainian)
2. Bianca B.O., Bacali L., Lakatos E.-S. (2016) *Public Marketing: A Strategic Tool for Social Economy, Review of Applied Socio-Economic Research, Pro Global Science Association*, vol. 11(1), pp. 13–21.
3. Neamtam N. (2005) *The Social Economy: finding a way between the market and the state, POLICY*. pp. 71–76.

4. Simakhova A.O. (2017). Evolyutsiya pidkhodiv do traktuvannya sotsialnoyi ekonomiky u hlobalnomu rozuminni [Evolution of approaches to interpreting the social economy in the global sense], *Visnyk of Dniprop'etrovsk University. Ser. World Economy and International Economic Relations*. 25. (9). pp. 80–89. <http://dx.doi.org/10.15421/181707>

5. Koziuk V., Dluhopolskyi O.V., Hayda Y., Shymanska O. (2018) Typology of welfare states:

quality criteria for governance and ecology, *Problems and Perspectives in Management*. Vol. 16. Issue 4. pp. 235–245. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(4\).2018.20](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(4).2018.20).

6. Stukalo N., Simakhova A. (2018) Global parameters of social economy clustering, *Problems and Perspectives in Management* (open-access). 16(1). pp. 36–47. doi: 10.21511/ppm.16(1).2018.04.

МІГРАЦІЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ГЕОЕКОНОМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

MIGRATION OF HUMAN RESOURCES IN THE MINDS OF GEOECONOMIC TRANSFORMATION

УДК 339.9:331.556.4 (043.3)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-9>

Скрипник Н.Є.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та управління
національним господарством
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

Шахова Ю.С.

студентка
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

Skrynyk Nataliia

Oles Honchar Dnipro National University

Shakhova Yuliia

Oles Honchar Dnipro National University

У статті розглянуто основні тенденції розвитку процесів гео економічних трансформацій та їхній вплив на міжнародну міграцію. Визначено першопричини даного процесу та його подальший розвиток. Розкрито особливості країн за групами в процесах міжнародної міграції, досліджено країни-інфестатори та країни-контамінанти. Виділено дві групи країн за характером їхнього впливу на ситуацію з міграцією на міжнародному просторі. Проаналізовано основні міграційні пари та їх відносини щодо міграції робочої сили. Визначено тенденції розвитку міграції людських ресурсів за регіонам. Досліджено вплив основних чинників економічного розвитку країн на процеси внутрішньої та зовнішньої міграції та розподілено їх на чинники «притягання» та «відштовхування». Зазначено залежність розвитку міграційних процесів від структури світової економічної системи та надано рекомендації щодо подальшого розвитку міграційної політики регіонів.

Ключові слова: міграція, гео економічна трансформація, людські ресурси, робоча сила, глобалізація, міжнародна міграція, міграційна політика.

В статье рассмотрены основные тенденции развития процессов геоэкономических

трансформаций и их влияние на международную миграцию. Определены первопричины данного процесса и его дальнейшее развитие. Раскрыты особенности стран по группам в процессах международной миграции, исследованы страны-инфестаторы и страны-контаминанты. Выделены две группы стран по характеру их влияния на ситуацию с миграцией на международной арене. Проанализированы основные миграционные пары и их связи касательно миграции рабочей силы. Определены тенденции развития миграции человеческих ресурсов по регионам. Исследовано влияние основных факторов экономического развития стран на процессы внутренней и внешней миграции, которые распределены на факторы «притягивания» и «отталкивания». Указано на зависимость развития миграционных процессов от структуры мировой экономической системы и даны рекомендации касательно дальнейшего развития миграционной политики регионов.

Ключевые слова: миграция, геоэкономическая трансформация, человеческие ресурсы, рабочая сила, глобализация, международная миграция, миграционная политика.

The article discusses the main trends in the development of processes of geoeconomic transformations and their impact on international migration. Nowadays, the development of international economic relations is under the influence of globalization of the world economy, with independent states becoming not only active participants in the international arena, but also fighting for geopolitical domination. This struggle influences on the problem of international migration, so it begins to grow even more acute. The problem of free migration is dangerous for governments, both politically and socially. The geoeconomic transformations taking place in the world today are linked to globalization and have a significant impact on the redistribution of mobile economic resources, in particular financial, labor and information. It is manpower that is the main factor for the country's development. First of all, it deals with the root causes of this process and its further development. The features of countries by groups in the processes of international migration are disclosed, the countries of interest and contaminants are investigated. Two groups of countries are distinguished by the nature of their influence on the situation with migration in the international arena. There are the main migration pairs and their relationships regarding labor migration in the article. Trends in the development of migration of human resources by region are identified. The influence of the main factors of economic development of countries on the processes of internal and external migration is studied; factors are also distributed on the factors of "attraction" and "repulsion". It indicates the dependence of the development of migration processes on the structure of the world economic system and provides recommendations on the further development of the migration policy of the regions. The article deal with modern trends in international labor migration, namely the areas of labor migration, the scale departure of migrant workers in different countries, outlines the reasons for these trends. Characterized and studied unregulated migration, its causes and consequences. The article is devoted to modern factors which have an affect on the state migration policy, consequences and effects of migration processes in modern world.

Key words: migration, geo-economic transformation, human resources, labor, globalization, international migration, migration policy.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвиток міжнародних економічних відносин відбувається під впливом глобалізації світового господарства, при цьому незалежні держави стають не просто активними учасниками на міжнародній арені, а й борються за геополітичне домінування. Під впливом цієї боротьби проблема міжнародної міграції починає розвиватися ще гостріше. Проблема вільної міграції є небезпечною для урядів як у політичному, так і в соціальному аспекті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню гео економічних трансформацій, які сьогодні відбуваються у глобалізованому світі, та проблемі міграції присвятили свій науковий пошук Н.Р. Алієва, Г.Ф. Бойко, А.С. Гальчинський, Н.М. Грущинська, В.А. Дергачов, М.Н. Дудін,

І.В. Івахнюк, Л.О. Кібальнік, А.Ф. Констант, Н.Є. Скрипник, С. Тальяпетра, А.С. Філіпенко, К.Ф. Циммерманн, К.В. Шиманська та ін. Кожен із науковців зробив вагомий внесок у дослідження даної проблеми, однак щороку з урахуванням світових та національних тенденцій ситуація з міграцією людських ресурсів змінюється.

Постановка завдання. Багатство країни визначається через наявність достатньої кількості природних ресурсів, а ефективність їх використання визначає спроможність країни або регіону конкурувати на глобальних ринках товарів і послуг, інтегруватися у систему міжнародних економічних зв'язків і забезпечувати стабільність економічного розвитку. Гео економічні трансформації, які відбуваються сьогодні у світі, пов'язані

з глобалізаційними перетвореннями та значно впливають на перерозподіл мобільних економічних ресурсів, зокрема фінансових, трудових та інформаційних. Саме трудові ресурси є основним чинником розвитку країни. Метою дослідження є вплив геоекономічних трансформацій на сучасні тенденції міжнародної міграції як інструмент розвитку світового ресурсного потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізаційним процесам, що протікають на сучасному етапі розвитку міжнародних відносин, притаманна трансформація інституційного середовища, яка полягає у зменшенні значення органів державної влади, при цьому формуються наднаціональні органи управління в межах інтеграційних угруповань, а також посилюється роль міжнародних інститутів та організацій у регулюванні процесів міжнародних економічних відносин. Зокрема, М. Дудін указує: «Практично всі держави тією чи іншою мірою схильні до процесу переходу частини функцій на більш високий ієрархічний рівень до міжнародно-регіональних або світових організацій і транснаціональних корпорацій, що значно змінює функції держав і регіональних громад, у міжнародних відносинах як самостійні суб'єкти поряд з окремими державами почали виступати поодинокі регіональні об'єднання і регіональні громади окремих держав» [1, с. 35].

Із розвитком глобалізаційного процесу та активізацією країн на міжнародній арені з'являються нові суб'єкти на міжнародному просторі. При цьому ці суб'єкти виступають також суб'єктами регулю-

вання міграційних процесів, це відбувається як на глобальному рівні, так і на регіональному (рівні окремих інтеграційних угруповань). З іншого боку, сама поява інтеграційних угруповань як суб'єкта міжнародних економічних відносин зі специфічним інституційним середовищем сприяє активізації міграцій людських ресурсів як чинника економічного розвитку та геоекономічного домінування. У цілому такі суб'єктні трансформації чинять вплив на розвиток процесів міграції людських ресурсів.

Беручи до уваги особливості та тенденції окремих країн щодо впливу на них геоекономічної трансформації та впливу даного процесу на країни, що знаходяться в рамках регіональних інтеграційних об'єднань, Л.О. Кібальник виділила дві групи: країни-інвестатори та країни-контамінанти [2, с. 20].

Цілоком погоджуючись з указаною вченою думкою, даний підхід розвинено з погляду участі країн у процесах міжнародної міграції людських ресурсів. Відповідні риси вказаних країн ідентифіковано та описано в табл. 1.

Нині стрімке економічне зростання демонструють регіони Європи та Центральної Азії, а також Східної Азії та Тихоокеанського регіону (переважно за рахунок країн із високим рівнем доходу), Північної Америки.

Окремо слід сказати про Європейський Союз (ЄС), зростання якого слід розглядати окремо від географічного регіону його приналежності виходячи зі складності даного інтеграційного об'єднання та його значення на світових ринках товарів, послуг та капіталів. ЄС у цілому демонструє останні п'ять-

Таблиця 1

Відмінні риси країн групи у сфері участі в процесах міжнародної міграції людських ресурсів

Групи країн та їх відмінні риси		Відмінні риси групи у сфері участі в процесах міжнародної міграції
Група країн	Відмінні риси країн групи	
Країни-інвестатори	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мають можливість коригувати динаміку економічної активності за рахунок інших країн, не витрачаючи власні ресурси. 2. Забезпечують процвітання власної економіки завдяки регулюванню тих чи інших параметрів країн-контамінантів. 3. Є лідерами в галузях інформаційної сфери та технологій постіндустріальної сфери. 4. В умовах відкритості економік країн-контамінантів досить легко знаходять ринок збуту товарів, які в інших умовах загрожували б останнім кризою перевиробництва. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Орієнтовані на провадження політики залучення мігрантів із високим рівнем кваліфікації, орієнтуючись на побудову економіки знань. 2. Можуть виступати як країнами – донорами людських ресурсів (переважно в інші країни-інвестатори), так і країнами-реципієнтами (як з інших країн-інвестаторів, так і країн-контамінантів). 3. Характеризуються високим рівнем розвитку інституційного середовища регулювання міграційних процесів. 4. Незначна кількість вимушених емігрантів поряд зі значною кількістю біженців та шукачів притулку. 5. Посилена антиімміграційна полеміка.
Країни-контамінанти	<ol style="list-style-type: none"> 1. Змушені підпорядковуватися спільним та виключним компетенціям головуючих акторів міжнародного ринку. 2. Мають загрозу зниження конкурентоспроможності національної економіки, обмеження присутності на міжнародних ринках, погіршення інвестиційного клімату, деградації екологічної ситуації. 3. Відокремлені від країн-інвестаторів технологічною та інституційною завісою та не мають можливості створити свій сектор високих технологій та інституційних бар'єрів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Змушені підпорядковуватися спільним та виключним компетенціям головуючих акторів міжнародного ринку. 2. Мають загрозу зниження конкурентоспроможності національної економіки, обмеження присутності на міжнародних ринках, погіршення інвестиційного клімату, деградації екологічної ситуації. 3. Відокремлені від країн-інвестаторів технологічною та інституційною завісою та не мають можливості створити свій сектор високих технологій та інституційних бар'єрів.

Джерело: складено за даними [2, с. 20]

шість років відносно призупинення темпів економічного зростання [3, с. 113].

Узагальнюючи викладене вище, слід визначити тенденції геоекономічних трансформацій та їх вплив на процеси міжнародної міграції:

1) формування багатополюсного геоекономічного простору, у якому центри економічного розвитку (полюси) шляхом посилення економічного впливу на периферійні країни досягають і геополітичного впливу. При цьому центри економічного розвитку стають і центрами регіональної економічної інтеграції;

2) лідерство розвинених країн світу за показниками ВВП на душу населення та їх переважання у рейтингу за абсолютними показниками ВВП поряд із посиленням позицій нових індустріальних країн, а також лідерство країн, які розвиваються, та наймеш розвинених країн світу за темпами економічного зростання (темпами приросту ВВП);

3) найвищі показники людського розвитку та розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій у розвинених країнах світу;

4) посилення процесів дезінтеграції у Північній Америці та Європі на тлі інтенсифікації інтеграційних процесів в інших регіонах світу, зокрема Латинській Америці, Африці та Південно-Східній Азії;

5) трансформація векторів геоекономічних стратегій країн виходячи з геоекономічних інтересів регіональних об'єднань, до яких вони входять, що зумовлює потребу врахування особливостей інституційного середовища кожного інтеграційного об'єднання в ході дослідження економічних явищ та процесів.

Ідентифіковані вище проблеми та тенденції геоекономічних трансформацій дають змогу окреслити їхній вплив на процеси міжнародної міграції людських ресурсів між центрами економічного розвитку в країнах та регіонах світу, зокрема виділено [4, с. 44]:

1) Країни, які можна назвати лідерами економічного розвитку, які є самостійними у формуванні своєї геоекономічної стратегії та реалізації власних геоекономічних інтересів:

– орієнтовані на провадження політики залучення мігрантів із високим рівнем кваліфікації;

– виступають як країнами – донорами людських ресурсів, так і країнами-реципієнтами;

– характеризуються високим рівнем розвитку інституційного середовища регулювання міграційних процесів;

– відрізняються незначною кількістю вимушених емігрантів поряд зі значною кількістю біженців та шукачів притулку з інших країн.

2) Країни, які можна назвати периферійними з погляду економічного розвитку, їх значення в міжнародних економічних відносинах та не є самостійними у формуванні й реалізації своєї геоекономічної стратегії:

– орієнтовані на провадження політики експорту мігрантів для максимізації фінансових вигід країни;

– виступають як країнами – донорами людських ресурсів, так і країнами-реципієнтами;

– характеризуються низьким рівнем розвитку інституційного середовища регулювання міграційних процесів;

– відрізняються значною кількістю вимушених мігрантів (переважно постконфліктних), які циркулюють між країнами-контамінантами одного регіону в пошуках притулку.

Для того щоб установити актуальні тенденції у сфері міжнародної міграції, проаналізовано офіційні дані міжнародних організацій, таких як Міжнародна організація міграції та Світовий банк (табл. 2).

Окрім того, у результаті геоекономічних трансформацій, як зазначає І.В. Івахнюк, «колишня країна – експортер робочої сили може перетворитися на чистого імпортера трудових ресурсів» [7, с. 41]. Вона, зокрема, наводить приклади таких країн, як: 1) Італія, Португалія, Іспанія, Греція (Європа); 2) Сінгапур, Малайзія, Гонконг, Тайвань, Південна Корея (Азія); 3) Аргентина, Венесуела, Чилі (Південна Америка) [8, с. 58].

Характери, обсяг та можливості використання ресурсів залежать від особливостей країни або регіону, а також так званих чинників «відштовхування» та «притягування» (соціальне забезпечення, економічний розвиток, рівень корупції, політична ситуація тощо). Також важливе місце слід відвести інституційному забезпеченню суб'єкта оцінювання [9, с. 23].

Отже, геоекономічні трансформації виявляються й у трансформації галузевої структури економіки світу в цілому та окремих регіонів і країн зокрема. Так, надлишкова пропозиція робочої сили в одній країні (регіоні) не означає її гармонійне переміщення на ринки праці інших країн (регіонів). Окрім того, стрімке поповнення складу робочої сили за рахунок демографічного приросту населення відбувається переважно в аграрних країнах, які розвиваються. І якщо сільське господарство, яке використовує некваліфіковану робочу силу, не може забезпечити відповідну кількість робочих місць, така робоча сила переміщується на інший ринок праці, однак це може бути індустріально-аграрна, індустріальна або постіндустріальна країна, що означає проблеми інтеграції мігранта, який є носієм робочої сили, у такий ринок праці [10, с. 126]. З іншого боку, галузева структура зайнятості та робочих місць у приймаючій країні часто зумовлює потребу отримання кваліфікації або перекваліфікації, що змінює також освітньо-професійний рівень мігрантів, а отже, впливає і на їх стратифікаційний поділ та можливість отримання економічних вигід.

Рейтинг міграційних пар за темпами приросту чисельності мігрантів за період 2013–2018 рр.

№	Міграційні пари країн		Значення величини осередку мігрантів у 2018 р., осіб	Середнє значення величини осередку мігрантів протягом 2013–2018 рр., осіб
	Країна походження	Країна призначення		
1	Пакистан	Індія	1286215	4098756
2	Росія	Україна	3678901	4105355
3	Індія	Пакистан	2409087	3963025
4	Україна	Росія	3167949	3604957
5	Мексика	США	14056978	5436789
6	Бангладеш	Індія	3689120	2894568
7	Польща	Німеччина	1813526	2001367
8	Росія	Казахстан	2659870	2221345
9	Казахстан	Росія	2501567	1803621
10	Китай	Гонконг	2013659	1602320
11	Алжир	Франція	1520365	1295664
12	Німеччина	США	796524	1102372
13	Білорусь	Росія	760218	1094563
14	Туреччина	Німеччина	1755691	1394561
15	Велика Британія	Австралія	1454402	1012694
16	Канада	США	942879	986541
17	Італія	США	403678	904258
18	Велика Британія	Канада	707956	856426
19	Велика Британія	США	648975	872156
20	Китай	Індонезія	80031	696145

Джерело: складено за даними [5; 6]

Висновки з проведеного дослідження. У контексті глобальної гео економічної трансформації міграційна політика може посилити позитивний вплив міграції на розвиток світового простору, а іммігранти всіх категорій є потенційним людським потенціалом міжнародних відносин – економічним ресурсом, який набуває стратегічного значення в умовах гео економічних трансформацій. При цьому декомпозиція міграційної політики та її орієнтація на різні стратифікаційні групи мігрантів створюють базис раціонального використання людських ресурсів регіону або інтеграційного об'єднання в межах регіональних гео економічних стратегій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дудин М.Н. Особенности современных интеграционных процессов в условиях формирования новой геоэкономической структуры мира. *Современная наука*. 2015. № 4. С. 35–38.
2. Кібальник Л.О. Регіональні механізми адаптації до гео економічних змін. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2013. № 4. С. 9–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2013_4_4 (дата звернення: 29.11.2019).
3. Грущинська Н.М. Економічна дипломатія в сучасних гео економічних процесах формування світового порядку. *Академічний огляд*. 2014. № 2. С. 110–116.
4. Шиманська К.В. Міграція людських ресурсів в умовах гео економічних трансформацій: регіональний вимір : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2017. 588 с.
5. Global Bilateral Migration / World Bank. URL: http://databank.worldbank.org/data/Data_Extract_From_Global_Bilateral_Migration (дата звернення: 02.12.2019).

6. International migrant stock (% of population) / World Bank. URL: <http://data.worldbank.org/indicator/SM.POP.TOTL.ZS> (дата звернення: 02.12.2019).

7. Ивахнюк И.В. Развитие миграционной теории в условиях глобализации. *Век глобализации: исследование современных глобализационных процессов*. 2015. Ч. 1. № 1(15). С. 38–46.

8. Шиманська К.В. Ринок трудових ресурсів в умовах постконфліктного стану країн. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2017. № 2(91). С. 50–60.

9. Алиева Н.Р. Геоэкономика как эффективная модель борьбы за ресурсы и выживание в современном мире. *Архивариус*. 2016. Т. 1. № 4. С. 22–27.

10. Кібальник Л.О. Гео економічні трансформації в умовах світових фінансових криз. Київ, 2014. 578 с.

REFERENCES:

1. Dudin M.N. (2015) Osobennosti sovremennykh integratsionnykh protsessov v usloviyakh formirovaniya novoy geoekonomicheskoy struktury mira [Features of modern integration processes in the conditions of formation of new geo-economic structure of the world]. *Sovremennaya Nauka*, no. 4, pp. 35–38.
2. Kibalnik L.O. (2013) Regionalni mekhanizmi adaptatsii do heoekonomichnykh zmin [Regional mechanisms of adaptation to geo-economic changes] // *Regionalna biznesekonomika t upravliniya*. № 4. P. 9–17. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2013_4_4. (accessed 29 November 2019).
3. Hrushchynska N.M. (2014) Ekonomichna dyplomatiiia v suchasnykh heoekonomichnykh protsesakh formuvannia svitovoho poriadku“ [Economic diplomacy in the contemporary geo-economic processes of formation of world order]. *Akademichny ohliad*, no. 2, pp. 110–116.

4. Shymanska K.V. (2017) *Mihratsiya lyudskikh resursiv v umovakh heoekonomichnykh transformatsiy: rehionalniy vymir* [Migration of human resources in the conditions of geo-economic transformations: a regional dimension]. Zhytomyr: ZhSTU.

5. Global Bilateral Migration / World Bank. Available at: http://databank.worldbank.org/data/Data_Extract_From_Global_Bilateral_Migration (accessed 2 December 2019).

6. International migrant stock (% of population) / WorldBank. Available at: <http://data.worldbank.org/indicator/SM.POP.TOTL.ZS> (accessed 2 December 2019).

7. Ivakhnyuk I.V. (2015) *Razvitiye migratsionnoy teorii v usloviyakh globalizatsii. Ch. 1* [The development of migration theory in the context of globalization.

Part 1]. *Vek globalizatsii: issledovaniye sovremennykh globalizatsionnykh protsessov*, no. 1(15), pp. 36–51.

8. Shymanska K.V. (2017) *Rynok trudovykh resursiv v umovakh postkonfliktnoho stanu krain* [The labour market in the post-conflict status of countries]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, no. 2 (91), pp. 50–60.

9. Aliyeva N.R. (2016) *Geoekonomika kak effektivnaya model borby za resursy i vyzhivaniye v sovremenom mire* [Geo-Economics as an effective model of competition for resources and survival in the modern world]. *Arkhiarius* vol. 1, no. 4, pp. 22–27.

10. Kibalnyk L.O. (2014) *Heoekonomichni transformatsii v umovakh svitovykh finansovykh kryz* [Geo-economic transformation in the conditions of world financial crises]. Kyiv.

МІЖНАРОДНІ МОЖЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В ГЛОБАЛЬНИХ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ

INTERNATIONAL POSSIBILITIES OF E-COMMERCE IN GLOBAL MACROECONOMIC RELATIONS

УДК 336.72

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-10>

Скрипник Н.Є.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та управління національним
господарством
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

Ганзюк О.О.

студент
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

Skrypnuk Nataliia

Oles Honchar Dnipro National University

Hanziuk Oleksandr

Oles Honchar Dnipro National University

У статті розглянуто основні тенденції в сучасних макроекономічних відносинах та їхній вплив на розвиток міжнародної електронної комерції. Визначено сутність, першопричини електронної комерції на глобальному рівні та її подальший розвиток. Досліджено класифікацію визначення понять «електронна торгівля» та «електронна комерція». Розкрито особливості регулювання даного виду діяльності у міжнародному вимірі, визначено основні тенденції використання електронної комерції компаніями та корпораціями. Досліджено динаміку розвитку Інтернет-торгівлі у світі за географічною ознакою. Проаналізовано перспективи зміцнення ролі електронної торгівлі у міжнародних економічних відносинах та визначено заходи, що сприяють активізації електронної комерції у міжнародному вимірі. Зазначено сильні та слабкі сторони даного процесу, а також загрози для електронної комерції та нові перспективні можливості. Надано рекомендації для отримання переваг виробникам, споживачам та державі.

Ключові слова: електронна комерція, Інтернет-торгівля, глобальна мережа, Інтернет-бізнес, роздрібна торгівля, сегмент B2C.

В статье рассмотрены основные тенденции в современных макроэкономических

отношениях и их влияние на развитие международной электронной коммерции. Определены сущность, первопричины электронной коммерции на глобальном уровне и ее дальнейшее развитие. Исследована классификация определения понятий «электронная торговля» и «электронная коммерция». Раскрыты особенности регулирования данного вида деятельности в международном измерении, определены основные тенденции использования электронной коммерции компаниями и корпорациями. Исследована динамика развития Интернет-торговли в мире по географическому признаку. Проанализированы перспективы укрепления роли электронной торговли в международных экономических отношениях и определены меры, способствующие активизации электронной коммерции в международном измерении. Указаны сильные и слабые стороны данного процесса, а также угрозы для электронной коммерции и новые перспективные возможности. Предоставлены рекомендации для получения преимуществ производителям, потребителям и государству.

Ключевые слова: электронная коммерция, Интернет-торговля, глобальная сеть, Интернет-бизнес, розничная торговля, сегмент B2C.

The article discusses the main trends in modern macroeconomic relations and their impact on the development of international e-commerce. First of all, the essence, the root causes of e-commerce globally and their further developments are identified. The classification of definitions of the terms "electronic commerce" and "electronic trade" is investigated. The peculiarities of regulation of this type of activity in the international dimension are revealed. The dynamics of the development of Internet commerce in the geographical area is investigated. Prospects for strengthening the role of e-commerce in international economic relations have been analyzed and measures have been identified to promote e-commerce in the international dimension. The strengths and weaknesses of this process are outlined, as well as threats to e-commerce and new promising opportunities. Recommendations are given to benefit manufacturers, consumers and the state. It is also worth noting that the choice of e-commerce topic is related to the fact that in the age of modern technologies the need for electronic payments and, in general, the functioning of online commerce, is increasing. If in the late 1990s only advertising on certain products on the Internet became more popular, then today mankind has reached a higher stage of technology when it is possible to buy goods or order a service without leaving the house. In addition to this, the rapid development of information technology in the last decade has fundamentally changed the approach to trading. Sharing the resources of the World Wide Web has opened up many new opportunities for commerce. Nowadays, the functioning of the Internet, as a single information network, leads to the formation of diverse network communities that have a significant impact on contemporary international economic relations: the era of international e-commerce is approaching. That's why, nowadays, the leading countries of the world with highly advanced national economies are increasingly using information technology in all sectors of the economy and are demonstrating the rapid development of e-commerce mechanisms.

Key words: e-commerce, Internet trade, global network system, Internet business, retail, B2C segment.

Постановка проблеми. Під інтенсивним та всеохоплюючим впливом розвитку науково-технічного прогресу, трансформаційних перетворень інноваційних та інформаційних технологій та всезростаючим значенням світової мережі Інтернет усе значнішу роль відіграє електронна комерція, формування та розвиток якої, своєю чергою, зумовлено успішним веденням економічної діяльності всіма суб'єктами цифрового бізнесу у міжнародному просторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питання електронної комерції у сучасних макроекономічних відносинах присвятили свої дослідження багато як вітчизняних учених, так і науковців з інших куточків світу. Серед

зарубіжних авторів, які займалися дослідженням електронної комерції, відомі так: В. Звасс, Гр. Дункан, А. Саммер, Д. Хаффей, Т. Хофман, В. Тріз, Д. Козьє та Л. Стюарт. На пострадянському просторі дослідженням даної проблеми займалися такі науковці: І.Т. Балабанов, І.С. Литвин, В.Л. Плєскач, В.В. Царьов, І.І. Свидрук, О.І. Белей, І.І. Ярова, О.Ю. Кудіна, В.О. Соболев, М.В. Макарова.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення впливу електронної комерції на сучасні тенденції глобальних макроекономічних відносин як інструменту ведення економічної діяльності в міжнародному просторі. Також необхідно дослідити теоретичні основи міжнародної електронної комерції та проаналізувати стан розвитку цього

явища. Ще одним завданням є виявлення перспектив зміцнення позицій електронної комерції в глобальних макроекономічних відносинах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімкий розвиток інформаційних технологій в останнє десятиліття ґрунтовно змінив підхід до ведення торговельної діяльності. Загальний доступ до ресурсів світової інформаційної мережі Інтернет відкрив значну кількість нових можливостей для комерції. Сьогодні функціонування Інтернету як єдиної інформаційної мережі зумовлює утворення різноманітних мережевих співтовариств, які значно впливають на сучасні міжнародні економічні відносини: настає ера міжнародної електронної комерції.

Сьогодні, говорячи про Інтернет-торгівлю (Internet-trade), зазвичай використовують поняття «електронна комерція» (e-commerce). Узагалі існує багато визначень таких основних понять, як «електронна комерція», «Інтернет-комерція», а також тісно пов'язаних із ними понять «електронна торгівля» та «Інтернет-торгівля». Кожен автор, досліджуючи цю тему, згідно зі своєю професійною підготовкою у цій галузі та накопиченим досвідом, вносить у ці поняття свій зміст [1, с. 30].

Основою електронної комерції, передусім, є інформаційні технології і, звичайно, Інтернет-мережа. Всесвітня павутина дала старт новій ері в сучасній історії людства. Глобальна мережа й електронна комерція досить швидко стали тими гравцями, які здійснили колосальні зміни в суспільстві й разом із тим відкрили величезну кількість нових можливостей та поставили масу нових завдань.

Ефективність використання електронної торгівлі для продажу товарів і послуг зумовлюється такими чинниками, як глобальність, скорочення витрат, інформативність, аналітика. Виходячи з отриманих результатів, сукупність даних чинників робить електронну торгівлю більш ефективною та зручною як для продавця, так і для покупців.

Перехід традиційної торгівлі в Інтернет-мережу робить її більш гнучкою, оскільки електронна торгівля завдяки оперуванню важливою цифровою інформацією в режимі on-line значно полегшує співпрацю людей.

Окрім того, що електронна комерція розвивається швидкими темпами, дедалі більша кількість унікальних операцій та процесів нею охоплюється.

Розглядаючи глобальну мережу Інтернет як сучасний засіб, через який здійснюється продаж товарів та послуг, доцільно базуватися на даному напрямі класифікації електронної комерції за проведеними суб'єктами торговельними операціями: система B2B (бізнес для бізнесу); система B2C (бізнес для споживача); система B2G (бізнес для уряду); система C2C (споживач для споживача); система G2C (уряд для споживача); система C2B (споживач для бізнесу); система C2G (споживач для уряду); система G2G (державна для держави) [3].

Як правило, ведення електронної комерційної діяльності асоціюється з двома моделями – B2B та B2C. Варто також зазначити, що першою з'явилася система B2C, яка являє собою прямий продаж товарів та послуг кінцевому споживачу. Усі інші схеми ведення електронної комерції з'явилися і почали діяти значно пізніше й виявилися значно складнішими.

Що стосується нормативно-правового регулювання електронної комерції, то воно розпочалося досить давно і триває вже понад 20 років. Міжнародні економічні відносини у мережі Інтернет сьогодні регулюються на трьох рівнях: міжнародному, регіональному та національному. При цьому законодавець прагне врегулювати певну сферу правовідносин на кожному із цих рівнів окремо. Створення уніфікованих норм відбувається здебільшого на міжнародному та регіональному рівнях за допомогою міжнародних організацій: Всесвітньої організації інтелектуальної власності, СОТ, Комісії ООН із міжнародного торговельного законодавства, МТП, ЮНКТАД, Організації економічного співробітництва та розвитку.

Сьогодні переважна більшість транснаціональних корпорацій займається створенням ІТ-підрозділів, консалтингових бюро, Інтернет-магазинів та різноманітних колл-центрів за кордоном. Як правило, це відбувається в тих країнах, де має місце низький рівень оплати роботи програмістів, працівників колл-центрів та консультантів. При цьому програмне забезпечення, програмні продукти, контент та трафік також досить часто замовляються у підрядників, зосереджених

Таблиця 1

Класифікація визначень понять «електронна комерція» та «електронна торгівля»

Рекомендоване визначення автора	Автор
Електронна комерція – це будь-яка форма бізнес-процесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом із використанням Інтернет-технологій	А. Саммер, Гр. Дункан
Електронна торгівля – процес купівлі-продажу товарів чи послуг, за якого весь цикл комерційної транзакції чи його частина здійснюється електронним шляхом	
Електронна комерція являє собою будь-який процес, який ділова організація здійснює посередництвом мережі зв'язаних між собою комп'ютерів	Л. Новомлинський
Електронна торгівля – комерційна діяльність у сфері реклами та поширення товарів і послуг шляхом використання мережі Інтернет	

Джерело: складено авторами за даними [1; 2]

у державах, де витрати на виробництво подібних товарів чи послуг є мінімальними.

Виникнення Інтернет-торгівлі як платформи електронної комерції призвело до переосмислення традиційної процедури здійснення покупок. Інтернет-торгівля, чи онлайн-торгівля, як її називають, пов'язана тими компаніями і корпораціями, які ведуть свою діяльність в Інтернеті та інших електронних мережах. А це означає, що купити товар чи замовити послугу можна через Інтернет.

Глобалізація роздрібною торгівлі в електронній комерції досить часто відбувається завдяки стандартизованим маркетинговим методам. Це відбувається певною мірою завдяки проведенню глобальних торговельних заходів, на яких компанії можуть представити свої товари повною мірою для світової аудиторії. У 2017 р. «чорна п'ятниця» закріпила свій статус усесвітнього «дня шопінгу». Саме у цей день компанії все більше і більше отримують можливість залучати споживачів з усього світу, як ні в який інший. Також такі події розглядаються для брендів як можливість залучити споживачів з усіх куточків світу [4].

Таким чином, включення Інтернет-торгівлі до складу маркетингових стратегій транснаціональних корпорацій із погляду маркетингу дасть змогу стимулювати продаж продукції, орієнтованої на зовнішні ринки, що призведе до глобального скорочення витрат на здійснення торговельних операцій (транзакційні витрати) і дасть змогу частково вирішити проблеми, пов'язані з традиційно невідповідним географічним розташуванням, особливо проблеми, породжені великими відстанями.

Серед головних тенденцій використання електронної комерції компаніями та транснаціональними корпораціями варто відзначити такі:

1. Інтернет-торгівля виступає повноцінним ринком збуту для товарів та послуг, які виробляють компанії.
2. Включення компаніями електронної комерції до своїх маркетингових стратегій.
3. Диверсифікація асортименту та послуг, які надаються.
4. Імплементация інноваційних рішень, що сприяють підвищенню привабливості.

5. Робота із соціальними мережами.

6. Дотримання міжнародних стандартів ведення бізнесу в Інтернеті.

7. Вихід на новий рівень економічної та інформаційної взаємодії з партнерами по бізнесу й іншими контрагентами через Інтернет.

8. Інвестування стартапів та проєктів, які можуть допомогти в розширенні діяльності.

9. Постійний розвиток і вихід на нові ринки по всьому світу.

10. Використання компаніями штучного інтелекту для отримання переваг над конкурентами у даній сфері.

Аналізуючи основні тенденції Інтернет-торгівлі у світовому просторі, одним із найбільш визначальних і необхідних є дослідження обсягів сегменту B2C для електронної комерції, розглядаючи у розрізі всі регіони світу у відсотковому вираженні. Дане дослідження охоплює всі види продукції і послуг, що були замовлені або сплачені у глобальній мережі у будь-якому вигляді в період із 2013 по 2018 р.

Ще в 2013 р. Північна Америка, яка представлена такими гравцями, як США і Канада, залишалася лідируючим регіоном у світі на ринку Інтернет-торгівлі в сегменті B2C. Але починаючи 2014 р. частка продажів Азіатсько-Тихоокеанського регіону з такими потужними гравцями, як Китай, Японія та Індія, зросла, при цьому їх зростання було швидким і досить очікуваним.

Уже в 2015 р. Азіатсько-Тихоокеанський регіон випередив за обсягами продажів лідерів. Дані, представлені в табл. 2, указують на те, що за п'ятирічний термін, у період із 2013 по 2018 р., ситуація досить стабільна: Північна Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Західна Європа займають, як і раніше, 90% ринку електронної комерції у світі.

Інтернет-магазини – одні з найбільш популярних місць для онлайн-операцій по всьому світу. При цьому глобальні продажі електронної роздрібною торгівлі досягають 2,3 трлн. дол. США в 2017 р. Азіатсько-Тихоокеанський регіон є дуже перспективним ринком, і це не дивно, адже найшвидше зростають роздрібні онлайн-ринки таких країн, як Індонезія і Індія, за ними впевнено йдуть Мексика

Таблиця 2

Частка продажів Інтернет-торгівлі в сегменті B2C за географічною ознакою у світі за період 2013–2018 рр.

Регіон	Обсяги Інтернет-торгівлі, %					
	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Північна Америка	34,9	32,9	31,7	31,1	30,7	30,6
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	28,3	31,2	33,4	35,1	36,4	37,4
Західна Європа	26,4	25,4	24,6	23,9	23,3	22,7
Центральна і Східна Європа	4,2	4,3	4,2	4,1	3,9	3,7
Латинська Америка	4,1	4,0	3,8	3,5	3,3	3,2
Близький Схід, Африка	2,2	2,3	2,3	2,4	2,4	2,5
Весь світ	100	100	100	100	100	100

Джерело: [4]

та Китай. Розвиток цифрової роздрібної торгівлі у цих країнах тісно пов'язаний із постійним поліпшенням доступу до Інтернету, особливо це стосується мобільного зв'язку. Довгий час у цих країнах боролися з традиційним фіксованими широкосмуговим з'єднаннями, причиною чого були фінансові обмеження або інфраструктурні негаразди, але вже зараз користувачі використовують переваги дешевих мобільних широкосмугових підключень.

Разом із розширенням кількості онлайн-угод та збільшенням кількості онлайн-покупок постійно та невпинно зростає кількість споживачів: із року в рік кількість цифрових покупців збільшується. Одними з головних причин є отримання вільного доступу до Інтернету все більшої кількості людей по всьому світу та осмислення споживачами тих переваг, які вони можуть отримати в результаті залучення до Інтернет-торгівлі. У 2021 р. очікується, що понад 2,14 млрд. людей у всьому світі будуть купувати товари та послуги в Інтернеті порівняно з 1,79 млрд. глобальних цифрових покупців у 2018 р. При цьому сектор Інтернет-торгівлі має величезні темпи зростання. Якщо нині він досягає цифри в 2,3 трлн. дол. США, то до 2021 р. передбачається цифра близько 4,8 трлн. дол. США [5].

Електронна комерція набуває нових форм, під які необхідно підлаштовуватися та пристосовуватися швидкими темпами:

1) виробнику – для отримання конкурентних переваг та високоефективних інструментів для просування свого товару;

2) споживачу – для економії часу, менших витрат під час покупки товарів і послуг за суттєвого підвищення якості обслуговування;

3) державі – для забезпечення міжнародної інтеграції через новітню та доволі ефективну форму товарно-грошових відносин та для створення системи електронного урядування.

Таким, чином електронна комерція буде й надалі доволі стрімко розвиватися. Це пов'язано з перманентним розвитком інформаційних технологій та вдосконаленням інфраструктури, за рахунок чого вдається залучати все більшу кількість споживачів онлайн. При цьому велика кількість країн ще не вирішила наявні досить серйозні проблеми, які стосуються Інтернету. Як і раніше, це низький рівень розповсюдження Інтернету, високі витрати на доступ до мережі, а також ненадійність з'єднання. Для вирішення цих труднощів деякі інноваційні Інтернет-магазини пропонують покупцям мобільні додатки і сайти. Однією з тенденцій ринку, яка сприяє активізації електронної комерції на міжнародному рівні, є розширення варіантів оплати під час здійснення покупок. Разом із тим є слабкі позиції, до вирішення яких електронна торгівля не може розвиватися повною мірою. Це системи Інтернет-платежів та служби доставки товарів [6].

Висновки з проведеного дослідження.

У контексті виникнення і розвитку міжнародної електронної комерції як одного з найбільш визначних новітніх феноменів у світовій економіці з колосальними темпами росту, виникнення якого тісно пов'язане зі стрімким розвитком інновацій та інформаційних технологій у світі, змінилися підходи до ведення як бізнесу, так і будь-якої комерційної діяльності у цілому. При цьому світовий розвиток електронної комерції буде й надалі відбуватися досить стрімко і нести все більший вплив на стан сучасних макроекономічних відносин. Це пов'язано з постійним розвитком інформаційних технологій та вдосконаленням інфраструктури, за рахунок чого вдається залучати все більшу кількість споживачів онлайн.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 320 с.
2. Summer A., Dunkan Gr. E-Commerce. NYH Publishing. 1999. 263 p.
3. Chaffey D. E-business and E-commerce Management. Strategy, Implementation and Practice. Prentice Hall, 2009. 800 p.
4. 2018 Global Ecommerce Report. URL : <https://www.internetalliance.my/wp-content/uploads/2018/10/Global-B2C-e-Commerce-Country-Report-2018.pdf> (дата звернення: 20.10.2019).
5. Global B2C Ecommerce Country Report 2018. URL : <https://embed.ecommercewiki.org/reports/89/global-b2c-ecommerce-country-report-2018-free> (дата звернення: 15.10.2019).
6. Євтушенко Д.Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ*. 2014. № 8. С. 184–188.
7. Галочкін О.В., Галочкіна О.О. Стан електронної торгівлі в Україні: реалії та перспективи 2015. URL : <http://bsfa.edu.ua/files/konf/22032013/s5/Halochkin.pdf> (дата звернення: 28.09.2019).
8. Лебеденко М.С. Основні поняття та моделі електронного бізнесу *Ефективна економіка*. 2014. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3836> (дата звернення: 21.09.2019).
9. European B2C e-commerce 2018. URL : <https://www.ecommerce-europe.eu/research/ecommerce-europe-reports/> (дата звернення: 21.09.2019).

REFERENCES:

1. Tsarev V.V., Kantarovych A.A. (2002) Elektronnaia kommersyia [E-Commerce]. SPb: Piter. Seriia Pidruchnyky dlia vuziv.
2. Summer A., Dunkan Gr. E-Commerce / NYH Publishing. 1999.
3. Chaffey D. E-business and E-commerce Management / D. Chaffey/ Strategy, Implementation and Practice. Prentice Hall, 2009.
4. 2018 Global Ecommerce Report. Available at: <https://www.internetalliance.my/wp-content/uploads/2018/10/Global-B2C-e-Commerce-Country-Report-2018.pdf> (accessed 20 October 2019).

5. Global B2C Ecommerce Country Report 2018 Available at: <https://embed.ecommercewiki.org/reports/89/global-b2c-ecommerce-country-report-2018-free> (accessed 20 October 2019).

6. Yevtushenko D.D. (2014) Elektronnyi biznes, elektronna komertsii, Internet-torhivlia: sutnist ta vzaiemozviazok poniat [E-business, e-commerce, e-commerce: the essence and interconnection of concepts]. *Biznes Inform.* no. 8, pp. 184–188.

7. Halochkin O.V., Halochkina O.O. Stan elektronnoi torhivli v Ukraini: realii ta perspektyvy [The State of

E-Commerce in Ukraine: Realities and Prospects, 2015] Available at: <http://bsfa.edu.ua/files/konf/22032013/s5/Halochkin.pdf> (accessed 28 September 2019).

8. Lebedenko M. S. (2014) Osnovni poniattia ta modeli elektronnoho biznesu [Basic concepts and models of e-business]. *Efektyvna ekonomika.* no. 12, URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3836> (accessed 21 September 2019).

9. European B2C e-commerce 2018 URL: <https://www.ecommerce-europe.eu/research/ecommerce-europe-reports/> (accessed 21 September 2019).

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ЗАСТОСУВАННЯ СНР У СФЕРІ ГОСПОДАРСЬКОГО МЕХАНІЗМУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

APPLICATION OF SNR IN THE FIELD OF THE ECONOMIC MECHANISM: PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION

УДК 330.31.30

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-11>

Вареник І.В.

к.е.н., старший викладач кафедри економіки та управління Шосткинський інститут Сумського державного університету

Осадча Н.М.

старший викладач, викладач вищої кваліфікаційної категорії Шосткинський хіміко-технологічний коледж імені Івана Кожедуба

Varenik Irina

Shostka Institute of Sumy State University

Osadcha Natalia

Shostka Chemicco-Technological College named after Ivan Kozhedub

Статтю присвячено обґрунтуванню проблем застосування Системи національних рахунків у сфері сучасного господарського механізму та дослідженню ефективної методики вдосконалення макроекономічного рахунку згідно з вимогами СНР. Досліджено методику обліку господарських операцій від мікрорівня з використанням бухгалтерських показників обліку операцій діяльності окремих підприємств, інтегруючи їх до загального реєстру макроекономічного обліку, – Системи національних рахунків. Виділено основні проблеми взаємозв'язку мікро- та макроекономічного обліку операцій господарського механізму країни. Проаналізовано ефективність застосування національних рахунків у потребах господарського механізму та в потребах народного господарства в сучасних умовах. Запропоновано важливі шляхи щодо вдосконалення макроекономічного обліку згідно з потребами сучасного розвитку та становлення економічної системи.

Ключові слова: національна економіка, стандарти обліку, інтеграція, національний ринок, виробництво, споживання, механізм.

Стаття посвящена обоснованию проблем применения Системы национальных сче-

тов в сфере современного хозяйственного механизма и исследованию эффективной методики совершенствования макроекономического счетоводства согласно требованиям СНС. Исследована методика учета хозяйственных операций от микроуровня с использованием бухгалтерских показателей учета операций деятельности отдельных предприятий, интегрируя их в общий реестр макроекономического учета, – Систему национальных счетов. Выделены основные проблемы взаимосвязи микро- и макроекономического учета операций хозяйственного механизма страны. Проанализирована эффективность применения национальных счетов в потребностях хозяйственного механизма и в потребностях народного хозяйства в современных условиях. Предложены важные пути по совершенствованию макроекономического учета согласно потребностям современного развития и становления экономической системы.

Ключевые слова: национальная экономика, стандарты учета, интеграция, национальный рынок, производство, потребление, механизм.

The article is devoted to substantiation of problems of application of the System of National Accounts in the sphere of modern economic mechanism and research of the effective method of improvement of macroeconomic accounting according to requirements of the SNA. The article explores the method of accounting for micro-level business transactions using accounting indicators of operations of individual enterprises, integrating them into the general register of macroeconomic accounting - System of national accounts. The main problems of interrelation of micro- and macroeconomic accounting of operations of the country's economic mechanism are highlighted. The effectiveness of the use of national accounts in the needs of the economic mechanism and in the needs of the national economy in modern conditions is analyzed. Important ways to improve the macroeconomic accounting according to the needs of modern development and economic system formation are suggested. At the same time, it is revealed that a detailed monitoring and analysis of the economic cycle, interaction of institutional sectors of the national economy is possible due to the perfect form of presentation of economic information of the institutional sectors and the corresponding system of financial flows. We consider it quite important to study the features of institutional sector reproduction and the system of financial flows between them within annual cycles, the behavior of market participants, the efficiency of the production stage in different institutional sectors, the dynamics and structure of production, etc. The sum of relevant aggregates of indicators of financial flows of institutional sectors of the national economy allows to form indicators of the national level, and thus to study the economic cycle of institutional sectors in the context of the economic cycle of the national economy, the dynamics of macroeconomic aggregates of institutional sectors in the structure of one or another macroeconomic economy. This is especially true of aggregate demand and aggregate supply of goods and services, production, formation of gross and net income.

Key words: national economy, accounting standards, integration, national market, production, consumption, mechanism.

Постановка проблеми. Перехід України на ринкові відносини потребує докорінної перебудови обліку та статистики. Але зробити це миттєво просто неможливо. Цей процес має тривалий еволюційний характер. Для того щоб прискорити його, не порушуючи внутрішньої сутності, необхідно засвоїти практичний досвід, накопичений країнами з розвинутою економікою, та запровадити міжнародні стандарти обліку і статистики з урахуванням позитивного національного досвіду.

Центральне місце з-поміж міжнародних стандартів обліку та статистики належить системі націо-

нальних рахунків (СНР). СНР у країнах із ринковою економікою є важливим складником. Україна після проголошення незалежності почала переходити від колишнього радянського балансу народного господарства до СНР. Сьогодні Держкомстат України розробляє і публікує тільки національні рахунки. Але в нашій країні широке впровадження СНР в економічну статистику та бухгалтерський облік гальмується обмеженою кількістю фахівців, які володіють цим складним як у теоретичному, так і в практичному плані предметом. Основними завданнями у вирішенні даної проблеми є: виявлення на цій

основі шляхів удосконалення СНР; з'ясування орієнтирів, яких повинен досягти національний макроекономічний облік згідно зі світовими вимогами; вироблення та забезпечення реалізації пріоритетних напрямів подальшого застосування СНР у сфері господарського механізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну основу наукового аналізу проблеми становлять праці вчених, які досліджували загальні питання СНР та висвітлювали проблеми її становлення в Україні, а саме праці В.Д. Базилевича, Л.О. Баластрика, С. Будаговської, Р.М. Моторина, Б.Т. Рябушкіна та багатьох інших учених і спеціалістів. Разом із тим процеси, що відбуваються в останні роки в економіці взагалі та у сфері макроекономічного обліку зокрема, а також орієнтація України на економічну інтеграцію у світовий простір, потребують подальшого дослідження перспектив розвитку СНР та її застосування у сфері господарського механізму.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування необхідності застосування моделі національних рахунків у сфері сучасного господарського механізму, а також проблем, які виникають в економічному процесі, та шляхів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комплексний аналіз сучасного стану застосування СНР, проведений нами на основі даних Державного комітету статистики України за останні роки, свідчить про те, що механізм застосування Системи національного рахівництва потребує вдосконалення виходячи з:

- системного моніторингу, аналізу та регулювання економічного кругообігу інституційної сектору (одиниці), зокрема національної (всієї) економіки;
- системного моніторингу й аналізу динаміки та структури бюджетів інституційних секторів (одиниць), системи та динаміки товарних і фінансових потоків, утворюваних валових і чистих доходів тощо;
- системного аналізу соціально-економічної ефективності системи товарно-фінансових потоків;
- дослідження окремих аспектів відтворення галузей та інституційних секторів (у рамках того чи іншого макроекономічного агрегату);
- цілеспрямованої координації економічного кругообігу, підтримки рівноваги та якісних характеристик відтворення в рамках різних інструментаріїв та ін.

Водночас виявлено, що деталізований моніторинг та аналіз економічного кругообігу, взаємодії інституційних секторів національної економіки можливий за рахунок досконалої форми представлення економічної інформації інституційних секторів та відповідної системи фінансових потоків. Уважаємо, що досить важливо вивчати особливості відтворення інституційних секторів та систему фінансових потоків між ними в рамках річних циклів, поведінку учасників ринку, ефективність етапу виробництва в різних інституційних секто-

рах, динаміку та структуру виробництва тощо. Сума відповідних агрегатів показників фінансових потоків інституційних секторів національної економіки дає змогу сформувати показники національного рівня і, таким чином, вивчати економічний кругообіг інституційних секторів у контексті економічного кругообігу національної економіки, динаміку макроекономічних агрегатів інституційних секторів у структурі того чи іншого макроекономічного агрегату національної економіки. Особливо це стосується сукупного попиту і сукупної пропозиції товарів та послуг, виробництва, формування валових і чистих доходів.

Результати економічних досліджень свідчать, що економічне зростання є наслідком попереднього відновлення рівноваги, зміцнення її якісних характеристик, а отже, економічне зростання в Україні слід розглядати не лише в контексті позитивної динаміки макроекономічних показників СНР, а й за допомогою рішень, які дадуть змогу розширити внутрішній споживчий попит та забезпечити високі темпи росту у відповідних галузях економіки. Тому вважаємо, що зменшення бартерних операцій та зростання грошових платежів у паливо-енергетичному секторі дадуть змогу зменшити частку тіньової економіки та збільшити надходження до бюджету. Застосування СНР перебуває у стані постійного вдосконалення та розвитку. Проте одним із базових принципів розвитку СНР залишається взаємоузгодженість та взаємодоповнюваність із новими методологічними розробками. Вважаємо, що такий підхід дає змогу поряд із традиційними напрацюваннями методології СНР та діючою Концепцією розвитку і застосування СНР органічно доповнювати її новітніми розробками (у сфері туризму, екологічні рахунки, рахунки розвитку тощо), розширювати методологічну базу національних рахунків. Це дає змогу розширювати систему моніторингу та аналізу економічного кругообігу, органічно інтегрувати її у світовий економічний простір. Аналіз процесів відтворення за рахунок методики СНР слід здійснювати, аналізуючи темпи росту певних макроекономічних агрегатів, структуру доходів та витрат відповідних рахунків, темпи їх росту (спаду) щодо попереднього періоду. Якісні зміни також характеризуються динамікою валових та чистих доходів, їх пропорціями, структурними змінами у ВВП.

Необхідно вдосконалити і посилити актуальність аналізу та моніторингу економічного кругообігу в рамках СНР у цілях проєктування рівноваги відтворення інституційних секторів (підсекторів, одиниць), налагодження розподільчих та перерозподільчих операцій між інституційними секторами. Підсумовуючи, відзначимо, що результати дослідження діючої СНР показали:

1) Склад, зміст і коди рахунків подавалися згідно з СНР-93 та з урахуванням особливостей національного рахівництва України.

2) Наведено методологічні пояснення, довідкові та аналітичні таблиці, рахунки у порівняльних цінах, перелік змін і доповнень до показників.

3) Усі розрахунки зроблено на базі офіційної інформації, у деяких випадках із використанням експертних оцінок, оскільки бракувало частини даних про зовнішньоекономічну діяльність та інших даних.

4) Внесено поправки до розрахунків для усунення інфляційного впливу на показники національних рахунків.

5) Внесено поправки щодо вдосконалення економічних класифікацій.

Але в умовах розвитку господарського механізму країни національне рахівництво потребує вдосконалення, методологія макрообліку потребує доопрацювання з урахуванням змін в економіці.

Застосування діючої методики СНР у сфері господарського механізму країни має дещо суперечливий характер, тому слід приділити увагу інформаційній базі, за якою складаються національні рахунки. Інформаційно-методичний аналіз необхідно відстежити від мікрорівня (окремі підприємства) до макrorівня.

Наявна інформаційна база СНР ґрунтується на внутрішніх та зовнішніх джерелах інформації, а саме на системі обов'язкової статистичної звітності. Для поглибленого дослідження доцільно всю сукупність методологічних принципів дослідження макрообліку умовно поділити на п'ять груп:

1) комплексне дослідження, яке включає бухгалтерську (фінансову) звітність, підприємницьку звітність підприємств;

2) галузеве дослідження, яке надає інформацію від галузі промисловості, сільськогосподарської галузі, транспортної галузі тощо;

3) дослідження праці, зайнятості та заробітної плати;

4) дослідження домогосподарств;

5) спостереження за системою ціноутворення.

Результат інформаційно-логічного аналізу висвітлює проблему виконання секторних національних рахунків. Оскільки складання секторних національних рахунків проводиться згідно з п'ятьма секторами економіки, то важливою інформаційною базою для розрахунків показників корпоративного сектору економіки є обласна статистична і бухгалтерська звітність, яка складається згідно з даними бухгалтерського обліку. У 1998–1999 рр. було вирішено низку питань складання секторних національних рахунків. Але можна відзначити, що, незважаючи на вирішення окремих питань щодо складання СНР, у тому числі секторних рахунків, сьогодні залишилася невирішеною низка проблем.

Так, за причини змін в економічних процесах, у законодавстві, змін у системі первісного обліку і звітності (як бухгалтерської (фінансової), так і податкової) виникає необхідність «ретроспектив-

ного» перегляду секторних рахунків для забезпечення відповідності між методологією розрахунку окремих показників системи національних рахунків. У зв'язку з тим, що в сучасних умовах господарювання ще має місце заборгованість із заробітної плати, заборгованість з оподаткування, то дотримання принципу «нарахування» може призвести до неповної відповідності фінансового результату діяльності секторів економіки реальному фінансовому становищу інституційних одиниць. У зв'язку із цим відстежується необхідність проведення робіт з упровадження ведення первісного обліку та складання статистичної й фінансової звітності підприємств, які входять у дані підсектори, наприклад приватизовані підприємства, державні підприємства, підприємства з іноземним капіталом тощо.

Інформаційно-логічний аналіз застосування СНР свідчить, що не всі галузі надають достовірну інформацію, існує гостра проблема всіх часів корупція, яка охоплює майже всі сфери господарювання. Вважаємо за необхідне особливу увагу в даному дослідженні приділити узгодженості між первісним обліком та макрообліком, тому що національне рахівництво потребує вдосконалення у сфері первісного обліку. Необхідно посилити контроль над достовірністю інформації, що надходить до органів статистики, а саме первісної фінансової (бухгалтерської) звітності.

Уважаємо необхідним застосувати такі заходи контролю:

1) внутрішній контроль інституційної одиниці за адміністративними методами, методом контролю-ревізійних перевірок, методом внутрішнього аудиту на щоквартальній та річній основі;

2) зовнішній контроль господарської одиниці за донорським методом. Дана методика є ефективною в умовах конкурентного ринкового середовища, коли фахівці конкуруючих підприємств перевіряють достовірність звітності своїх конкурентів і цим допомагають викрити упущення обліку та дають додаткові можливості надання достовірної інформації до органів державної статистики;

3) незалежний контроль, який забезпечується умовами поєднання внутрішнього і зовнішнього контролю інституційної одиниці незалежно від умов господарської діяльності.

Посилення контролю над якістю ведення обліку окремої господарської одиниці дає можливість удосконалити облік результатів функціонування певної галузі економіки, що в кінцевому підсумку посилить достовірність показників національного рахівництва.

У цілому система національного рахівництва відповідає вимогам сучасної національної економіки. Вона вже сформована, але ще недостатньо завершена для застосування в сучасних умовах згідно з вимогами господарського механізму.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, у сфері господарського механізму національне

рахівництво є важливою інформаційною базою. Проблема формування економічних рахунків відкрита й є джерелом дискусій. Проте сучасний облік макропроцесів можна оцінювати й позитивно. Про це свідчать практика застосування СНР та аналіз її головних показників у процесі господарювання. Для підвищення якості підготовки облікової інформації у потребах національного рахівництва у зв'язку з безліччю нормативних актів варто було б прийняти єдиний Обліковий кодекс і створити на підприємствах електронний документообіг з обов'язковою сертифікацією програмного забезпечення для ведення обліку на окремих підприємствах.

У цілому дане дослідження вирішує завдання необхідності вдосконалення макроекономічного обліку відповідно до принципів ринкової економіки, сприяючи господарському механізму виконувати в повному обсязі свої функції. Напрями ефективного застосування інформаційних ресурсів для формування СНР в Україні ще знаходяться у стані розроблення та доопрацювання, що й є перспективою подальших наукових праць у даному напрямі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бесєдін В.Ф. Макроекономічна політика, прогнозування і державне регулювання економіки. *Економічний вісник*. 2018. № 1. С. 62–68.

2. Вілкул Ю.Г. Ринкова економіка і держава: макроекономічний аспект. Кривий Ріг : Мінерал, 2003. 542 с.

3. Геблер И. Макроэкономика. Киев : УМК ВО, 1993. 399 с.

4. Геєць В.М. Економіка України: підсумки перетворень. Харків : Форт, 2000. 424 с.

5. Гончар Н.Ю. Макроекономіка та мікроекономіка. Київ : КНЕУ, 2006. Т. 3. 145 с.

6. Давидов Г.М. Бухгалтерський облік : навчальний посібник. Київ : КНЕУ ім. В. Гетьмана, 2002. С. 88.

REFERENCES:

1. Besedin V.F. (2018) Makroekonomichna politika, prognozuvannia i reguluvannia ekonomiki [Macroeconomic policy, forecasting and state regulation of the economy]. *Ekonomichnyi visnik.*, vol. 1, pp. 62–68.

2. Vilkul U.G. (2003) Rinkova ekonomika i derzhava; makroekonomichnyi aspekt. [Market economy and state: macroeconomic aspect] Kriviy rig: Mineral. (in Ukrainian)

3. Gebler I. (1993) Makroekonomika [Macroeconomics.] Kyiv: UMKVO. (in Russian)

4. Geec V.M. (2000) Ekonomika Ukraini; pidsumki peretvoren. [Economy of Ukraine: results of transformations] Harkiv; Fort. (in Ukrainian)

5. Gonchar N.U. (2006) Makroekonomika ta mikroekonomika. [Macroeconomics and microeconomics] Kyiv; KNEU, vol. 3. (in Ukrainian)

6. Davydov G.M. (2002) Buhgalterski oblik. [Accounting: textbook]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)

СТАНОВЛЕННЯ МЕРЕЖЕВОЇ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ¹

THE FORMATION OF THE NETWORK MODEL OF THE INNOVATION PROCESS IN UKRAINE

УДК 330.341.1

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-12>

Омельяненко В.А.

к.е.н., доцент, доцент кафедри
бізнес-економіки та адміністрування
Сумський державний педагогічний
університет імені А.С. Макаренка;
докторант

Інститут економіки промисловості
Національної академії наук України
Ковтун Г.І.

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

Omelyanenko Vitaliy

Sumy State Pedagogical University
named after Makarenko;
Institute of Industrial Economics
of National Academy
of Sciences of Ukraine

Kovtun Galina

Sumy State Pedagogical University
named after Makarenko

У статті розкрито сутність та основні функції інноваційної системи; визначено структуру інноваційного процесу. Розглянуто сутнісні характеристики моделей інноваційного процесу. З'ясовано головну відмінність сучасного підходу до моделювання інноваційного процесу, що полягає у розумінні того, що інновації базуються не стільки на нових комбінаціях ресурсів та винаходах, скільки на ефективному використанні інформаційного потоку знань, отриманих унаслідок прогресу науки та технологій. Установлено, що перехід до інноваційно-інформаційного суспільства призвів до формування наприкінці ХХ ст. моделі інноваційного процесу шостого покоління, інтерактивної, або мережевої, моделі, котра базується на взаємодії всіх суб'єктів інноваційної діяльності, сприяє об'єднанню ресурсів, активізує спільні науково-технічні дослідження, скорочує час та витрати на впровадження відкриттів фундаментальної науки у виробництво, полегшує трансакції інноваційного продукту між виробниками й кінцевими споживачами, допомагає залученню промислових та банківських фінансових ресурсів до інноваційної сфери.

Ключові слова: інноваційна система, інноваційний процес, моделювання інноваційного процесу, мережева модель.

В статье раскрыты сущность и основные функции инновационной системы. Опреде-

лена структура инновационного процесса. Рассмотрены сущностные характеристики моделей инновационного процесса. Выяснено главное отличие современного подхода к моделированию инновационного процесса, который заключается в понимании того, что инновации базируются не столько на новых комбинациях ресурсов и открытиях, сколько на эффективном использовании информационного потока знаний, полученных в результате прогресса науки и технологий. Установлено, что переход к инновационно-информационному обществу привел к формированию в конце ХХ в. модели инновационного процесса шестого поколения, интерактивной, или сетевой, модели, которая основывается на взаимодействии всех субъектов инновационной деятельности, способствует объединению ресурсов, активизирует совместные научно-технические исследования, значительно сокращает время и затраты на внедрение открытий фундаментальной науки в производство, облегчает сделки инновационного продукта между производителями и конечными потребителями, помогает привлечению промышленных и банковских финансовых ресурсов в инновационную сферу.

Ключевые слова: инновационная система, инновационный процесс, моделирование инновационного процесса, сетевая модель.

Globalization and the intellectualization of social production have led to the choice of an innovative economic development path by most developed economies in the world. The intensification of internal and external competition has led to the fact that the factors of socio-economic growth are not the material, but the intellectual components, and therefore the importance of innovation. The comprehensive development of innovation, as an important component of the development of economic systems, determines the scientific interest in modeling the innovation process and creating effective models of the innovation process. The purpose of the article is to study the historical process of formation of models of innovation process, substantiation of features of network model of innovation process and to determine the conditions of its formation in Ukraine. The theoretical and methodological approach to the formation of a modern organizational and economic mechanism of innovative activity involves considering it from the point of view of innovative systems, which means the need to apply a comprehensive approach to the analysis of the innovation process, its formation and functioning. The essence and basic functions of the innovation system are revealed in the article; the structure of the innovation process is defined; the essential characteristics of models of the innovation process are considered; the main difference between the modern approach to modeling the innovation process and the understanding that innovation is based not so much on new combinations of resources and inventions, but on the effective use of the information flow of knowledge resulting from the progress of science and technology; it is established that the transition to the innovation-information society led to 6th generation process model formation at the end of the twentieth century, an interactive or networking model based on the interaction of all innovation actors, facilitates pooling of resources, activates joint scientific and technical research, reduces time and costs for the implementation of fundamental science discoveries in production, facilitates transitivity product innovation between manufacturers and end consumers, helping to attract industrial and banking financial resources to the innovation field. The main component of a sixth generation innovation process model is knowledge as a source of innovation, for example, existing knowledge; new knowledge (basic scientific research); external knowledge; knowledge gained in the process of learning from their own experience; hidden knowledge (available knowledge that is not used temporarily). The innovation process is a network integrated process, but more attention is paid to the mechanisms that create, disseminate and use all types of knowledge, unlike the previous model, where the exchange of information using ICTs was a key point. An interactive or network model of the innovation process is based on the interaction of all subjects of innovation activity, which facilitates the pooling of resources of their activity, activates joint scientific and technical research, significantly reduces the time and cost of introducing the discoveries of basic science in production, facilitates the transaction of innovative product between manufacturers and end consumers, helps to attract industrial and banking financial resources to the innovation field. In order to ensure joint action in the innovation sphere, it is necessary to use the network model of the innovation process, which is able to unite all participants of innovation activity. The network model of innovation activity is actively developing precisely in the conditions of innovative type of economic growth. An innovative type of economic growth is the modification of intensive growth, as both rely on quality improvement of factors of production. In these circumstances, the importance of innovative networks is growing.

Key words: innovation system, innovation process, innovation process modeling, network model.

Постановка проблеми. Глобалізація та інтелектуалізація суспільного виробництва спричинили вибір інноваційного шляху розвитку економіки більшістю розвинених економік світу. Загострення

внутрішньої та зовнішньої конкуренції призвело до того, що чинниками соціально-економічного зростання є не матеріальні, а інтелектуальні складники, а отже, зростає значення нововведень. Усебічний

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за проектом № 0117U003855 «Інституційно-технологічне проектування інноваційних мереж для системного забезпечення національної безпеки України».

розвиток інновацій як важливий складник розвитку економічних систем зумовлює науковий інтерес до моделювання інноваційного процесу та створення ефективних моделей інноваційного процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи інноваційної діяльності та моделювання інноваційного процесу досліджуються світовими та вітчизняними науковцями. Так, проблеми формування інноваційної моделі розвитку країни висвітлюються у працях таких закордонних учених-економістів, як Ф. Кодама [25], С. Дж. Клайн та Н. Розенберг [24], К. Оппенлендер [14], Р. Росвелл [27], К. Фрімен [22] та ін.

Процесу інноваційного розвитку та його складників, інструментів, системних факторів та чинників впливу на нього значну увагу приділено у працях вітчизняних учених Г. П'ятницької [16], В. Хаустова [19; 20], Л. Шевченко [4] та ін. Характеристика моделей інноваційного процесу подається у дослідженнях учених-економістів С. Бублика [16], І. Калюжного [5]. О. Мельник [11] аналізує динаміку моделей інноваційного процесу на промислових підприємствах. Роль інноваційних мереж як інструменту міжнародного трансферу високих технологій та їх специфіку розглядають О. Прокопенко, В. Омеляненко [2; 12; 13; 26]. Передумови та методологічні основи створення та розвитку в Україні мережі трансферу технологій розкриває В. Лисенко [8–10] та інші вчені.

Однак залишаються дискусійними питання, пов'язані з дослідженням особливостей інноваційного розвитку в Україні, створенням умов щодо формування мережевої моделі інноваційного процесу в Україні, тому й потребують подальших наукових розвідок.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження історичного процесу формування моделей інноваційного процесу, обґрунтування особливостей мережевої моделі інноваційного процесу та визначення умов її становлення в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретико-методологічний підхід до формування сучасного організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності передбачає розгляд його з погляду інноваційних систем, що означає необхідність застосування комплексного підходу до аналізу інноваційного процесу, його формування та функціонування.

Інноваційні системи – це особливі структури, що здійснюють інноваційну діяльність і мають ознаки інноваційності, тобто здатність до змін, перетворень, оновлення. Основною функцією інноваційних систем є виробництво нового знання, нововведень, їх використання на практиці. Дану функцію повинен виконувати й організаційно-економічний механізм інноваційної діяльності з метою формування та ефективного використання інноваційного потенціалу. Застосовуючи системний під-

хід до аналізу інноваційних систем, слід виходити з ефективності функціонування даних систем, а отже, будь-яка інноваційна система повинна мати стратегічні цілі та шляхи їх реалізації.

Складниками інноваційного процесу є сфера НДДКР, у якій відбувається процес створення інновацій; виробництво, де здійснюється серійний випуск інновацій; сфера споживання, де реалізуються якісні характеристики інновації. Уважається, що інноваційний процес здійснюється нормально, коли інформація вільно рухається в обох напрямках, коли кожен компонент інноваційної структури виконує свою функцію. Отже, структура інноваційної системи залежить від взаємозв'язків між її складниками.

Для створення інновацій необхідна наявність спеціальних чинників, таких як наука, виробництво, споживач, стимули для введення інновацій, фінансові кошти, сприятливі соціальні умови. Ці чинники залежать від орієнтації підприємств або суспільства на науково-технічний прогрес. Якщо орієнтація позитивна, то підприємства або суспільство формують інноваційну систему. Якщо відсутні потреби, то інноваційна діяльність згасає.

Сьогодні економічна наука виділяє декілька моделей інноваційного процесу, котрі поступово змінювалися на основі особливостей та характеру процесу виникнення й упровадження нововведень у різні періоди часу.

У 50–60-х роках ХХ ст. були створені моделі інноваційного процесу першого покоління, відповідно до яких джерелом інновацій виступають фундаментальні та прикладні дослідження. Інноваційний процес уявлявся у вигляді моделі «технологічного поштовху» і розглядався як трансформація нових знань у нові продукти через послідовне проходження певних етапів, на яких вирішуються конкретні завдання. Інноваційний процес мав лінійно-послідовний характер, включав усі види діяльності (від наукових досліджень та розробок до реалізації нового продукту на ринку) і відбувався за схемою: фундаментальні дослідження – прикладні дослідження – дослідний зразок – маркетинг – промисловий зразок – виробництво – реалізація.

Дана модель сформувалася в період, коли важливою проблемою була не реалізація, а виробництво продукції. Ненасиченість ринку новими товарами призвела до інтенсифікації науково-прикладних розробок, адже вважалося, що ідеї щодо створення нових продуктів виникають у підрозділах НДДКР, а ринок тільки отримує результати досліджень і розробок у вигляді нових продуктів, тобто відіграє пасивну роль.

Позитивними рисами даної моделі вважається її простота, конкретність, наочність та керованість. Однак ця модель має й певні недоліки, адже інноваційний процес на початковій стадії відірваний від

потреб споживача, а отже, неможливо спрогнозувати комерційний успіх на ринку нового продукту. Також такий підхід передбачає централізоване управління всіма стадіями інноваційного процесу, що характерно для умов державного або корпоративного регулювання, що суперечить механізму ринкової економіки [5]. Отже, для моделей інноваційного процесу першого покоління притаманний лінійний послідовний характер.

Наприкінці 60-х – у 70-ті роки ХХ ст. створюються моделі інноваційного процесу другого покоління. Цей період характеризується зміною соціально-економічної ситуації, поступовим насиченням ринку різноманітними (у тому числі й новими) товарами, тому на перший план висувуються проблеми, пов'язані зі збутом продуктів.

Модель інноваційного процесу була розроблена К. Фріменом [22] і має назву «гіпотеза тиску попиту», згідно з якою зростання попиту активізує процеси створення та впровадження інновацій, забезпечує розроблення нововведень. У цьому процесі значна роль відводиться маркетингу, котрий вивчає потреби ринку та прогнозує потенційний попит споживачів. Отже, модель інноваційного процесу другого покоління сформувалася у відповідь на потреби ринку. Рушійною силою інноваційного процесу є ринковий механізм, де формується попит на основі потреб споживачів, а модель інноваційного процесу будується за схемою: ринкова потреба – маркетинг – НДДКР – виробництво – реалізація [27].

Перевагами даної моделі є чіткий взаємозв'язок між організацією й результатом інноваційного процесу, спрямованість на потреби ринку та економічний ефект, мінімізація організаційних бар'єрів під час проходження стадій інноваційного процесу. Але при цьому інноваційні розробки мають підпорядкований характер. Підприємства, маючи на меті швидке отримання комерційно вигідного продукту, використовують готові технічні рішення, а не шукають нові, що призводить до переорієнтації інноваційної діяльності з фундаментальних досліджень до прикладних, які орієнтовані на визначений результат і зменшення витрат під час створення й упровадження новинок [5]. У цілому моделі інноваційного процесу другого покоління мають ознаки лінійності, джерелом інновацій виступають потреби ринку.

У кінці ХХ ст. внаслідок зростання ролі науково-технічного прогресу в розвитку суспільства відбувається насичення ринку продуктами, що й сприяло появі нових нелінійних моделей інноваційного процесу.

Аналіз світового досвіду моделювання інноваційного процесу англійським ученим-економістом Р. Росвеллом сприяв виділенню ще трьох моделей інноваційного процесу: об'єднуючої моделі, інтегрованої моделі, моделі стратегічних мереж [27].

Ці моделі інноваційного процесу третього покоління передбачали поєднання двох попередніх підходів. Їх основою є координація фундаментальних досліджень із ринковими потребами як рівноправних джерел створення інновацій.

Однією з моделей інноваційного процесу третього покоління є ланцюгова модель Клайна-Розенберга, згідно з якою інноваційний процес проходить п'ять стадій, яким відповідають п'ять ланцюгів інноваційного процесу, котрі взаємопов'язані між собою й характеризують різні джерела інновацій: наукові дослідження, потреби ринку, існуючі та набуті знання [24].

Перевагами даної моделі є визнання існування зворотних зв'язків, відображення взаємозв'язків між наукою, виробництвом та маркетингом, спроба поєднати здатність інновацій впливати й реагувати на ринкові процеси, а недоліком є збереження ознак лінійного характеру моделей.

У 80–90-х роках ХХ ст. створюються моделі інноваційного процесу четвертого покоління – інтегровані моделі [27], в яких інноваційний процес представлений сукупністю не лише послідовних, а й паралельних дій, що здійснюються одночасно на різних етапах, і включає такі складники, як наукові дослідження, розробки, маркетинг, виробництво, дифузію інновацій. У моделях значна увага відводиться взаємозв'язку наукових досліджень і розробок із виробництвом, тісній співпраці з постачальниками та споживачами.

Модель інноваційного процесу четвертого покоління побудована на поєднанні наукових досліджень та потреб ринку й визнанні важливої ролі ринкових потреб в інноваційному процесі. У моделі враховано інтеграцію наукових досліджень, вивчення ринку, потреб та попиту; інтереси постачальників та споживачів; послідовність проходження етапів інноваційного процесу (ідея, концепція, проєктування, виробництво, маркетинг, збут, сервіс) [3].

Японська модель інноваційного процесу передбачає врахування потенційних переваг маркетингових досліджень і наукових розробок, суть якої проявляється в тому, що підприємства на ранніх стадіях вивчають ставлення споживачів відносно нового товару. Отже, у цій моделі інноваційного процесу враховуються не тільки результати аналізу потенційного попиту, а й можливість його формування [25].

Перевагами моделей інноваційного процесу четвертого покоління є перехід від розгляду інновацій як послідовного процесу до їх аналізу як паралельного процесу з урахуванням вертикальних та горизонтальних взаємозв'язків між учасниками інноваційного процесу на всіх його стадіях, що призводить до формування міжфункціональних робочих груп, які включають конструкторів, технологів, економістів, фінансистів, маркетологів, менеджерів, для забезпечення високого рівня

інтеграції різних підрозділів і функціональних відділів підприємства.

У 90-х роках ХХ ст. були створені моделі інноваційного процесу п'ятого покоління, або «моделі стратегічних мереж», основою яких є створення мережі організацій та системи відносин зі споживачами, постачальниками, науковими закладами, іншими підприємствами тощо. Так, на думку Р. Росвелла, ці моделі являють собою ідеалізований розвиток інтегрованої моделі та тісну стратегічну інтеграцію підприємств, що взаємодіють між собою [27]. Інноваційний процес у цій моделі стає мультиінституційним, що має мережевий характер. До паралельного процесу додаються нові функції: ведення інноваційної діяльності з використанням інформатики та обчислювальної техніки, електронних мереж і засобів зв'язку, за допомогою яких встановлюються стратегічні зв'язки новаторів із постачальниками, партнерами, споживачами. При цьому особлива увага приділяється питанням обміну інформацією та використання різноманітних інформаційних та комунікаційних технологій [27].

Отже, основою моделей п'ятого покоління вважається запропонований К. Оппенлендером підхід до дослідження інноваційного процесу в розрізі взаємодії трьох систем: новатора, організації та зовнішнього середовища. Система «новатор» є внутрішнім центральним елементом, охоплює персонал і чинники виробництва та включається до більш загальної системи – організації (підприємства), що, своєю чергою, є частиною ще більш широкої системи, котра формується політичними, економічними, природними та соціальними чинниками зовнішнього середовища. Тобто модель побудована на послідовному включенні внутрішньої системи до більш широкої та враховує їх взаємодію і вплив екзогенних й ендогенних чинників на інноваційний процес [14].

Глобалізаційні процеси у світовій економіці, динамічний розвиток ринкових відносин, перехід до інноваційно-інформаційного (мережевого) суспільства призвели до формування наприкінці ХХ ст. моделі інноваційного процесу шостого покоління – інтерактивної, або мережевої, що заснована на знаннях, обміні інформацією та здатності до навчання [1].

Сучасна інноваційна система передбачає таку структуру організації, що включає низку спеціальних моделей (структур), наприклад мережеву модель, модель інноваційного ланцюга. Так, у мережевих моделях інноваційних систем виділяються пакети робіт із призначеними для них виконавцями, що дає можливість готувати мережевий графік основних, вузлових подій. Після цього стає можливим розробити детальні мережеві графіки, відповідні вузловим подіям. Розчленування мережевого графіка на підмережі дає змогу персоналу, відповідального за інноваційний проєкт, концен-

труватися на своїх власних роботах. Для керівництва поділ проєкту на підмережі забезпечує можливість ефективного контролю.

Основним складником моделі інноваційного процесу шостого покоління є знання як джерело інновацій, наприклад наявні знання, нові знання (наукові фундаментальні дослідження), зовнішні знання, знання, отримані в процесі навчання на власному досвіді, приховані знання (наявні знання, що тимчасово не використовуються). Інноваційний процес є мережевим інтегрованим процесом, але більше уваги приділяється механізмам, що створюють, розповсюджують і використовують усі типи знань на відміну від попередньої моделі, де обмін даними з використанням інформаційно-комунікаційних технологій був ключовим моментом.

Інтерактивна, або мережева, модель інноваційного процесу базується на взаємодії усіх суб'єктів інноваційної діяльності, що сприяє об'єднанню ресурсів їхньої діяльності, активізує спільні науково-технічні дослідження, значно скорочує час та витрати на впровадження відкриттів фундаментальної науки у виробництво, полегшує трансакції інноваційного продукту між виробниками і кінцевими споживачами, допомагає залученню промислових та банківських фінансових ресурсів до інноваційної сфери. Стрімке поширення Інтернет-мережі призводить до більш тісної наукової співпраці між країнами, у тому числі у сфері досліджень і розробок. Значне розповсюдження отримують подвійні об'єднання на принципах мережевої взаємодії окремих видів науково-технологічної діяльності між собою та з бізнес-середовищем, серед яких: науково-освітні мережі на базі ЗВО університетського типу, котрі створені через приєднання до мережевих структур і взаємодіють з іншими навчальними закладами та їх об'єднаннями у рамках регіональних чи міжнародних зв'язків і мають державний чи приватний статус; науково-виробничі мережі, котрі властиві науково-технологічній діяльності транснаціональних корпорацій, що контролюють дослідження зі створення нових технологій, експериментальні розробки й надання інжинірингових науково-технологічних послуг, виробництво і збут наукоємних продуктів. Із часом науково-виробничі мережі набувають характеру науково-бізнесових; освітньо-бізнесові мережі на базі провідних ЗВО університетського типу та компаній у сфері інноваційного бізнесу в межах перспективних напрямів досліджень (біо-, нано- та інформаційних технологій) [1].

Перевагами моделі інноваційного процесу шостого покоління є те, що головними ресурсами підприємства вважаються нематеріальні активи, забезпечуються гнучкість організаційно-виробничої структури та мобільність ресурсів. Важливе місце в інноваційному процесі відводиться потребам ринку та вимогам споживачів.

Новітня інноваційна модель набуває поширення у XXI ст. Західні країни світу вже перейшли до освоєння та розгортання нової, глобальної мережевої моделі інноваційного процесу. За даними Bloomberg Innovation Index, що аналізує десятки критеріїв із використанням семи показників, включаючи витрати на дослідження та розробки, виробничі можливості та концентрацію високотехнологічних публічних компаній, у 2019 р. Південна Корея зберегла свою першість, США піднялися на три місця та посіли восьму сходинку рейтингу, після того як у минулому році вийшла з першої десятки й посідає восьме місце серед найбільш розвинених країн світу [21].

Сьогодні економіка США є найпотужнішою, що будується на інноваціях. Серед першої п'ятірки компаній із капіталізації – три технологічних гіганта: Apple, Microsoft і Google. США щорічно отримують від експорту інноваційних технологій близько 700 млрд. доларів. Таку позицію країна має завдяки значним інвестиціям в інноваційні продукти та послуги: уряд США витрачає близько 2,8% ВВП країни на наукові дослідження та інноваційну діяльність [15].

За даними доповіді підрозділу PricewaterhouseCoopers (PwC) за 2018 фінансовий рік, топ-1000 світових інноваційних компаній спрямували на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (R&D) 782 млрд. дол. США, зростання становило 11,4%. У цьому списку 145 китайських компаній, кількість яких збільшилася за рік на 20. Витрати на НДДКР у них становили 60,08 млрд. дол., тобто 34,4% зростання. Китайські компанії, за версією PwC, збільшили свою частку в списку «високо-ефективних інноваторів» – тих інноваційних компаній, які найбільш раціонально використовують кошти на НДДКР. Якщо в 2007 р. частка китайських компаній становила 3%, то в 2017 р. – вже 17%. Зростання кількості таких інноваторів, як зазначається в доповіді, продемонстрували за останні роки тільки Китай та Європа [6].

Особливість упровадження проривних інновацій полягає у нестандартному баченні потреб, які люди бажать задовольнити за допомогою продукту або послуги. Проривні інновації відносяться до неадресованих потреб людей, адже значна кількість проблем вирішуються тільки після появи інновацій у житті людини. Менеджмент великих компаній світу стимулює інноваційні процеси, розвиває співробітництво між компаніями з метою інтеграції творчих ресурсів та прийняття рішень, що задовольняють ринкові потреби на локальному та світовому рівнях.

Інноваційна модель соціально-економічного розвитку реалізується шляхом формування національної інноваційної системи. Згідно з усталеним підходом, національна інноваційна система – це сукупність організаційних та інституціональних

структур у державному й приватному секторах національної економіки, активність і взаємодія яких ініціює, створює, модифікує й сприяє дифузії інновацій, впливаючи цим на інноваційний процес [7]. Організаційний складник національної інноваційної системи утворюють такі функціональні блоки, як організації наукової сфери, спеціалізовані інноваційні організації, інноваційні й інноваційно активні виробничі фірми, організації інфраструктури інноваційної діяльності. Інституціональний складник національної інноваційної системи формує комплекс інституцій, що забезпечують та регулюють інноваційну діяльність на національному рівні [4, с. 222].

Формування національної інноваційної системи в Україні має суттєві особливості. Сучасні стан і структура національної інноваційної системи України не відповідають світовим стандартам, що зумовлює низку негативних тенденцій. Так, на відміну від розвинених країн, у яких 85–90% ВВП забезпечуються за рахунок виробництва й експорту наукоємної продукції, частка України на ринку високотехнологічної продукції становить не більше 0,3%. Наукоємність промислового виробництва України не перевищує 0,5%, катастрофічно низькою є частка високотехнологічної продукції у структурі ВВП. Частка інноваційно активних підприємств промисловості за останні 10 років становила не більше 17% від загальної їх кількості [17].

В економіці у цілому домінує ресурсна модель розвитку без високотехнологічного виробництва: основна частка експорту, за даними дев'яти місяців 2019 р. припадає на металургію (21,8%), сільське господарство (26,9%), машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання (8,9%), транспортні засоби (1,8%) та продукти хімічної промисловості (3,7%) [18]. В економіці країни існують й елементи інтелектуально-донорської моделі. Однак у стратегічній перспективі ці моделі є мало ефективними. В Україні поступово складаються умови та спостерігаються тенденції до інтеграції учасників інноваційного процесу шляхом установаження правовідносин зі спільної діяльності. Таким прикладом може бути створення технологічних парків та інших інноваційних структур [8–10]. Саме спільна інноваційна діяльність підприємців, наукових установ, вищих навчальних закладів, підприємств та держави зможе забезпечити конкурентоспроможність економіки нашої країни на світовому ринку.

За рівнем інноваційного розвитку Україна значно відстає від країн-лідерів. Дані щорічної доповіді «Глобальний індекс інновацій 2019» (Global Innovation Index, 2019) свідчать, що Україна в 2019 р. опустилася у рейтингу інноваційної діяльності 126 країн світу із 43-го у 2018 р. на 47-е місце [23]. У рейтингу Bloomberg 2019 Innovation Index найбільше втратили свої позиції Туніс та Україна, які обидві вийшли з ТОП-50. Натомість десять нових

економік приєдналися до рейтингу найбільш інноваційних економік у 2019 р. [21].

Сьогодні в країні не створено сприятливого середовища для впровадження наукових відкриттів й новітніх розробок. Україна потребує застосування механізмів, що сприятимуть розвитку та експорту технологій. Для реалізації цих завдань із метою трансформації економіки до мережевої інноваційної економіки необхідно виконання таких умов:

– створення платформ на базі державного-приватного партнерства, що дасть можливість невеликим стартапам безперешкодно експортувати технологічні інновації на конкурентні ринки, такі як США, що сприятиме подальшому розвитку економіки країни;

– створення механізму, який дасть змогу ефективно переймати досвід провідних світових корпорацій у технологічних галузях. Це передбачає не просто створення пільгового режиму для роботи аутсорсингових компаній, які переважно заробляють на продажу робочої сили як ресурсу, а експорт саме «продуктових» інновацій, який є високомаржинальним і найбільш сприятливим для інвестування ресурсів;

– підтримка стартапів на законодавчому рівні так, щоб стратапи у сфері ІТ на перші кілька років були б повністю звільнені від податкового тягаря, а не тільки мали часткові пільги.

Такі підходи пропонують упровадження інноваційних методів управління в рамках існуючого бізнесу для його структурної перебудови. У результаті можлива трансформація української економіки не тільки в окремих сферах, таких як ІТ, а й у багатьох інших напрямках, таких як альтернативна енергетика, аграрний сектор і рітейл-індустрія, оскільки інновації припускають глобальні зміни й усередині існуючих великих організацій.

Реалізація в Україні сучасної інноваційної моделі соціально-економічного розвитку потребує створення відповідної науково-методологічної бази, чітко сформульованої стратегії та алгоритму її реалізації, послідовної та виваженої зовнішньої та внутрішньої інноваційної політики держави та підприємницької ініціативи щодо реалізації інноваційного потенціалу національної економіки.

Висновки з проведеного дослідження. Особливість сучасного підходу до моделювання інноваційного процесу полягає у розумінні того, що інновації базуються не стільки на нових комбінаціях ресурсів та винаходах, як це вважалося в часи індустріальної економіки, скільки на ефективному використанні інформаційного потоку знань, отриманих у результаті прогресу науки та технологій.

Сьогодні саме спільна інноваційна діяльність підприємців, підприємств і держави забезпечує конкурентоспроможність економіки країни на світовому ринку. Для забезпечення спільних дій в інноваційній сфері необхідно використовувати

саме мережеву модель інноваційного процесу, котра спроможна об'єднати всіх учасників інноваційної діяльності. Мережева модель інноваційної діяльності має активний розвиток саме в умовах інноваційного типу економічного зростання. Інноваційний тип економічного зростання є модифікацією інтенсивного росту, оскільки обидва спираються на якісне вдосконалення чинників виробництва. У цих умовах зростає значення саме інноваційних мереж.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бублик С.Г. Концептуальні підходи до формування інноваційної моделі державного управління науково-технологічною діяльністю. *Державне управління: теорія й практика*. 2011. № 1. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Bublik.pdf> (дата звернення: 03.12.2019).

2. Вернидуб Н.О., Омеляненко В.А. Інноваційні мережі як інструмент міжнародного трансферу високотехнологій. *Трансформаційні процеси економічної системи в умовах сучасних викликів* : монографія / за заг. ред. В.І. Гринчуцького. Тернопіль : Крок, 2014. С. 82–90.

3. Дынкин А.А. Инновационная экономика. Москва : Наука, 2001. 358 с.

4. Економічна безпека держави: сутність та напрями формування : монографія / Л.С. Шевченко та ін. ; за ред. Л.С. Шевченко. Харків : Право, 2009. 312 с.

5. Калюжный И.Л., Митус В.А. Модели инновационного процесса: достоинства, недостатки и особенности формирования. *Вісник СевНТУ. Економіка і фінанси*. 2009. Вип. 98. С. 98–102.

6. Китайские компании лидируют по темпам роста расходов на инновации РwС. *СИНЬХУА Новості*. 12.04.2019. URL: http://russian.news.cn/2019-02/10/c_137810475.htm (дата звернення: 04.12.2019).

7. Ковтун Г.І. Системні аспекти підвищення ефективності національної інноваційної системи. *Стратегічне управління системною стійкістю національної інноваційної системи*: колективна монографія / за ред. проф. О.В. Прокопенко, доц. В.А. Омеляненка. Суми : Триторія, 2019. С. 132–143.

8. Лисенко В.С., Єгоров С.О. Передумови та методологічні основи створення і розвитку в Україні мережі трансферу технологій. *Математичні машини і системи*. 2008. № 1. С. 46–51. URL: http://www.immsp.kiev.ua/publications/articles/2010/2010_1/01_2010_Lisenko.pdf (дата звернення: 21.11.2019).

9. Лисенко В.С., Єгоров С.О. Побудова в Україні національної інноваційної мережі у сфері трансферу технологій. *Математичні машини і системи*. 2010. № 1. С. 122–126. URL: http://www.immsp.kiev.ua/publications/articles/2010/2010_1/01_2010_Lisenko.pdf (дата звернення: 21.11.2019).

10. Досвід створення в Україні національної інтегрованої системи трансферу технологій / В.С. Лисенко та ін. *Математичні машини і системи*. 2013. № 1. С. 75–82. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/MMS_2013_1_11 (дата звернення: 03.12.2019).

11. Мелень О.В. Дослідження та аналіз розвитку моделей інноваційного процесу на промислових підприємствах. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2013. № 1. С. 287–290. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2013_1_67 (дата звернення: 03.12.2019).

12. Омеляненко В.А. Аналіз теоретичних основ оптимізації портфеля високих технологій. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Менеджмент інновацій»*. 2014. Т. 22. № 10/3. С. 53–61.

13. Омеляненко В.А. Науково-методичний підхід до аналітичного забезпечення проектів розвитку технологічних систем. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2016. № 2(58). С. 18–25.

14. Оппенландер К. Технический прогресс: воздействие, оценки, результаты / сокр. пер. с нем. Москва : Экономика, 1981. 175 с.

15. Передерий К. Как построить в Украине экономику инноваций. 2015, 29 апреля. URL: <https://delo.ua/business/kak-postroit-v-ukraine-ekonomiku-innovacij-295863> (дата звернення: 03.12.2019).

16. П'яницька Г.Т. Інноваційний розвиток організацій: невід'ємні складові та чинники впливу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 3. С. 251–263.

17. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2017 році : аналітична довідка / Т.В. Писаренко та ін. Київ : УкрІНТЕІ, 2018. 98 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/monitoring-prioritet/stan-id-2017-f.pdf> (дата звернення: 07.12.2019).

18. Товарна структура зовнішньої торгівлі за 9 місяців 2019 року. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zd/tsztt/tsztt_u/tsztt0919_u.htm (дата звернення: 03.12.2019).

19. Хаустов В.К. Трансфер технологій в інноваційних процесах України та Білорусі. *Економіка і прогнозування*. 2012. № 2. С. 24–34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2012_2_4 (дата звернення: 21.11.2019).

20. Хаустов В.К. Інноваційний потенціал структурних зрушень в Україні. *Економіка і прогнозування*. 2014. № 2. С. 85–93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2014_2_9 (дата звернення: 21.11.2019).

21. Bloomberg 2019 Innovation Index. URL: <https://mastic.mestec.gov.my/statistic/international-ranking/bloomberg-innovation-index> (дата звернення: 04.12.2019).

22. Freeman C. Technical Innovation, Diffusion, and Long Cycles of Economic Development. *The Long-Wave Debate* / ed. by T. Vasko. Berlin : SpringerVerlag. 1987. P. 295–309.

23. Global Innovation Index. Creating Healthy Lives—The Future of Medical Innovation. Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization, 2019. URL: <https://www.globalinnovationindex.ciiinnovation.in/global-innovation-index-2019-report.pdf> (дата звернення: 21.11.2019).

24. Kline S.J., Rosenberg N. An overview of innovation. *The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth* / ed. by R. Landau & N. Rosenberg. Washington : National Academy Press, 1986.

25. Kodama F. Emerging patterns of innovation: Sources of Japan's Technological Edge (Manadgmant of Innovation and Change). Boston : Harvard Business School Press, 1995. 302 p.

26. National Security & Innovation Activities: Methodology, Policy and Practice: monograph / ed. by O. Prokopenko, V. Omelyanenko, Yu. Ossik. Ruda Śląska : Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2018.

27. Rothwell R. Towards the fifth-generation innovation process. *International Marketing Review*. 1994. Vol. 11. № 1. P. 7–31.

REFERENCES:

1. Bublik S.G. (2011) Kontseptualni pidkhody do formuvannia innovatsiinoi modeli derzhavnoho upravlinnia naukovu-tekhnologichnoiu diialnistiu. [Conceptual approaches to the formation of an innovative model of state management of scientific and technological activities]. *Derzhavne upravlinnia: teoriia y praktyka. Elektronnyi fakhovyi zhurnal*. [Public administration: theory and practice]. (electronic professional journal). no. 1. Available at: <http://academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Bublik.pdf> (accessed 03 December 2019).

2. Vernidub N.O., Omelyanenko V.A. (2014) Innovatsiini merezhi yak instrument mizhnarodnoho transferu vysokikh tekhnologii [Innovative networks as an instrument of international transfer of high technologies]. *Transformatsiini protsesy ekonomichnoi systemy v umovakh suchasnykh vyklykiv: monohrafiia* [Transformational processes of the economic system in the face of modern challenges: monograph]. For total. ed. V.I. Grinchutsky. Ternopil: Step, pp. 82–90.

3. Dynkin A.A. (2001) *Innovatsionnaya ekonomika*. [Innovative economy]. Moscow: Nauka. (in Russian)

4. Shevchenko L.S., Gritsenko O.A., Makukha S.M. and others (2009) *Ekonomichna bezpeka derzhavy: sutnist ta napriamy formuvannia: monohrafiia* [Economic security of the state: essence and directions of formation: monograph]. Kharkiv: Right. (in Ukrainian)

5. Kalyuzhny I.L., Mitus V.A. (2009) Modeli innovatsionnogo processa: dostoinstva, nedostatki i osobennosti formirovaniya [Models of the innovation process: advantages, disadvantages and features of formation] *Bulletin of SevNTU*. no. 98: Economics and Finance: Coll. Sciences. Sevastopol Ave., Issue of SevNTU, pp. 98–102.

6. Chinese companies lead in terms of growth in innovation costs [Kitajskie kompanii lideruyut po tempam rosta rashodov na innovatsii] PwC. XINHUA News. 04/12/2019. Available at: http://russian.news.cn/2019-02/10/c_137810475.htm (accessed 12 April 2019).

7. Kovtun G.I. (2019) Systemni aspekty pidvyshchennia efektyvnosti natsionalnoi innovatsiinoi systemy [Systematic aspects of increasing the efficiency of the national innovation system]. *Stratehichne upravlinnia systemnoiu stiikistiu natsionalnoi innovatsiinoi systemy: kolektyvna monohrafiia* [Strategic Management of the Systemic Stability of the National Innovation System: A Collective Monograph]. Ed. prof. Prokopenko O.V., Assoc. Omelyanenko V.A. Sumy: Tritoria. pp. 132–143.

8. Lysenko V.S., Egorov S.O. (2008) Peredumovy ta metodolohichni osnovy stvorennia i rozvytku v Ukraini merezhi transferu tekhnologii [Prerequisites and methodological bases of creation and development in Ukraine of technology transfer network]. *Mathematical Machines and Systems*, no. 1, pp. 46–51. Available at: http://www.immsp.kiev.ua/publications/articles/2010/2010_1/01_2010_Lisenko.pdf (accessed 21 November 2019).

9. Lysenko V.S., Egorov S.O. (2010) Pobudovav Ukraini natsionalnoi innovatsiinoi merezhi u sferi transferu tekhnologii [Building a national innovation network in technology transfer in Ukraine] *Mathematical Machines and Systems*. no. 1. pp. 122–126. Available at: http://www.immsp.kiev.ua/publications/articles/2010/2010_1/01_2010_Lisenko.pdf (accessed 21 November 2019).
10. Lysenko V.S., Egorov S.O., Gritsay A.Ya., Rudnitskiy E.A. (2013) Dosvid stvorennia v Ukraini natsionalnoi intehrovanoi systemy transferu tekhnologii [Experience in the creation of a national integrated technology transfer system in Ukraine]. *Mathematical Machines and Systems*. no. 1. pp. 75–82. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/MMS_2013_1_11 (accessed 3 December 2019).
11. Melen O.V. (2013) Doslidzhennia ta analiz rozvytku modelei innovatsiinoho protsesu na promyslovyykh pidpriemstvakh [Research and analysis of development of models of innovative process at industrial enterprises]. *Bulletin of the Zhytomyr State Technological University*. Avg.: Economic sciences. no. 1, pp. 287–290. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2013_1_67 (accessed 3 December 2019).
12. Omelyanenko V.A. (2014) Analiz teoretychnykh osnov optymizatsii portfelia vysokyykh tekhnologii [Analysis of theoretical fundamentals of high technology portfolio optimization]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriya «Menedzhment innovatsii»*, Vol. 22, no. 10/3, pp. 53–61.
13. Omelyanenko V.A. (2016) Naukovo-metodychny pidkhid do analitychnoho zabezpechennia proektiv rozvytku tekhnolohichnykh system [Scientific and methodical approach to analytical support of technological systems development projects]. *Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnyctva*, no. 2(58), pp. 18–25.
14. Oppenlander K. (1981) *Tekhnicheskij progress: vozdejstvie, ochenki, rezultaty* [Technological progress: impact, estimates, results]. Moscow: Economics.
15. Perederiy K. (2015) Kak postroyt v Ukraine ekonomiku ynnovatsyi [How to build an innovation economy in Ukraine] April 29, Available at: <https://delo.ua/business/kak-postroit-v-ukraine-ekonomiku-innovacij-295863> (accessed 12 March 2019).
16. Pyatnytska G.T. (2013) Innovatsiinyi rozvytok orhanizatsii: nevidiemni skladovi ta chynnyky vplyvu [Innovative development of organizations: integral components and factors of influence]. *Marketing and management of innovations*. no. 3, pp. 251–263.
17. Pisarenko T.V., Kvasha T.K. and others. (2018) *Stan innovatsiinoi diialnosti ta diialnosti u sferi transferu tekhnologii v Ukraini u 2017 rotsi: analitychna dovidka* [State of innovation and technology transfer activities in Ukraine in 2017: analytical report]. Kiev: UKRINTEI. (in Ukrainian). Available at: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologij/monitoring-prioritet/stan-id-2017-f.pdf> (accessed 07 December 2019).
18. Tovarna struktura zovnishnoi torhivli za 9 misiatsiv 2019 roku [Foreign Trade Commodity Structure for 9 Months 2019] Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zd/tsztt/tsztt_u/tsztt0919_u.htm (accessed 3 December 2019).
19. Haustov V.K. (2012) Transfer tekhnologii v innovatsiinykh protsesakh Ukrainy ta Bilorusi [Technology transfer in the innovation processes of Ukraine and Belarus]. *Economy and forecasting*, no. 2, pp. 24–34. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2012_2_4 (accessed 21 November 2019).
20. Haustov V.K. (2014) Innovatsiinyi potentsial strukturykh zrushen v Ukraini [Innovative potential of structural shifts in Ukraine]. *Economy and forecasting*, no. 2, pp. 85–93. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2014_2_9 (accessed 21 November 2019).
21. Bloomberg 2019 Innovation Index Available at: <https://mastic.mestec.gov.my/statistic/international-ranking/bloomberg-innovation-index> (accessed 04 December 2019).
22. Freeman C. (1987) Technical Innovation, Diffusion, and Long Cycles of Economic Development. *The Long-Wave Debate*. Ed. by T. Vasko, Berlin: Springer-Verlag. pp. 295–309.
23. Global Innovation Index (2019) Creating Healthy Lives—The Future of Medical Innovation. Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization, Available at: <https://www.globalinnovationindex.ciiinnovation.in/global-innovation-index-2019-report.pdf> (accessed 21 November 2019).
24. Kline S.J., Rosenberg N. (1986) An overview of innovation / The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth / edited by Landau R. & Rosenberg N. Washington : National Academy Press.
25. Kodama F. (1995) Emerging patterns of innovation: Sources of Japan's Technological Edge. *Managment of Innovation and Change*. Boston: Harvard Business School Press.
26. Prokopenko O., Omelyanenko V., Ossik Yu. (eds.) (2018) National Security & Innovation Activities: Methodology, Policy and Practice: monograph. Ruda Śląska: Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium.
27. Rothwell R. (1994) Towards the fifth-generation innovation process // *International Marketing Review*. Vol. 11. no. 1, pp. 7–31.

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF CULTURAL AND COGNITIVE TOURISM IN UKRAINE

УДК 379.85

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-13>

Радіонова О.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
і готельного господарства
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Добрянська А.Ю.

магістрантка
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Radionova Olha

O.M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv

Dobryanska Anastasiya

O.M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv

Сьогодні серед основних напрямів розвитку туризму виділяється культурно-пізнавальний, що базується на розумінні важливої ролі культурної та пізнавальної діяльності, на визнанні необхідності створення умов для реалізації культурних потреб людини в пізнанні історії, релігії, традицій, особливостей способу і стилю життя. У статті проведено аналіз розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні. Встановлено, що наша країна має значний потенціал для розвитку в'їзного і внутрішнього культурно-пізнавального туризму, що зумовлено, насамперед, значною кількістю унікальних історичних та культурних пам'яток. Визначено, що на території нашої країни зосереджена велика кількість музеїв, театрів, пам'яток археології, історії, монументального мистецтва, архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва. Проте сьогодні вони залучаються до туристичної галузі безсистемно, а їхня пізнавальна функція зводиться до мінімуму. Так, серед 418 пам'яток археології національного значення лише 54 використовуються як туристичні об'єкти; зі 147 пам'яток історії національного значення туристичними об'єктами є 98; із 45 пам'яток монументального мистецтва національного значення в туристичній інфраструктурі представлено лише 28.

Ключові слова: культурно-пізнавальний туризм, туристичні об'єкти, історико-культурні пам'ятки, туристична інфраструктура, мистецтво.

Сегодня среди основных направлений развития туризма выделяется культурно-

познавательный, основанный на понимании важной роли культурной и познавательной деятельности, на признании необходимости создания условий для реализации культурных потребностей человека в познании истории, религии, традиций, особенностей образа и стиля жизни. В статье проведен анализ развития культурно-познавательного туризма в Украине. Установлено, что наша страна имеет значительный потенциал для развития въездного и внутреннего культурно-познавательного туризма, что обусловлено, прежде всего, значительным количеством уникальных исторических и культурных памятников. Определено, что на территории нашей страны сосредоточено большое количество музеев, театров, памятников археологии, истории, монументального искусства, архитектуры, градостроительства, садово-паркового искусства. Однако сегодня они привлекаются к туристической отрасли бессистемно, а их познавательная функция сводится к минимуму. Так, среди 418 памятников археологии национального значения лишь 54 используются как туристические объекты; из 147 памятников истории национального значения туристическими объектами являются 98; из 45 памятников монументального искусства национального значения в туристической инфраструктуре представлено только 28.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, туристические объекты, историко-культурные памятники, туристическая инфраструктура, искусство.

In today's context, Ukraine is facing the challenge of creating a highly profitable and efficient tourism sector based on its own tourism resources, taking into account the latest global trends. Currently, among the main areas of tourism development, stands out cultural and cognitive, based on understanding the important role of cultural and cognitive activities, the recognition of the need to create conditions for the realization of cultural needs of man in the knowledge of history, religion, traditions, features of the way and lifestyle. The article analyzes the development of cultural and cognitive tourism in Ukraine. It is established that our country has considerable potential for the development of inbound and inland cultural and educational tourism, which is caused first of all by a large number of unique historical and cultural monuments. It is determined that a large number of museums, theaters, archeology, history, monumental art, architecture, town planning, landscape gardening art are concentrated in our country. However, today they are involved in the tourism industry haphazardly, and their cognitive function is minimized. Thus, of the 418 monuments of archeology of national importance, only 54 are used as tourist sites, of the 147 monuments of national importance, 98 are tourist sites, of which 45 are monuments of national importance in the tourist infrastructure. Ukraine has cultural heritage of world importance. But the weakness of the organization, in some cases the lack of knowledge of guides, the lack of proper infrastructure lead to a decrease in the number of foreign and domestic tourists wishing to visit the cultural landscapes of Ukraine. Applying to the scientific foundations of cultural tourism creates the basis for change for the better. In the system of tourist activities, cultural and cognitive tourism occupies a special place, since it contributes most to the development of the inner world of man, widening horizons, gives an opportunity to get acquainted with representatives of different cultures, with the national heritage of different peoples. It is cultural and cognitive tourism that promotes the manifestation of ethnocultural identity and individuality and influences almost all spheres of human activity.

Key words: cultural and educational tourism, tourist sites, historical and cultural sites, tourist infrastructure, art.

Постановка проблеми. У сучасних умовах перед Україною стоїть завдання створення високоприбуткової та ефективної сфери туризму на базі власних туристичних ресурсів з урахуванням новітніх світових тенденцій. Сьогодні серед основних напрямів розвитку туризму виділяється культурно-пізнавальний, що базується на розумінні важливої ролі культурної та пізнавальної діяльності, на визнанні необхідності створення умов для реалізації культурних потреб людини в пізнанні історії, релігії, традицій, особливостей способу і стилю життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Окремі аспекти дослідження розвитку культурно-пізнавального туризму висвітлено в працях таких учених як: О.О. Бейдик, О.О. Любіцева, С.В. Панкова, В.І. Стафійчук, Л.Д. Божко, І.В. Давиденко, В.С. Кравців [2-6] та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні; розгляд кількості об'єктів інфраструктури культурно-пізнавального туризму за період 2010–2018 рр.; визначення складників історико-

культурної спадщини, що залучається до туристичної галузі, та їхньої питомої ваги.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Для громадян усього світу культурно-пізнавальний туризм – це приваблива сфера прямого спілкування, імпульс до взаємозбагачення, взаємоповаги через культурну активність людей за допомогою подорожей.

Саме пізнавальний туризм повинен стати важелем розвитку всієї туристичної сфери. Сьогодні найбільша кількість туристів подорожує з метою дозвілля та відпочинку (рис. 1).

Для підвищення ефективності розвитку туризму в Україні необхідне впровадження інновацій за такими напрямками: аналіз культурної спадщини; впровадження розважальних елементів під час організації пізнавальних турів; інноваційний розвиток готельної інфраструктури; створення тематичних парків. Динаміку кількості об'єктів інфраструктури для розвитку культурно-пізнавального туризму показано в табл. 1 [2].

Аналізуючи показники кількості об'єктів інфраструктури за період 2010–2018 рр., варто відзначити негативну динаміку кількості театрів – зі 140 у 2010 р. до 113 од. у 2018 р. Спостерігається негативна динаміка відвідувачів – із 6,6 млн. осіб у 2010 р. до 6,4 млн. осіб у 2018 р. (рис. 2) [2].

Спад попиту на театральне мистецтво пояснюється, з одного боку, недостатнім державним фінансуванням культури і зростанням цін на послуги у сфері культури, які стали недоступними для багатьох груп населення, а з іншого – політичними та ідеологічними причинами. Скорочення відвідувачів театру за збільшення кількості вистав зумовлено збільшенням числа заходів на малих майданчиках. Поява «малих сцен» в подальшому може отримати велике поширення, що визначається зміною культурної парадигми і відповідає загальносвітовим тенденціям.

В Україні в 2018 р. працювало 590 музеїв, що на 16 більше, ніж у 2017 р., та на 44 більше, ніж у 2010 р. Статус національного мали 48 музеїв. У музеях України зберігається 12,5 млн. експонатів основного фонду, у тому числі 12 млн., або 96%, належать до державної частини Музейного фонду України. На виставках та експозиціях музеїв 22,4 млн. відвідувачів мали можливість ознайомитися з 1,5 млн. експонатів, що становить 12,1% від загальної кількості предметів основного фонду.

Культурно-пізнавальний туризм – провідна ланка розвитку туризму. Значними культурними хореографічними центрами України є міста Кривий Ріг, Мелітополь, Бердянськ. Театральне мистецтво зосереджено в Тернополі, Києві, Харкові.

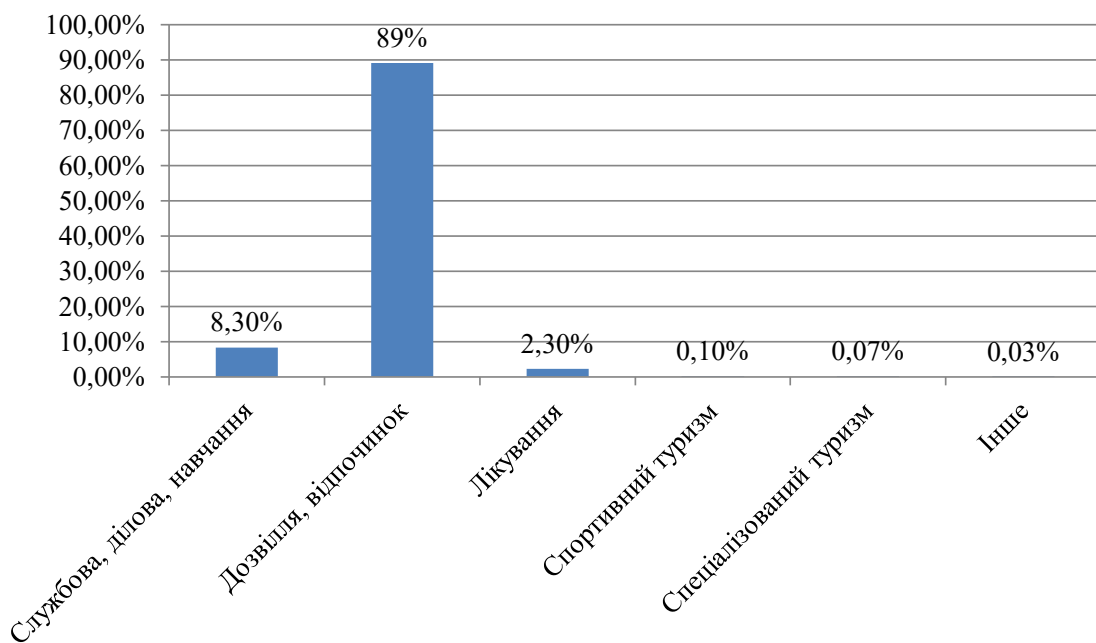


Рис. 1. Розподіл туристів за метою поїздки

Таблиця 1

Об'єкти інфраструктури для розвитку культурно-пізнавального туризму

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Абсолютна різниця		Темп росту
										18/17	18/10	18/10
Кількість театрів	140	133	132	133	113	113	112	113	113	1	-26	81
Кількість концертних організацій	83	82	88	85	73	73	76	76	78	2	-5	93
Кількість музеїв	546	570	592	608	543	564	576	574	590	16	44	108

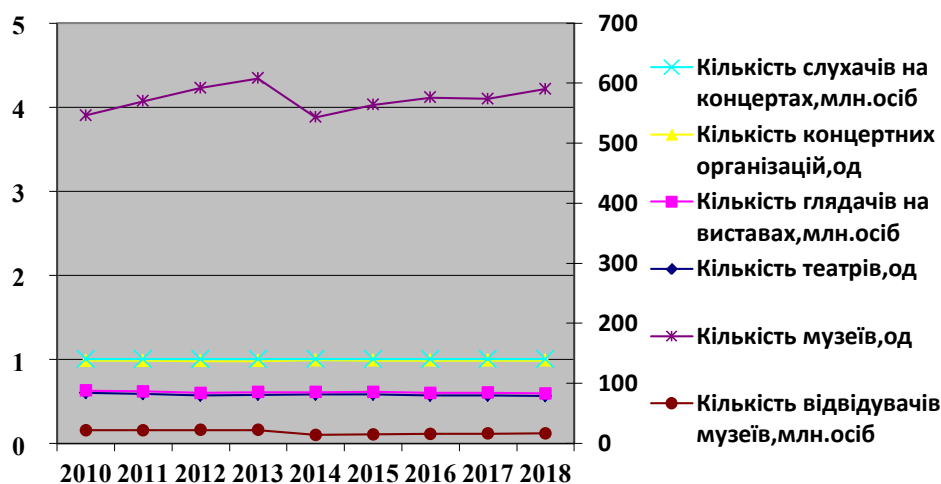


Рис. 2. Динаміка кількості об'єктів інфраструктури

Приваблюють туристів й осередки музичного мистецтва, зокрема Рівне, Житомир, Херсон, Одеса, Львів. У всі часи Закарпаття славилася декоративно-прикладним та образотворчим мистецтвом (рис. 3) [9, с. 1].

Україна має значний потенціал для розвитку в'їзного і внутрішнього культурно-пізнавального туризму, що зумовлено, насамперед, значною кількістю унікальних історичних та культурних пам'яток. Західна Україна входить до п'ятірки найбільш привабливих та популярних туристично-рекреаційних регіонів України. З огляду на складне історичне минуле та багатовікове співіснування

багатьох народів і релігій, Україна володіє значним культурним та туристичним потенціалом.

На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тис пам'яток, із них: 57 206 – пам'ятки археології (418 з яких національного значення);

51 364 – пам'ятки історії (147);

5926 – пам'ятки монументального мистецтва (45);

16 293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3541) (рис. 4).

Сьогодні не розроблено методологічних аспектів аналізу функціонування пам'яток історії та культури екскурсійного туристичного об'єкта. Внаслідок

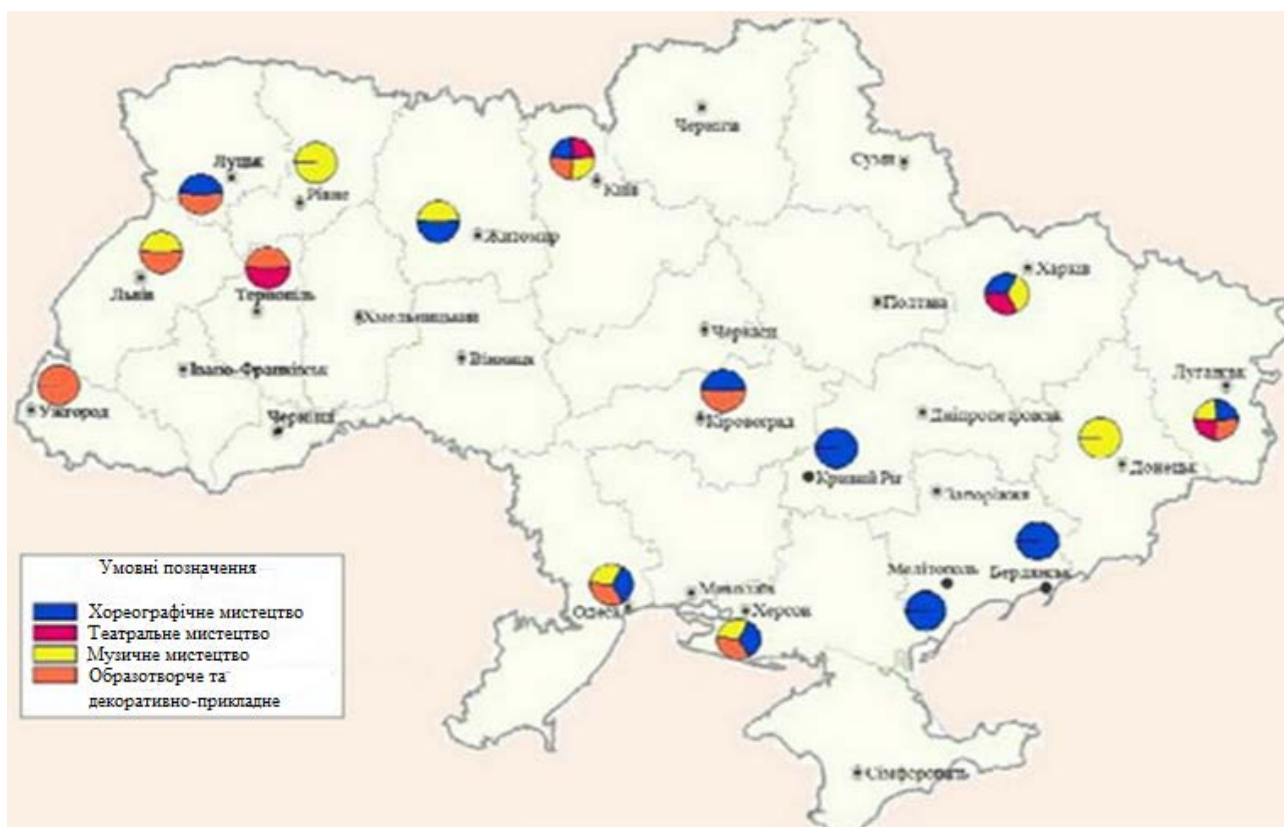


Рис. 3. Туристичні осередки розвитку мистецтва в Україні

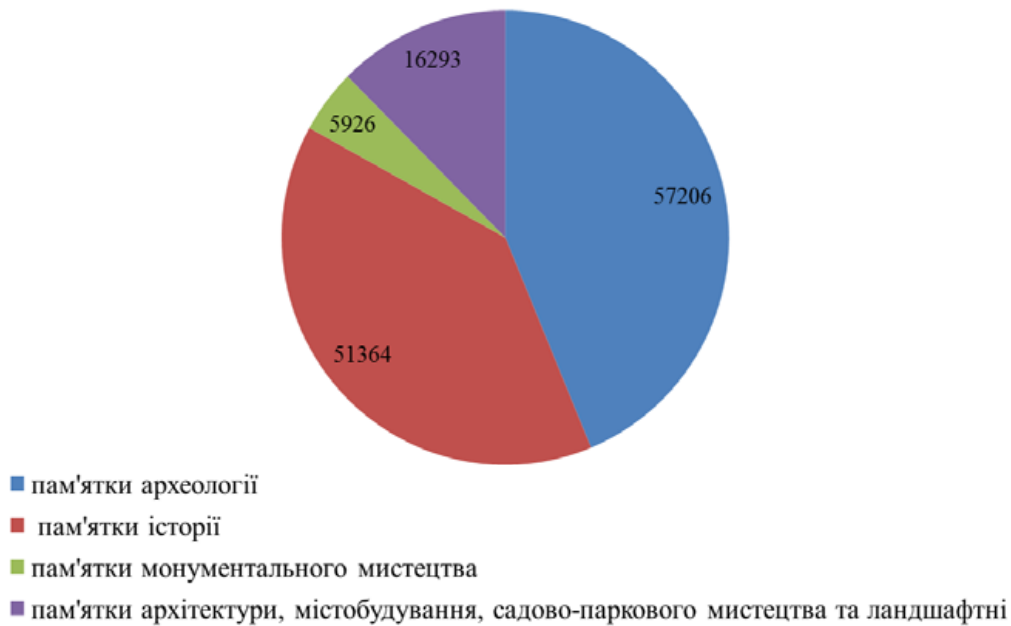


Рис. 4. Кількість пам'яток на державному обліку в Україні

Джерело: [2]

цього складники історико-культурної спадщини залучаються до туристичної галузі безсистемно, а їх пізнавальна функція зводиться до мінімуму. Так, серед 418 пам'яток археології національного значення лише 54 використовуються як туристичні об'єкти; зі 147 пам'яток історії національного значення туристичними об'єктами є 98 (рис. 5).

Із 45 пам'яток монументального мистецтва національного значення в туристичній інфраструктурі представлено 28 (рис. 6).

В Україні функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 з яких мають статус національних. У Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО: Софійський собор з архітектурним ансамблем, Києво-Печерська Лавра в м. Києві, історичний центр у Львові (рис. 7).

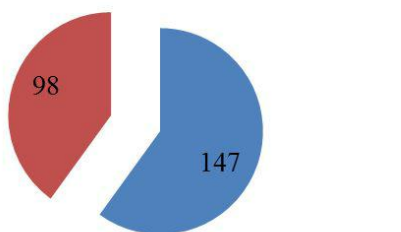
Утім, варто відзначити, що до 70% об'єктів культурної спадщини перебувають у незадовільному стані (кожен десятий об'єкт – в аварійному)

та потребують проведення робіт із реставрації або реконструкції, облаштування для туристичних відвідувань [7, с. 4].

Усе це не сприяє розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні, і нині у цій царині фіксується спад. Для подолання кризи необхідне об'єднання зусиль працівників сфери науки туризмології, культури та менеджерів туризму.

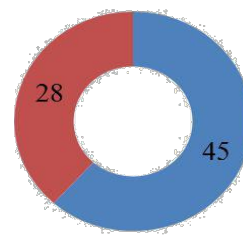
В Україні є пам'ятки культури світового значення. Але слабкість організації, іноді неосвіченість гідів, відсутність належної інфраструктури призводять до зменшення чисельності іноземних і вітчизняних туристів, що бажають відвідати культурні ландшафти України. Звернення до наукових засад культурного туризму створює базу для змін на краще.

Також слід відзначити, що нині в законодавстві не враховуються завдання, пов'язані з ефективним використанням історичного й



■ Пам'ятки історії національного значення
■ Використовуються як туристичні об'єкти

Рис. 5. Питова вага пам'яток історії національного значення, що використовуються як туристичні об'єкти (одиниць)



■ Пам'ятки монументального мистецтва національного значення
■ Використовуються як туристичні об'єкти

Рис. 6. Питова вага пам'яток монументального мистецтва національного значення, що використовуються як туристичні об'єкти (одиниць)



Рис. 7. Об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Україні

Джерело: [7]

культурного потенціалу країни для поліпшення якості національного туристичного продукту.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз показав, що Україна має значний потенціал для розвитку культурно-пізнавального туризму. На території нашої країни зосереджена велика кількість музеїв, театрів, пам'яток археології, історії, монументального мистецтва, архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва. Проте сьогодні вони використовуються не повною мірою для розвитку туризму, що актуалізує подальші дослідження даного питання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ангелко І.Н. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Український соціум*. 2014. № 2(49). С. 71–79.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ : Київ. ун-т, 2011, 95 с.
3. Божко Л.Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України. *Культура України*. 2011. Вип. 32. С. 36–39.
4. Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи. *Економіка і прогнозування*. 2011. С. 104.
5. Галасюк С.С. Культурно-історична спадщина як основна складова розвитку культурного туризму в Україні. 2007. № 2. 248 с.

6. Давиденко І.В. Культурно-історична спадщина як основна складова розвитку культурного туризму в Україні. 2017. 20. с.

7. Державна служба статистики України. Київ, 2018. URL: <http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 22.11.2019).

8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги-XXI, 2003. С. 298–300.

9. Рутинський М.Й. Замковий туризм в Україні. *Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження* : навчальний посібник. Київ : Центр учбової л-ри, 2007. 432 с.

10. Кравців В.С., Копач М.В., Гринів Л.С. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Київ : ІРД НАН України, 1999. 78 с.

11. Любіцева О.О., Панкова С.В. Туристичні ресурси України. Київ : Альтерпрес, 2007. 369 с.

REFERENCES:

1. Angelko I.N. (2014) Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku turystychnoyi haluzi v Ukraini: Ukrayins'kyu sotsium [The current state and prospects of tourism industry development in Ukraine]. no. 2(49), pp. 71–79.
2. Badik O.O. (2011) Rekreatsinyo-turyst-s'ki resursy Ukrainy: metodolohiya ta metodyka analizu, terminolohiya, rayonuvannya [Recreational tourism resources of Ukraine: methodology and methodology of analysis, terminology, zoning]. Kyiv. Univ.

3. Bozhko L.D. (2011) Kul'turnyy turizm yak vazhlyvyy chynnyk sotsial'no-kul'turnoho rozvytku rehioniv Ukrayiny [Cultural tourism as an important factor in the socio-cultural development of the regions of Ukraine] : Culture of Ukraine. no. 32, pp. 36–39.
4. Bondarenko M.P. (2011) Turystychnyy sektor ekonomiky Ukrayiny: realiyi ta perspektyvy: ekonomika i prohnouzuvannya [The tourist sector of Ukrainian economy: realities and prospects]. Economics and forecasting.
5. Galasyuk S.S. (2016) Kul'turno-istorychna spadshchyna yak osnovna skladova rozvytku kul'turnoho turyzmu v Ukrayini [Organization of tourist trips and excursions] no. 2.
6. Davydenko I.V. (2017) [Cultural and historical heritage as the main component of the development of cultural tourism in Ukraine] The global competitive environment: development of modern social and economic systems. P. 20.
7. State Statistics Service of Ukraine. Kyiv, (2018) Available at: <http://ukrstat.gov.ua>. (accessed 22 November 2019).
8. Kifyak V.F. (2008) Orhanizatsiya turystychnoyi diyal'nosti v Ukrayini [Organization of tourist activity in Ukraine] Chernivtsi: Books-XXI. pp. 298–300.
9. Rutinsky M.Y. (2017) Zamkovyy turizm v Ukrayini. Heohrafiya pam'yatokfortyfikatsiynoho zodchestva ta perspektyvy yikh turystychnoho vidrodzhennya [Castle tourism in Ukraine. The geography of the memory of the architecture of the architecture and the perspectives of tourist tourism]: K.: Center for Education.
10. Kravtsov V.S. Kopach M.V. Hryniv L.S. (1999) Naukovo-metodychni zasady reformuvannya rekreatsinyoyi sfery [Scientific and methodological foundations of the reformation of the recreational sphere: scientific review]. L.: NAS of Ukraine: IRD NAS of Ukraine.
11. Lyubitseva O.O., Pankova S.V. (2007) Turystychni resursy Ukrayiny [Tourist Resources of Ukraine]. K.: Aljterpres. (in Ukrainian)

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

THE STATE AND PROSPECTS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE AGRARIAN ECONOMY SECTOR

У статті досліджено тенденції впровадження інновацій в аграрний сектор економіки України. Визначено потенційні можливості для успішного проведення інноваційної діяльності. Розглянуто причини й наслідки зниження активності інноваційних процесів агропромислового сектору в умовах трансформації економіки та реформування аграрних відносин. Показано зростання впливу різноманітних чинників на процес інноваційних перетворень в агропромисловому комплексі. Критично розглянуто та спростовано поширену в багатьох дослідженнях тезу про неможливість структурних перетворень та розвиток науково-технічного прогресу в аграрних підприємствах в умовах кризи. Зроблено висновок, обґрунтовано невідворотність запровадження інновацій у сільськогосподарських підприємствах. Агропромисловий комплекс на тлі більшості інших галузей економіки розвивається відносно швидкими темпами. Минулого року рекордні об'єми показав експорт сільськогосподарської продукції. Проте подальший розвиток АПК залежить від вирішення проблем модернізації агропромислового комплексу та забезпечення його конкурентоспроможності на світовому ринку.

Ключові слова: аграрні підприємства, інноваційний розвиток, аграрний сектор, інновації, інноваційна діяльність, розвиток, аграрний сектор економіки, економічна ефективність.

В статті досліджені тенденції впровадження інновацій в аграрний сектор економіки України. Определены потенциальные возможности для успешного проведения инновационной деятельности. Рассмотрены причины и последствия снижения активности инновационных процессов агропромышленного сектора в условиях трансформации экономики и реформирования аграрных отношений. Показан рост влияния разнообразных факторов на процесс инновационных превращений в агропромышленном комплексе. Критически рассмотрен и опровергнут распространенный во многих исследованиях тезис о невозможности структурных превращений и развитии научно-технического прогресса в аграрных предприятиях в условиях кризиса. Сделан вывод, обоснована неотвратимость внедрения инноваций в сельскохозяйственных предприятиях. Агропромышленный комплекс на фоне большинства других отраслей экономики развивается относительно быстрыми темпами. В прошлом году рекордные объемы показал экспорт сельскохозяйственной продукции. Однако дальнейшее развитие АПК зависит от решения проблем модернизации агропромышленного комплекса и обеспечения его конкурентоспособности на мировом рынке.

Ключевые слова: аграрные предприятия, инновационное развитие, аграрный сектор, инновации, инновационная деятельность, развитие, аграрный сектор экономики, экономическая эффективность.

УДК 330.31

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-14>

Радченко О.П.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри управління
та інновацій

Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова

Карадобрі Т.В.

студентка
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова

Radchenko Oleksander

Odessa I.I. Mechnikov National University

Karadobri Tatyana

Odessa I.I. Mechnikov National University

The article explores the trends of innovation in the agricultural sector of Ukraine. Potential opportunities for successful implementation of innovative activities are identified. Considered of causes and effects of decline of activity of innovative processes agro industrial to the sector in the conditions of transformation of economy and reformation of agrarian relations. The increase of influence of various factors is shown on the process of innovative transformations to the agro industrial complex. Critically of examined is widespread in many researches of thesis about impossibility of structural transformations and development of scientific and technical progress in agrarian enterprises in the conditions of crisis. Drawn of conclusion and reasonably inevitability of input of innovations at agricultural enterprises. However, in order for Ukraine to adhere to global trends and the pace of global transformations in its development, a strategic decision-making system should be created as soon as possible, allowing us to use the advantages of globalization as a means of solving the problems of all mankind and at the same time responds to specific challenges for Ukraine. AT in particular, the creation of an effective system of strategic (long-term) forecasting and planning; coordination of strategic plans with financial, human and material resources; coordination of reforms in the country; orientation in your own not only about progress in relation to the starting position, but also about the vision of the future model global peace; wide involvement of the public and stakeholders in the discussion of draft strategic documents and adoption take into account your position; creation of institutions, mechanisms and tools for the practical implementation of strategic documents. The introduction of innovations should be a priority for agricultural enterprises, as in depletion of resources, the world is increasingly looking for ways to use them more effectively while maintaining environment. It is to solve these problems that innovation in the agricultural sector should be directed.

Key words: agricultural enterprises, innovative development, agricultural sector, innovation, innovative activity, development, agricultural sector of the economy, economic efficiency.

Постановка проблеми. На думку більшості експертів, сприятливий клімат, родюча земля, працьовиті люди є тими факторами, які залишаються важливими для успішного розвитку аграрної сфери, але ці чинники вже давно не є головними.

Сьогодні ефективність розвитку аграрного сектору національної економіки залежить перш за все від запровадження надсучасних інноваційних технологій в процес виробництва сільськогосподарської продукції, її зберігання, переробки та управління виробничими й організаційними процесами.

Формування інновацій в агропромисловому комплексі відбувається за низкою несприятливих умов (недостатня забезпеченість науковою та освітньою сферою матеріальними та технічними ресурсами, обмежена зацікавленість з боку висококваліфікованих працівників та їх катастрофічний дефіцит). Зараз велика кількість вітчизняних агропідприємств не здатна виготовляти високоякісну та конкурентоспроможну продукцію. Саме це є наслідком негативних явищ, таких як застарілі машинно-тракторні парки, постійне зростання цін

на паливо, недосконала кредитно-фінансова система, законодавча база.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Комплексне дослідження інноваційного розвитку в аграрному секторі економіки держави є предметом численних публікацій. Серед них можна виділити роботи таких учених, як Л.Д. Водянка, В.С. Підгірна, І.М. Антохова [1], О.І. Шаманська [2], С.Ю. Соколюк [3], Л.М. Щуревич [4], О.В. Олійник, І.В. Сідельнікова [5], що приділили багато уваги такому ключовим питанням сучасності, як інновація та інноваційний розвиток.

Поділяючи думку науковців, вважаємо, що вирішення складних стратегічних завдань в аграрному секторі є можливим завдяки використанню інновацій із забезпеченням комплексної взаємодії освіти, науки та досліджень.

Постановка завдання. На основі викладеного матеріалу можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в розкритті економічної сутності інноваційної діяльності в економіці України, вивченні проблем розвитку інноваційної діяльності та процесу впровадження інновацій у сфері сільськогосподарства, становленні конкурентоспроможного аграрного виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Широке застосування інновацій – це найбільш дієвий та ефективний спосіб вирішення гострих соціально-економічних проблем аграрного сектору, які пов'язані з пошуком механізмів підвищення економічних показників діяльності аграрних господарств та забезпечення населення високоякісною сільськогосподарською продукцією. Ця галузь потребує особливої підтримки та постійного розвитку як з боку держави, так і з боку недержавних комерційних організацій. Значною мірою цей розвиток можна забезпечити за допомогою впровадження інновацій на всіх стадіях виробництва та управління аграрним сектором.

Саме слово «інновація» іноземного походження (англ. «innovation»); воно може означати нововведення, нову ідею, технологію, управління, засноване на використанні науково-технічного прогресу, передового досвіду.

Інновації АПК – це нова техніка, передові технології, нові сорти рослин, породи тварин, нові добрива й засоби захисту рослин і тварин, нові методи профілактики й лікування тварин, форми організації, фінансування та кредитування виробництва, нові підходи до підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів тощо.

На жаль, інноваційний потенціал АПК в нашій країні використовується лише на 4-5%, тоді як у США цей показник складає 50%. В сучасних умовах у всьому світі інноваційна діяльність розглядається як одна з головних умов модернізації економіки [7]. Традиційні технології виробництва вичерпали можливості як екстенсивного, так й

інтенсивного розвитку. У багатьох країнах сьогодні розвиваються галузі, які активно застосовують інноваційні технології.

Для досягнення сталого розвитку агропромислового комплексу основним джерелом та «локомотивом» має стати стрімкий та невідворотний інноваційний розвиток на основі використання революційних технологій, адаптованих під природно-економічні умови нашої країни. Саме тому сьогодні в умовах інтеграції у світовий економічний простір з високою конкуренцією на перший план виходять розроблення та формування ефективного організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком аграрного сектору, а також пошук оптимальної співпраці між виробниками та споживачами інноваційної продукції.

Інноваційний розвиток аграрної сфери – це перш за все зростання економічних та виробничих показників. Цей процес повинні забезпечувати використання більш досконаліші технології виробництва та переробка сільськогосподарської продукції, виведення та впровадження нових сортів сільськогосподарських культур та порід тварин, прогресивні моделі соціально-економічного розвитку галузі, сучасні моделі інформаційних технологій та їх широке застосування.

В умовах глобалізації процес інновації не в змозі набути певного економічного ефекту лише з технологічним оновленням. Це потребує переходу на використання принципово новітніх технологій та систем управління організацією виробництва в аграрному секторі економіки.

За попередніми результатами досліджень прогнозується, що до 2050 року населення зросте із 7 мільярдів осіб до 9. Натомість площа орних земель, навпаки, скоротиться через розширення мегаполісів та погіршення ґрунтів і кліматичних умов, отже, ці процеси є невідворотними.

Саме тому перед світом уже постає питання про те, як зробити так, щоб отримати більше за здійснення меншої кількості ресурсів. Отже, залишаться лише ті виробники та бізнес, які акцентують увагу на запровадженні енергозберігаючих та економічних інновацій. Агросектор – це потужна сфера економіки України, тому питання про оптимізацію та автоматизацію є досить гострим та актуальним. Україна за площею сільськогосподарських угідь посідає перше місце в Європі, однак досі наявні нестача достовірної інформації з полів, низька автоматизація та слабкий контроль за виробничими процесами, які відбуваються в аграрному секторі економіки.

Україні має всі можливості до впровадження інновацій у виробничий процес. Наша країна має у розпорядженні 30% усього світового чорнозему, тобто такого виду ґрунту, що є дуже родючим та багатим на органічну речовину, яка називається гумусом. Отже, все, що пов'язано із сільськогосподарською галуззю, має величезний потенціал.

Водночас упровадження інновацій та підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва формують нові виклики: галузі потрібно більше кваліфікованих кадрів, одночасно відбувається вивільнення робочих рук, що може привести до зростання безробіття й відтоку населення, а це негативно вплине на стан соціальної сфери аграрного сектору.

В Україні є потенційні можливості для інноваційної діяльності, але для впровадження цього потрібні:

- стабільна економічна ситуація в країні для того, щоби залучити інвестиції в аграрний сектор;
- заохочення підприємств, які орієнтуються на створенні інноваційного продукту, шляхом надання пільг;

- мотивування фінансово-кредитних установ, тобто надання кредиту підприємствам, які орієнтуються на інноваційну діяльність.

Факторами, які стримують інноваційний розвиток аграрного сектору, є такі:

- відсутність вільного ринку землі (всі сільськогосподарські виробники орендують землі й не володіють земельними ділянками, що породжує їх небажання інвестувати в інноваційні проєкти);

- нестача кваліфікованих кадрів, які розроблюють алгоритм упровадження інноваційних технологій;

- ментальне несприйняття більшості управлінців невідворотності інноваційної перебудови всього виробничого та організаційного комплексу.

Інновації в українському сільському господарстві («Agtech») сьогодні використовують не більше 5–10% компаній, переважно компанії холдингового типу, що мають потужну матеріально-технічну базу та необмежений доступ до фінансових ресурсів. Проте кожного року на поля виїжджає все більша кількість високотехнологічних агрегатів, які обладнані GPS-навігацією.

Інноваційні технології працюють перш за все з інформаційним середовищем. Їх головними завданнями є збирання та аналізування даних, моніторинг різних процесів виробничого циклу у сільському господарстві.

За останні 4 роки розвиток інноваційних технологій швидко прискорився. Багато інноваційних проєктів вже використовуються в роботі українських підприємств.

Одним із найважливіших елементів діяльності аграрних підприємств має стати розроблення його інноваційної політики, яка міститиме важливі стратегічні й тактичні аспекти.

Державна підтримка інноваційної діяльності представлена Розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року» від 10 липня 2019 року № 526-р, що складі містить стратегічні завдання щодо цілей в аграрному секторі як підструктури агропромислового комплексу.

Як зазначено в документі, провідним місцем економічного зростання може бути аграрний сектор економіки, що має дуже високий потенціал, який має стати провідним імпульсом до економічного зростання та посприяти розвитку всіх сфер економіки, зокрема промислового та аграрного секторів.

Не менш важливими перспективами інноваційного розвитку мають стати увага до інтелектуальної праці, що прямо залежить від соціального розвитку, та природні ресурси, кількість і якість яких є похідними величинами від екологічного розвитку країни.

Загальна характеристика структури фінансування інноваційної діяльності в Україні дає чітке уявлення про суттєві диспропорції між сумами власних коштів та коштів державного бюджету (табл. 1).

Наведені розрахунки унаочнюють неналежний стан державного фінансування інноваційної діяльності в Україні, що знижує ймовірність та якість позитивних результатів інноваційного розвитку.

Це пов'язано з деякими чинниками, стримуючими розвиток інноваційної діяльності в АПК. Збільшення розмірів матеріальної підтримки прикладних НДР невелике й не відповідає інноваційній моделі розвитку аграрного сектору економіки.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити висновок, що за допомогою інновацій підприємства АПК мають можливість стати лідерами в конкурентній

Таблиця 1

Джерела фінансування інноваційної діяльності АПК України

Рік	Витрати на інновації, млн. грн.	Зокрема, за рахунок коштів			
		власних	державного бюджету	інвесторів-нерезидентів	інших джерел
2010	8 045,5	4 775,2	87,0	2 411,4	771,9
2011	14 333,9	7 585,6	149,2	56,9	6 542,2
2012	11 480,6	7 335,9	224,3	994,8	2 925,6
2013	9 562,6	6 973,4	24,7	1 253,2	1 311,3
2014	7 695,9	6 540,3	344,1	138,7	672,8
2015	13 813,7	13 427,0	55,1	58,6	273,0
2016	23 229,5	22 036,0	179,0	23,4	991,1
2017	9 117,5	7 704,1	227,3	107,8	1 078,3
2018	12 180,1	10 742,0	639,1	107,0	692,0

Джерело: [6]

боротьбі, однак досягнення цієї мети є можливим лише за умови успішного функціонування всіх складових системи розвитку аграрного сектору економіки, ключовим компонентом якої є інноваційно орієнтований розвиток.

Впровадження інновацій має бути пріоритетним напрямом діяльності підприємств аграрного сектору, тому що в умовах вичерпності ресурсів світ дедалі частіше шукає способи ефективніше їх використовувати, зберігаючи екологію. Саме на вирішення цих проблем повинні бути спрямовані інновації аграрного сектору.

Впровадження інновацій в агропромисловий комплекс відбувається поступово, адже для того, щоби фермери переконалися в їх користі, потрібен час. Зараз інвестиції здійснюють переважно великі компанії, однак незабаром такі інновації стануть доступнішими й поширяться на середній і малий бізнес.

Основу української інноваційної конкурентоспроможності мають скласти людський капітал, знання та результати наукових досліджень. Їх ефективне використання в Україні з можливістю виходу на світові ринки сприятиме розвитку держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Водянка Л.Д., Підгірна В.С., Антохова І.М. Тенденції впровадження інновацій в аграрному секторі економіки України. *АГРОСВІТ*. 2019. Вип.8. С. 26–32.
2. Шаманська О.І. Формування системи інноваційно-орієнтованого розвитку аграрних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід. Серія «Економічна наука»*. 2019. Вип. 19. С. 17–23.
3. Соколюк С.Ю. Сучасне інноваційне середовище розвитку підприємств аграрного сектору економіки. *АГРОСВІТ*. 2019. Вип. 6. С. 49–54.
4. Щуревич Л.М. Інноваційні перспективи в розвитку аграрного сектору в Україні. *Інвестиції: практика та досвід. Серія «Державне управління»*. 2018. Вип. 10. С. 101–105.
5. Олійник О.В., Сідельнікова І.В. Агроінноваційна діяльність як ключовий чинник економічного зростання. *Збірник наукових праць Харківського*

національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка». 2018. Вип. 18. С. 51–61.

6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.10.2019).

7. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/526-2019-%D1%80> (дата звернення: 21.10.2019).

REFERENCES:

1. Vodyanka L.D., Pidgirna V.S., Antokhova I.M. (2019) Tendentsiyi vprovadzhennya innovatsiy v ahrarnomu sektori ekonomiky Ukrainy [Tendency of introduction of innovations in the agrarian sector of economy of Ukraine]. *AGROSVIT*, vol. 8, pp. 26–32.
2. Shamanska O.I. (2019) Formuvannya systemy innovatsiyno-oriyentovanoho rozvytku ahrarnykh pidpryyemstv [Forming of the system of the innovative-oriented development of agrarian enterprises]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid. Seriya "Ekonomichna nauka"*, vol. 19, pp. 17–23.
3. Sokolyuk S.Yu. (2019) Suchasne innovatsiysne seredovyshe rozvytku pidpryyemstv ahrarnoho sektoru ekonomiky [Modern innovative environment of development of enterprises agrarian to the sector of economy]. *AGROSVIT*, vol. 6, pp. 49–54.
4. Shchurevich L.M. (2018) Innovatsiyni perspektivyy v rozvytku ahrarnoho sektoru v Ukrayini [Development agrarian to the sector has innovative prospects in Ukraine]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid. Seriya "Derzhavne upravlinnya"*, vol. 10, pp. 101–105.
5. Oliinik O.V., Sidelnikova I.V. (2018) Ahroinnovatsiynna diyalnist yak klyuchovyy chynnyk ekonomichnoho zrostannya [Agro-innovation as a key driver of economic growth]. *Zbirnik naukovikh prats Kharkivskogo natsionalnogo pedagogichnogo universitetu imeni G.S. Skovorodi "Ekonomika"*, vol. 18, pp. 51–61.
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] (2019). Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 11 October 2019).
7. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy "Pro skhvalennia Stratehii rozvytku sfery innovatsiinoi diialnosti na period do 2030 roku" [Main page of "Legislation of Ukraine"] (2019) Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/526-2019-%D1%80> (accessed 21 October 2019).

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ

CURRENT SITUATION AND PROSPECTS OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UKRAINE

У статті досліджено сучасний стан та перспективи інвестиційної привабливості української економіки на основі оцінки міжнародних рейтингових компаній. Визначено переваги інвестування в Україну та головні причини, які стримують розвиток інвестиційної діяльності. Встановлено пріоритетні галузі національної економіки, які є найбільш інвестиційно привабливими та перспективними. Розглянуто динаміку обсягу надходжень прямих іноземних інвестицій в Україну за період 2012–2018 рр.. Проаналізовано обсяг капітальних інвестицій за видами економічної діяльності у 2012–2018 рр. Установлено головне джерело фінансування капітальних інвестицій. Визначено основні країни-інвестори для економіки України. Досліджено місце України серед інших країн світу. З'ясовано основні очікування інвесторів щодо поліпшення стану українського бізнес-середовища для підвищення інвестиційної активності. Визначено напрями підвищення інвестиційної привабливості національної економіки. Запропоновано шляхи залучення інвестицій в Україну.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, прями іноземні інвестиції, капітальні інвестиції, індекс інвестиційної привабливості, інвестиції.

В статті досліджено сучасний стан та перспективи інвестиційної привабливості української економіки на основі оцінки міжнародних рейтингових компаній. Визначено переваги інвестування в Україну та головні причини, які стримують розвиток інвестиційної діяльності. Встановлено пріоритетні галузі національної економіки, які є найбільш інвестиційно привабливими та перспективними. Розглянуто динаміку обсягу надходжень прямих іноземних інвестицій в Україну за період 2012–2018 рр.. Проаналізовано обсяг капітальних інвестицій за видами економічної діяльності у 2012–2018 рр. Установлено головне джерело фінансування капітальних інвестицій. Визначено основні країни-інвестори для економіки України. Досліджено місце України серед інших країн світу. З'ясовано основні очікування інвесторів щодо поліпшення стану українського бізнес-середовища для підвищення інвестиційної активності. Визначено напрями підвищення інвестиційної привабливості національної економіки. Запропоновано шляхи залучення інвестицій в Україну.

влекательности украинской экономики на основе оценки международных рейтинговых компаний. Определены преимущества инвестирования в Украину и главные причины, которые сдерживают развитие инвестиционной деятельности. Установлены приоритетные отрасли национальной экономики, которые являются наиболее инвестиционно привлекательными и перспективными. Рассмотрена динамика объема поступлений прямых иностранных инвестиций в Украину за период 2012–2018 гг. Проанализирован объем капитальных инвестиций по видам экономической деятельности в 2012–2018 гг. Установлен главный источник финансирования капитальных инвестиций. Определены основные страны-инвесторы для экономики Украины. Исследовано место Украины среди других стран мира. Выявлены основные ожидания инвесторов относительно улучшения состояния украинской бизнес-среды для повышения их инвестиционной активности. Указаны направления для повышения инвестиционной привлекательности национальной экономики. Предложен перечень действий для более активного привлечения инвестиций в Украину.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, прямые иностранные инвестиции, капитальные инвестиции, индекс инвестиционной привлекательности, инвестиции.

УДК 330.322.01

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-15>

Ситник Н.С.

д.е.н., професор кафедри державних та місцевих фінансів
Львівський національний університет імені Івана Франка

Капітанчук М.В.

здобувач кафедри державних та місцевих фінансів
Львівський національний університет імені Івана Франка

Sytnik Nataliia

Ivan Franko National University of Lviv

Kapitanchuk Mariana

Ivan Franko National University of Lviv

The article demonstrates the importance of attracting foreign investment for the economic development of the country. Thus, the current state and prospects of attracting foreign investment based on the assessment of international rating companies are investigated. It is given the definition of investment attractiveness as the set of factors that contribute to or hinder the process of investing in the economy at macro-, meso- and micro- levels. Based on these factors, the investor can see how profitable it is to invest in the project. It is determined that ensuring the country's investment attractiveness is a process. Defined that Ukraine has considerable self-potential: convenient geographical location, significant reserves of raw materials, the good level of development of industrial production, skilled labour force, scientific potential, suitable soil for agribusiness, favorable legislation in the field of environment. Ukraine owns an enormous internal market of sale of products and successful integration in a world financial and commodity market, and potentially can be one of leading countries after bringing in of investments. Determined that the main reasons that hinder the development of investment activity are political instability, legislation, high inflation, poor infrastructure, poor taxation system, insufficient information provision, risk insurance investors, high levels of corruption, raiding and bureaucracy. The priority sectors of the national economy, which are the most attractive and perspective, are identified. The dynamics of the volume of foreign direct investment inflows to Ukraine for the period of 2012-2018 is considered. The analysis of the volume of capital investments by types of economic activity in 2012-2018 is carried out. The place of Ukraine among other countries of the world is investigated. The basic expectations of investors about creation favorable development conditions of business climate in Ukraine to increase investment activity have been clarified. A number of key steps taken in recent periods by national government to increase the investment attractiveness of the national economy are highlighted. The main ways for more active attraction of investments in Ukraine is suggested.

Key words: investment attractiveness, foreign direct investment, capital investment, investment attractiveness index, investments.

Постановка проблеми. Одними з найважливіших показників сталого розвитку держави та її потенціалу є рівень відкритості економіки та інвестиційна привабливість.

Інвестиційний клімат в Україні характеризується нестабільністю та відсутністю достатнього обсягу інвестицій та сприятливих умов для їх нагромадження порівняно з іншими розвинутими країнами. Крім того, продовжують діяти чинники, що стримують розвиток інвестиційної та інноваційної діяльності, тому проблема забезпечення припливу інвестицій в українську економіку та їх раціонального використання є надзвичайно актуальною і важливою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Різні аспекти інвестиційної привабливості України розглядалися у працях вітчизняних та зарубіжних учених, серед яких: П. Зачепило, А. Пересада, А. Пешко, І. Івашук, О. Гаврилук, А. Даниленко, І. Бланк, Я. Шестакова, М. Дацишин, М. Мельник та ін. Проте через мінливі умови ринкової економіки розгляд сучасних тенденцій в означеній сфері не втрачає своєї актуальності та потребує подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття поняття «інвестиційна привабливість» і визначення оцінки сучасного стану та перспектив інвестиційної привабливості України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В економічній літературі досі не вироблено єдиного підходу до визначення сутності поняття «інвестиційна привабливість». Його можна розглядати як сукупність певних чинників, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування в економіку на макро-, мезо- і мікрорівні. Інвестиційна привабливість держави – це характеристика держави з позиції інвестиційного клімату, рівня розвитку інвестиційної інфраструктури, можливостей залучення інвестиційних ресурсів та інших чинників, які істотно впливають на формування доходності інвестицій та виникнення інвестиційних ризиків [1, с. 119]. Це поняття переважно спрямоване на те, щоб інвестор зміг оцінити, наскільки вигідно вкладати капітал у проект.

Оцінюючи інвестиційну привабливість України на глобальному рівні, можна зазначити, що наша країна завдяки своєму потенціалу, значним трудовим ресурсам, достатній ємності внутрішнього ринку є державою великих можливостей для інвестиційної діяльності. Ефективний інвестиційний клімат допомагає формувати вигідне географічне розташування (між Європою й Азією, між Північчю та Півднем Європи, має кордон з ЄС), значні запаси сировинних ресурсів (основні види природних ресурсів: мінеральні, земельні й рекреаційні), науковий потенціал, 60% чорноземів усього світу створюють передумови для агробізнесу, рівень розвитку промислового виробництва, нижчий рівень оплати праці, ніж у високорозвинених країнах [2].

Незважаючи на ці переваги, стан інвестиційної привабливості України сьогодні залишається незадовільним, а інвестиційний клімат – ризикованим. Основними ризиками, які стримують інвесторів, є нестійка політична ситуація, нестабільність законодавства, коливання цін, курсів валют,

високий рівень корупції, рейдерства та бюрократії (за даними рейтингу «Індекс сприйняття корупції – 2018», за рівнем корупції Україна посідає 120-е місце зі 180 країн) [3], величезний тіньовий сектор, який у 2018 р. становив 30% від обсягу офіційного ВВП [4], недосконале законодавство у сфері інвестування, що спричиняє цілу низку проблем для іноземних інвесторів (недостатній захист прав на рухому та нерухому власність, включаючи права на фінансові активи (за даними рейтингу «ГК – 2018», Україна знаходиться на 129-му місці за рівнем захисту прав власності та на 114-му місці за рівнем захисту прав інтелектуальної власності)) [5].

Важливими показниками сучасного стану інвестиційної привабливості країни є обсяг прямих іноземних та обсяг капітальних інвестицій в економіку країни. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ, англ. *Foreign direct investment – FDI*) – це довгострокові вкладення матеріальних засобів компаніями-нерезидентами в економіку країни (наприклад, із метою організації і будівництва підприємств). Це найбільш бажана форма капіталовкладень для економік, що розвиваються, тому що вона дає змогу реалізовувати великі проекти; крім того, у країну надходять нові технології, нові підходи до корпоративного управління та інший сучасний практичний досвід, відбувається розвиток виробництва, підвищується рівень життя населення, підвищується конкурентоспроможність вітчизняної продукції на світовому ринку [6]. В Україні є великі перспективи щодо залучення іноземних інвесторів у національну економіку, але для цього необхідно поліпшити інвестиційний клімат.

Як видно з рис. 1, у 2012–2018 рр. динаміка обсягу іноземних вкладень в економіку України характеризується зниженням їх приросту. Найбільший обсяг залучення інвестицій зафіксовано у 2012 р.

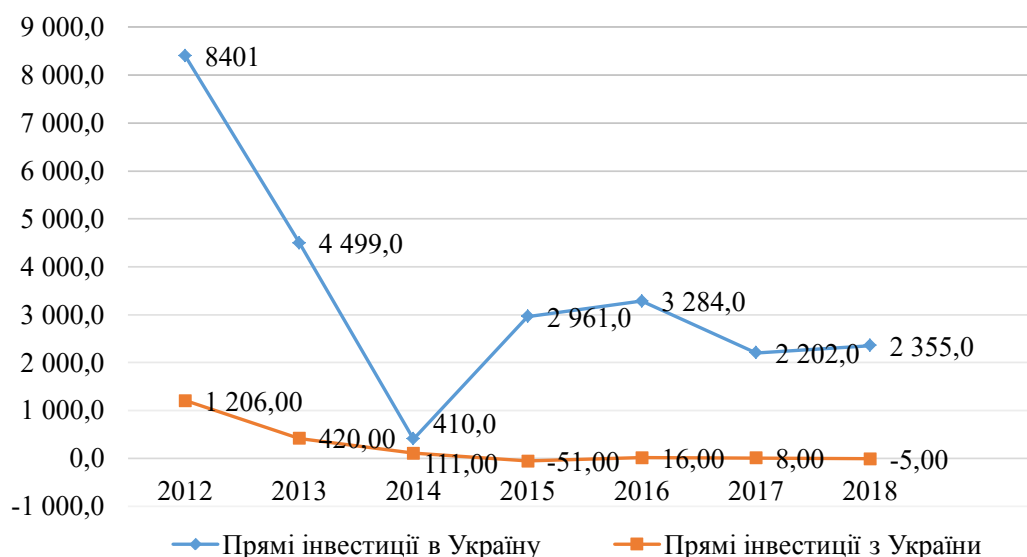


Рис. 1. Обсяг прямих іноземних інвестицій (2012–2018 рр.), млн. дол. США

Джерело: розроблено авторами на основі [7]

(8401,0 млн. дол. США). Проте у наступні два роки спостерігається різкий спад іноземних вкладень, що пов'язано з військовим конфліктом на Сході України. Така ситуація призвела до значного зниження інвестиційної привабливості країни та погіршення умов здійснення інвестиційної діяльності.

Незважаючи на складну політичну та економічну ситуацію, зниження рівня ВВП, Україна є активним донором для економік країн світу. У період 2012–2018 рр. найбільший обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну надійшов у 2012 р. (1206,0 млн. дол. США), і сьогодні існує тенденція помірного спаду іноземних вкладень. Це свідчить про недовіру іноземних інвесторів до можливостей стабільного ведення бізнесу та поліпшення інвестиційного клімату в країні [7].

Найбільшими інвесторами в Україну на кінець 2018 р. є Кіпр (8879,5 млн. дол. США), Нідерланди (7060,9 млн. дол. США), Велика Британія (1955,9 млн. дол. США), Німеччина (1668,2 млн. дол. США), Швейцарія (1540,7 млн. дол. США), Віргінські Острови ((Брит.) 1311,4 млн. дол. США), Російська Федерація (1008,1 млн. дол. США) [2].

Іноземні інвестори надають перевагу вкладення коштів у вже розвинені сфери економічної діяльності. Станом на кінець 2018 р. найбільш інвестиційно привабливими є такі сфери діяльності, як промисловість, в яку вкладено 10655,1 млн. дол. США, оптова та роздрібна торгівля – 5383,0 млн. дол. США. Також популярними серед інвесторів є операції з нерухомим майном – 4009,6 млн. дол. США та інвестування до установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову діяльність, – 3512,5 млн. дол. США [2].

Варто також дослідити капітальні інвестиції, залучені в економіку України. Згідно із законодавством України, капітальні інвестиції – інвестиції, що спрямовуються у будівництво, виготовлення, реконструкцію, модернізацію, придбання, створення необоротних активів (включаючи необоротні матеріальні активи й устаткування для здійснення монтажу), а також авансові платежі для фінансування капітального будівництва [8].

Обсяги капітальних інвестицій мають довготерміновий вплив на діяльність підприємств. Вони також є базою для розширення виробничої діяльності підприємств. Чим більшим є рівень капіталовкладень, тим привабливішою для інвестора є країна. Згідно з даними Державної статистики України, у 2018 р. в економіку країни було залучено 578 726,4 млн. грн капітальних інвестицій, що на 130 264,9 млн. грн більше, ніж у 2017 р. Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій, як і раніше, залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких у 2018 р. освоєно 70,8% капіталовкладень [9].

Як показують дані табл. 1, упродовж 2012–2018 рр. спостерігається підвищення обсягу капі-

тальних інвестицій у 2,1 рази у 2018 р. порівняно з 2012 р., що ілюструє позитивні тенденції в усіх галузях стосовно здійснення капіталовкладень у даних періодах. Так, найбільший рівень підвищення капітальних інвестицій – у галузі інформації та телекомунікації – у 2,9 рази, державного управління – у 3,8 рази, освіти – у 3 рази, охорони здоров'я – у 3 рази, сільського господарства – у 3,5 рази, що дає змогу стверджувати про відносне відновлення політики фінансування капітальних вкладень та свідчить про адаптацію підприємств даних галузей до сучасних вітчизняних реалій.

Лідером із залучення капітальних інвестицій серед галузей української економіки є промисловість, до якої в 2018 р. надійшло 199,9 млрд. грн. На другому місці – сільське господарство (66,1 млрд. грн), на третьому – будівництво (55,9 млрд. грн). У машини, обладнання та інвентар було інвестовано близько 187 650,4 млн. грн, в інженерні споруди – 111 314,8 млн. грн, у нежитлові будівлі – 88 846,1 млн. грн (у житлові – 57 395,9 млн. грн), у транспортні засоби – 73 926,2 млн. грн [10].

На сучасному етапі оцінка інвестиційної привабливості України здійснюється загальновідомими міжнародними організаціями, рейтинговими агентствами, результати рейтингування яких формують сприйняття України на світовій арені. Такими організаціями є: Transparency International, Світовий банк, World Competitiveness Yearbook, Heritage Foundation, Всесвітній економічний форум, Rating and Investment Information, Standard & Poor's, Fitch Ratings, Doing Business, Європейська бізнес-асоціація (ЄБА), Institutional Investor, Business Environment Risk Index (BERI), Moody's Investor Service, журнали The Economist, Fortune, Euromoney та ін.

Показник індексу інвестиційної привабливості України, який двічі на рік визначає Європейська бізнес-асоціація (ЄБА), знизився до рівня 2016 р. (рис. 2). За результатами нового опитування за першу половину 2019 р. індекс становив 2,85 бали з п'яти можливих та опинився у негативній площині. За всю історію вимірювання (з 2008 р.) індекс жодного разу не сягнув позитивної зони – вище чотирьох балів. Найвищий показник індексу був зафіксований у 2010 р. – 3,28 бали [11].

Відповідно до рейтингу Світового банку щодо легкості ведення бізнесу Doing Business 2019, Україна стала інвестиційно привабливішою порівняно з 2018 р. та піднялась на п'ять позицій, посівши 71-е місце зі 190 країн світу. З 2014 р. Україна піднялась у цьому рейтингу на 41 позицію та продовжує зберігати активний темп зростання. За даним рейтингом Україна є другою країною у світі за темпами поліпшення бізнес-клімату з 2009 р. Так, Україна змогла показати прогрес у питанні отримання дозволів на будівництво, піднявшись

Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності (2016–2018 рр.), млн. грн

Показники	Роки							Відхилення (+,-) (2012/ 2018)	Приріст (2012/ 2018)
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
Сільське, лісове та рибне господарство	18883,7	18587,4	18795,7	30154,7	50484,0	64243,3	66104,1	+47220,4	3,5
Промисловість	91598,4	97574,1	86242,0	87656,0	117753,6	143300,0	199896,0	+108297,6	2,2
Будівництво	40760,3	40796,2	36056,7	43463,7	44444,0	52176,2	55993,9	+15233,6	1,4
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	24531,6	22190,3	20715,7	20662,9	29956,8	33664,8	51817,6	+27286,0	2,1
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	32413,0	18472,6	15498,2	18704,0	25107,8	37943,5	50078,3	+17665,3	1,5
Інформація та телекомунікації	10167,7	9864,0	8175,1	22975,0	15651,2	18395,2	29884,9	+19717,2	2,9
Операції з нерухомим майном	12368,6	13550,4	11230,2	11899,0	19665,0	22505,6	27556,8	+15188,2	2,2
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	11692,8	7546,2	5808,0	13942,4	22380,8	32843,9	44597,8	+32905,0	3,8
Освіта	1463,5	1030,5	820,9	1540,1	2257,3	3492,5	4460,0	+2997,0	3,0
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	2707,2	1746,2	1223,9	2367,2	4479,0	6708,3	8138,8	+5431,6	3,0
Надання інших видів послуг	26669,2	18515,5	14853,5	19751,4	27036,6	33188,5	40198,2	+13529,0	1,5
Всього	273256,0	249873,4	219419,9	273116,4	359216,1	448461,5	578726,4	+305470,4	2,1

Без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та м. Севастополя

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

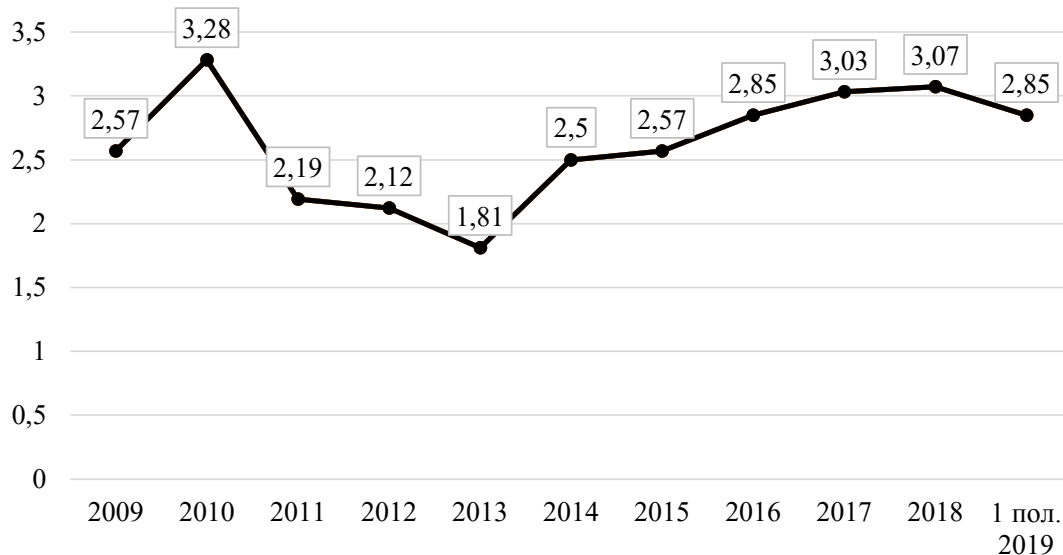


Рис. 2. Індекс інвестиційної привабливості України (2009–2019 рр.)

Джерело: розроблено авторами на основі [11]

на п'ять пунктів, до 30-го місця, у забезпеченні виконання контрактів – на 25 пунктів, до 57-го місця, у питаннях захисту інвесторів – на дев'ять пунктів, до 72-го місця. [12].

Українська влада постійно працює над основними цілями та пріоритетами країни. Невеликі позитивні зрушення найчіткіше проявляються у міжнародних рейтингах та відчутні для бізнес-середовища.

Проте для якісного зрушення інвестори очікують політичну стабільність та реальний прогрес у боротьбі з корупцією, бюрократією, рейдерством, контрабандою та тіньовою економікою, вдосконалення та прозорість податкового законодавства, судову та земельну реформи, стабільність валюти, зниження адміністративного тиску на бізнес, певний рівень розвитку інфраструктури.

Висновки з проведеного дослідження. Україна – держава з величезним потенціалом, проте він недостатньо використовується. Серед основних причин називають «недружнє» бізнес-середовище та несприятливий інвестиційний клімат.

Сьогодні, на жаль, інвестиційний клімат у країні не є досить сприятливим для іноземних інвесторів, що стримує нові потоки іноземних капіталовкладень. Інвестиційна привабливість країни знаходиться на досить низькому рівні і потребує різноманітних адміністративних та економічних реформ.

Для поліпшення інвестиційної привабливості України, на нашу думку, слід сформувати стабільну державну політику у сфері іноземного інвестування, яка буде доцільною й у довгостроковій перспективі, запозичити міжнародний досвід щодо ефективної інвестиційної діяльності. Закріпити конкурентоспроможну позицію на світовій арені та забезпечити сталий економічний розвиток здатен правильний і раціональний розподіл іноземних інвестицій. Важливими також є розроблення та впровадження обґрунтованої державної стратегії залучення іноземних інвестицій, урахувавши при цьому основну мету та пріоритет розвитку. Доречним було б створення освітніх центрів, які б навчали та інформували громадян України щодо інвестиційної діяльності, а також надавали приклади щодо залучення іноземних інвесторів. Традиційними та досить ефективними діями залишаються зниження податкового навантаження, боротьба з корупцією, рейдерством, бюрократією, боротьба з інфляцією, зниження обсягу тіньового сектору економіки, підвищення захисту прав інвесторів, удосконалення законодавства. Лише після подолання цих проблем країна зможе стати по-справжньому інвестиційно привабливою.

На основі проведеного дослідження варто зазначити, що сьогодні вести бізнес в Україні досить складно і до масового приходу іноземних інвесторів в економіку наша країна все ще не готова.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кондрашова М.В. Теоретичні основи формування державної інвестиційної політики на рівні регіону. *Держава та регіони*. 2008. № 2. С. 118–121.
2. Маркевич К. Хто і як інвестує в Україну. *Центр Разумкова*. 2019. URL: <http://razumkov.org.ua/statti/khto-i-yak-investuie-v-ukrainu> (дата звернення: 22.09.2019).
3. Індекс сприйняття корупції 2018. *Transparency International Ukraine*. 2019. URL: <https://ti-ukraine.org/>

[research/indeks-spryjnyattya-koruptsiyi-2018/](http://www.transparency.org/research/indeks-spryjnyattya-koruptsiyi-2018/) (дата звернення: 22.09.2019).

4. Тенденції тіньової економіки в Україні у 2018 році. *Міністерство економічного розвитку і торгівлі України*. 2019. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinovoiEkonomiki> (дата звернення: 22.09.2019).

5. The Global Competitiveness Report 2018. *World Economic Forum*. 2019. URL: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/competitiveness-rankings/#series=EOSQ052> (дата звернення: 23.09.2019).

6. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в Україну. *Фінансовий портал Мінфіну*. 2019. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/> (дата звернення: 23.09.2019).

7. Прямі іноземні інвестиції в Україні з 2002 по 2018 р. (млн дол. США). URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2018/> (дата звернення: 25.09.2019).

8. Капітальні інвестиції: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.11.2006 № 1655. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/11899> (дата звернення: 22.09.2019).

9. Фурман І.В., Кропивницька І.С. Розвиток інвестиційної сфери в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/62666.doc.htm (дата звернення: 23.09.2019).

10. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності. *Державна служба статистики України*. 2019. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 23.09.2019).

11. Індекс інвестиційної привабливості України. *Європейська бізнес-асоціація*. URL: <https://eba.com.ua/top-menedzhery-pogirshlyly-otsinku-investpryvablyvosti-ukrayiny/> (дата звернення: 25.09.2019).

12. Капітальні інвестиції у 2018 році. *Міністерство економічного розвитку*. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=6f27c35c-fa0a-400c-9072-45a04ed7e9b1> (дата звернення: 25.09.2019).

REFERENCES:

1. Kondrashova M. (2008) Teoretychni osnovy formuvannia derzhavnoi investytsiinoi polityky na rivni rehionu [Theoretical bases of formation of the state investment policy at the regional level]. *Derzhava ta rehiony*. [State and regions] no. 2, pp. 118–121.
2. Markevych K. (2019) Khto i yak investuie v Ukrainu. [Who and how invests in Ukraine] *Tsentr Razumkova*. Available at: <http://razumkov.org.ua/statti/khto-i-yak-investuie-v-ukrainu> (accessed 22 September 2019).
3. Indeks spryiniattia koruptsii 2018. [Corruption Perceptions Index 2018]. Transparency International Ukraine. (2019). Available at: <https://ti-ukraine.org/research/indeks-spryjnyattya-koruptsiyi-2018/> (accessed 22 September 2019).
4. Tendentsii tinovoi ekonomiky v Ukrainy u 2018 rotsi. (2018) [Trends in the shadow economy in Ukraine in 2018]. Ministerstvo Ekonomichnoho Rozvytku i Torhivli Ukrainy. [Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine]. Available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinovoiEkonomiki> (accessed 22 September 2019).

5. The Global Competitiveness Report 2018. (2019) *World Economic Forum*. Available at: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/competitiveness-rankings/#series=EOSQ052> (accessed 23 September 2019).

6. Priami inozemni investytsii (PII) v Ukrainu. [Foreign Direct Investment (FDI) in Ukraine]. (2019) *Finansovyi portal Minfin*. [Financial portal of the Ministry of Finance]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/> (accessed 23 September 2019).

7. Priami inozemni investytsii v Ukraini z 2002 po 2018 rr. [Foreign Direct Investment in Ukraine from 2002 to 2018]. *Finansovyi portal Minfin*. [Financial portal of the Ministry of Finance]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2018/> (accessed 25 September 2019).

8. Kapitalni investytsii: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 29 November 2006 (no. 1655). [Capital Investments: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 29.11.2006 no. № 1655]. (2006) *Zakonodavstvo Ukrainy*. [The legislation of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/11899> (accessed 22 September 2019).

9. Furman I.V., Kropyvnytska I.S. Rozvytok investytsiinoi sfery v Ukraini. [Development of investment sphere in Ukraine]. Available at: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/62666.doc.htm (accessed 23 September 2019).

10. Kapitalni investytsii za vydamy ekonomichnoi diialnosti. [Capital investment by type of economic activity]. (2019) *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*. [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 23 September 2019).

11. Indeks investytsiinoi pryvablyvosti Ukrainy. (2019) [Index of investment attractiveness of Ukraine]. *Yevropeiska biznes Asotsiatsiia*. [European Business Association]. Available at: <https://eba.com.ua/top-menedzhery-pogirshly-otsinku-investpryvablyvosti-ukrayiny/> (accessed 25 September 2019).

12. Kapitalni investytsii u 2018 rotsi. (2019) [Capital Investments in 2018]. *Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku*. [Ministry of Economic Development]. Available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=6f27c35c-fa0a-400c-9072-45a04ed7e9b1> (accessed 5 August 2019).

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

UKRAINE'S EXPORT POTENTIAL AND OPPORTUNITIES FOR ITS REALIZATION ON THE WORLD MARKET

У статті розглянуто експортний потенціал України на міжнародній арені, виявлено чинники ефективності його розвитку, проблеми та фактори впливу. З'ясовано, що структура експортного потенціалу розглядається з погляду наявності ресурсних можливостей національної економіки, на які впливають певні групи чинників, що визначають ефективність експортної діяльності країни. Найчастіше експортний потенціал країни розглядається з позицій системного, ресурсного, результативного, ринкового, цільового, компаративного, функціонального та адаптаційного підходів. Своєю чергою, експортний потенціал є частиною економічного потенціалу країни. Визначено, що український експорт характеризується порівняно меншою часткою промислової продукції високого рівня переробки та вищою часткою металургійної продукції, а також продукції сільського господарства та харчової промисловості. У структурі українського експорту послуг домінують транспортні (40,9%) та ділові (14,0%) послуги, послуги, пов'язані з подорожами (19,8%). Подальша реалізація започаткованої стратегії розвитку експортного потенціалу України буде позитивно впливати на ступінь її участі на світових ринках, підвищувати роль та зацікавленість національних товаровиробників у зовнішній торгівлі.

Ключові слова: експортний потенціал країни, конкурентні переваги, ефективність реалізації, динаміка експорту товарів та послуг, конкурентоспроможність, експортна орієнтованість, товарні групи.

В статті розглянуто експортний потенціал України на міжнародній арені,

определены степень его эффективности, проблемы и факторы влияния на его развитие. Установлено, что структура экспортного потенциала рассматривается с точки зрения наличия ресурсных возможностей национальной экономики, на которые влияют определенные группы факторов, определяющих эффективность экспортной деятельности страны. Чаще всего экспортный потенциал страны рассматривается с позиций системного, ресурсного, результативного, рыночного, целевого, сравнительного, функционального и адаптационного подходов. В свою очередь, экспортный потенциал является частью экономического потенциала страны. Определено, что украинский экспорт характеризуется сравнительно меньшей долей промышленной продукции высокого уровня переработки и большей долей металлургической продукции, а также продукции сельского хозяйства и пищевой промышленности. В структуре украинского экспорта услуг доминируют транспортные (40,9%) и деловые (14,0%) услуги, услуги, связанные с путешествиями (19,8%). Дальнейшая реализация начатой стратегии развития экспортного потенциала Украины будет положительно влиять на степень ее участия на мировых рынках, повышать роль и заинтересованность национальных товаропроизводителей во внешней торговле.

Ключевые слова: экспортный потенциал страны, конкурентные преимущества, эффективность реализации, динамика экспорта товаров и услуг, конкурентоспособность, экспортная ориентированность, товарные группы.

УДК 339.564

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-16>

Ставицька А.В.

к.е.н., старший викладач кафедри економіки та управління національним господарством

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Нестеренко О.В.

студентка

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Stavytska Alla

Oles Honchar Dnipro National University

Nesterenko Olena

Oles Honchar Dnipro National University

The article considers the export potential of Ukraine in the international arena, identifies the factors of its effectiveness, problems and factors of influence. It has been found that the structure of export potential is considered in terms of availability of national economy resource resources, which are influenced by certain groups of factors that determine the efficiency of export activity of the country. Most often, the country's export potential is viewed from the standpoint of systemic, resource, productive, market, target, comparative, functional and adaptation approaches. In turn, export potential is part of the country's economic potential. It is determined that Ukrainian exports are characterized by a relatively smaller share of high-level industrial production and a higher share of metallurgical production, as well as agriculture and food production. The export potential of a country is closely linked to its competitive advantages in the international market and depends on the geographical location of the country; economic, natural-climatic, socio-cultural, infrastructural, scientific, innovative, labor, technological, investment and historical conditions of activity of economic entities; the legal, political and economic environment of conducting international business. The study found that from year to year, Ukraine's foreign trade in goods and services show significant fluctuations, which are triggered by a number of external and internal negative factors. The Ukrainian economy is characterized by a high level of "openness", which creates a certain instability and dependence of Ukrainian producers on foreign trade in world markets. The structure of Ukrainian exports of services is dominated by transport (40.9%) and business services (14.0%), travel-related services (19.8%). The negative trade balance has been observed since 2016, meaning Ukraine's export potential has begun to lose its position in world markets. The balance of trade in goods in 2018 amounted to \$ 9.9 billion. USA. Increased trade between Ukraine and EU countries has not led to positive changes in the structure of Ukraine's export potential. Further implementation of the initial strategy of developing Ukraine's export potential will have a positive impact on the degree of its participation in world markets, increase the role and interest of national producers in foreign trade.

Key words: country's export potential, competitive advantages, sales efficiency, dynamics of export of goods and services, competitiveness, export orientation, product groups.

Постановка проблеми. Експортний потенціал країни тісно пов'язаний з її конкурентними перевагами на міжнародному ринку та залежить від географічного розташування країни; економічних, природно-кліматичних, соціокультурних, інфраструктурних, наукових, інноваційних, трудових, технологічних, інвестиційних та історичних умов

діяльності економічних суб'єктів; правового, політичного та економічного середовища ведення міжнародного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дефініцію експортного потенціалу досліджувала науковець А.В. Нікітіна, яка у своїй статті представила його теоретико-методичні основи

формування. Також теоретичні аспекти формування експортного потенціалу досліджували Я.А. Жаліло, Я.Б. Базилюк, Я.В. Белінська. Дослідженню структури зовнішньої торгівлі присвятили свої праці В.А. Романенко, Л.В. Лебедева, Л.М. Лиськова, Є.В. Талавіра, К.В. Кобзева. Статистична інформація щодо експортно-імпоротної діяльності України представлена в офіційних виданнях Державної служби статистики.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження експортного потенціалу України та можливостей його реалізації на світовому ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зростання ролі зовнішньої торгівлі та посилення міжнародної конкуренції між країнами впливають на подальший розвиток усієї системи світового господарства, диверсифікуючи економічні зв'язки між його учасниками. Умови середовища формування та реалізації експортного потенціалу різні: економічні, політико-правові, соціокультурні, технічні, природно-кліматичні [1].

Структура експортного потенціалу розглядається з погляду наявності певних ресурсів, можливостей та чинників, що впливають на ефективність експортної діяльності. Найчастіше експортний потенціал країни розглядається з позицій системного, ресурсного, результативного, ринкового, цільового, компаративного, функціонального та адаптаційного підходів [1].

Експортний потенціал притаманний економічним суб'єктам усіх рівнів: підприємству, галузі чи виду діяльності, регіону всередині країни, національній економіці, угрупованню кількох держав. Відповідно, між ними існує тісний взаємозв'язок: експортний потенціал країни складається з експортних потенціалів регіонів та експортних потенціалів окремих галузей. Реалізація експортного потенціалу країни забезпечується через активну

участь суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (рис. 1). У цілому експортний потенціал країни тісно пов'язаний з її конкурентними перевагами на міжнародному ринку та залежить від географічного розташування країни; економічних, природно-кліматичних, соціально-культурних, інфраструктурних, наукових, інноваційних, трудових, технологічних, інвестиційних та історичних умов діяльності економічних суб'єктів; правового, політичного та економічного середовища ведення міжнародного бізнесу [4].

Із року в рік показники України у зовнішній торгівлі товарами та послугами демонструють значні коливання, які спровоковані низкою зовнішніх та внутрішніх негативних чинників. Економіка України характеризується високим рівнем відкритості, що створює певну нестабільність та залежність українських виробників від зовнішньої торгівлі на світових ринках.

У 2018 р. Україна проводила зовнішньоторговельні операції з партнерами із 221 країни світу, експортувавши товарів та послуг на суму 58,9 млрд. дол. США, з них експорт товарів становив 47,3 млрд. дол. США, експорт послуг – 11,6 млрд. дол. США. Імпорт товарів у 2018 р. становив 57,2 млрд. дол. США, імпорт – 6,3 млрд. дол. США (рис. 2) [6].

Негативне сальдо торгівлі відзначається з 2016 р., тобто експортний потенціал України почав утрачати свої позиції на світових ринках. Сальдо торгівлі товарами у 2018 р. становило 9,9 млрд. дол. США. Зростання обсягів торгівлі між Україною та країнами Європейського Союзу не призвело до позитивних зрушень у структурі експортного потенціалу України [7].

Тенденція до зменшення питомої ваги регіону СНД у зовнішній торгівлі України (із 40,1% у 2013 р. до 19,1% у 2018 р.) та одночасне зростання частки



Рис. 1. Структуруючі елементи експортного потенціалу країни

Джерело: узагальнено авторами на основі [2; 3]

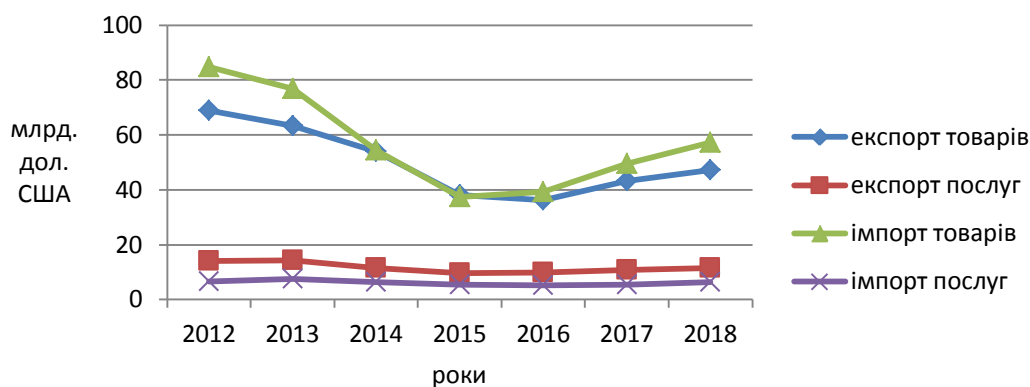


Рис. 2. Динаміка зовнішньої торгівлі України за 2012–2018 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено авторами за даними [6]

ЄС-28 (із 29% у 2013 р. до 40% у 2018 р.) є своєрідною переорієнтацією експортного потенціалу України на світових ринках та при цьому зміною кон'юнктури торгівлі (рис. 3) [7].

В експорті послуг Україна також віддає перевагу партнерству з Європейським Союзом, про що свідчить офіційна статистика [6]: торгівля з ЄС становить 3979,9 млн. дол. США. Зміна міжнародного попиту на відповідні групи товарів та послуг має великий вплив на експортний потенціал України.

Структура українського експорту товарів лише частково збігається зі структурою світового товарного експорту. Якщо у світовому експорті домінують механічне обладнання (24,7%), мінеральні продукти (18,8%), транспортні засоби (9,9%), хімічна продукція (8,8%) та недорогоцінні метали, то в українському експорті частка механічного обладнання (10,5%) є вдвічі меншою, ніж у середньому у світі. При цьому частка експорту недорогоцінних металів та виробів із них (29,8%) суттєво перевищує загальносвітовий показник. Частка експорту мінеральних товарів також менша за світову (12,5% – Україна, 18,8% – світ), але порівняно з іншими товарними групами різниця є відносно невеликою [6].

Водночас питома вага продукції рослинного походження в українському експорті (11,9%) майже в чотири рази перевищує світовий показник. При цьому на українські жири та олії припадає 3,5% світового ринку, на продукти рослинного походження – 1,6%. Темпи зростання українського експорту сільськогосподарської та харчової продукції випереджають світові, що свідчить про досить стабільний світовий попит та стійкість цих експортних груп до кризових явищ в економіці України.

У цілому ж український експорт характеризується порівняно меншою часткою промислової продукції високого рівня переробки та вищою часткою металургійної продукції, а також продукції сільськогосподарства та харчової промисловості. У структурі українського експорту послуг домінують транспортні (40,9%) та ділові (14,0%) послуги, пов'язані з подорожами (19,8%) [6].

Частка послуг із переробки матеріальних ресурсів в українському експорті (8,5%) більше ніж утричі перевищує світовий показник (2,5%). При цьому темпи зростання українського експорту цих послуг в абсолютному (темпи) та відносному

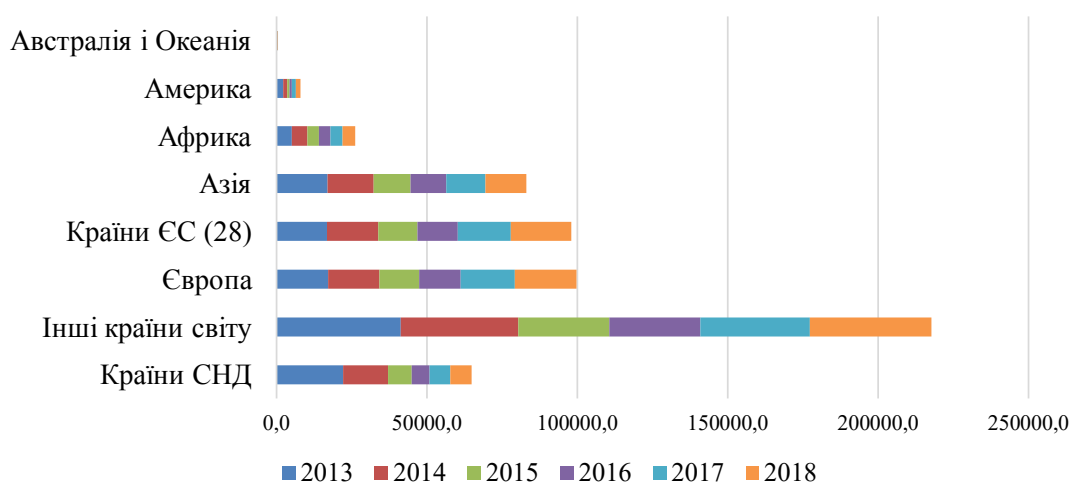


Рис. 3. Динаміка географічної структури експорту товарів України в 2013–2018 рр., млн. дол. США

Джерело: складено авторами за даними [6]

(частка в експорті) вимірах суттєво випереджали відповідні світові показники.

Україна, зайнявши провідні позиції на ринках сільськогосподарських товарів, руд і металів, істотно піддається негативному впливу коливань світової кон'юнктури та змінам у торговельній політиці. Однак, незважаючи на те що введення ненульового ввізного мита на кукурудзу до ЄС у другій половині 2017 р. прогнозували до скорочення обсягів вітчизняного експорту цього товару (у 2017 р. його частка у структурі експорту до ЄС становила 8%), вартісний обсяг експорту цієї продукції у 2018 р. збільшився на 498,3 млн. дол. США [6].

Для перелому існуючої ситуації необхідно здійснити інноваційну перебудову виробництва, стимулювати приплив інвестицій та впроваджувати більш ефективні методи регулювання доступу на внутрішній товарний ринок. Саме тому актуальними завданнями на рівні держави є мінімізація негативних явищ у структурі зовнішньої торгівлі України та вирішення пов'язаних із цим проблем. Певні ефекти можливі за рахунок інноваційної перебудови виробничих потужностей, зокрема через стимулювання припливу іноземних інвестицій у національну економіку.

Аналіз експортного потенціалу України свідчить про те, що в середньому близько 23,3% вироблених в Україні товарів та послуг спрямовується на зовнішній продаж. Найбільше значення в експортному потенціалі товарних груп належить металургійному виробництву (72,8%), виробництву електричного устаткування (68,3%), автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів (61,7%), добування металевих руд (55,8%), хімічній промисловості (50,7%), текстильному виробництву (48,4%) [6].

Висновки з проведеного дослідження. Аналізуючи рівень експортного потенціалу України, можна стверджувати про наявність конкурентоспроможності національних товарних груп України на світових ринках та споживчого попиту на них. Подальша реалізація започаткованої стратегії розвитку експортного потенціалу України буде позитивно впливати на ступінь її участі на світових ринках, підвищувати роль та зацікавленість національних товаровиробників у зовнішній торгівлі. Удосконалення внутрішніх адміністративних процедур оформлення зовнішньоекономічної діяльності та поліпшення регуляторного середовища лише привабить суб'єктів господарювання до активної участі в ній та значно підвищить рівень експортного потенціалу України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Нікітіна А.В., Юдіна І.В. Удосконалення теоретико-методичних основ експортного потенціалу підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 34. С. 24–27. URL: [\[bses.in.ua/journals/2018/34_2018/7.pdf\]\(http://bses.in.ua/journals/2018/34_2018/7.pdf\) \(дата звернення: 03.12.2019\).](http://</p>
</div>
<div data-bbox=)

2. Жаліло Я.А., Базиліук Я.Б., Белінська Я.В. Конкурентоспроможність економіки в умовах глобалізації. Київ: НІСД, 2005. 348 с.

3. Кобзева К.В. Експортний потенціал підприємства: сутність і особливості формування. *Проблеми економіки*. 2013. № 4. С. 281–285.

4. Талавіра Є.В. Сучасні тенденції регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2014. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3355> (дата звернення: 03.12.2019).

5. European Commission. Statistics. URL: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=st%2fst_Statistics (дата звернення: 03.12.2019).

6. Географічна структура зовнішньої торгівлі України. *Офіційний сайт Державної служби статистики України*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 03.12.2019).

7. Романенко В.А., Лебедева Л.В. Зовнішня торгівля України з ЄС: тенденції, проблеми перспективи. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 71–77. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/11.pdf (дата звернення: 03.12.2019).

8. Лиськова Л.М. Підвищення експортного потенціалу України як передумова досягнення цілей регіональної торговельно-економічної співпраці. *Європейські перспективи*. 2014. № 9. С. 12–18. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2018/31318/evpe_2014_9_4.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 03.12.2019).

REFERENCES:

1. Nikitina A.V., Yudina I.V. (2018) Udoskonalennya teoretyko-metodychnykh osnov eksportnoho potentsialu pidpryyemstva [Improvement of theoretical and methodological foundations of the export potential of the enterprise]. *Black Sea Economic Studies*. vol. 34, pp. 24–27. Available at: http://bses.in.ua/journals/2018/34_2018/7.pdf. (accessed 03 December 2019).

2. Zhalilo Ya.A., Bazilyuk Ya.B., Belinskaya Ya.V. (2005) Konkurentospromozhnist ekonomiky v umovakh hlobalizatsii [Competitiveness of the economy in the conditions of globalization]. Kyiv: NISD.

3. Kobzyeva K.V. (2013) Eksportnyy potentsial pidpryyemstva: sutnist' i osoblyvosti formuvannya [Export potential of the enterprise: essence and features of formation]. *Problems of economy*. Vol. 4. pp. 281–285.

4. Talavira Ye.V. (2014) Suchasni tendentsiyi rehulyuvannya zovnishn'oekonomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstv v umovakh hlobalizatsiyi [Current tendencies of regulation of foreign economic activity of enterprises in the conditions of globalization]. *Efficient economy*. vol. 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3355> (accessed 03 December 2019).

5. European Commission. Statistics [Electronic resource]. Available at: http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=st%2fst_Statistics (accessed 03 December 2019).

6. The geographical structure of Ukraine's foreign trade. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 03 December 2019).

7. Romanenko V.A., Lebedeva L.V. (2017) Zovnishnya torhivlya Ukrayiny z YES: tendentsiyi, problemy perspektyvy [Ukraine's foreign trade with the EU: trends, prospects]. *Economy and society*. vol. 9, pp. 71–77. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/11.pdf (accessed 03 December 2019).

8. Lys'kova L.M. (2014) Pidvyshchennya eksportnoho potentsialu Ukrayiny yak peredumova dosyah-

ennya tsiley rehional'noyi torhovel'no-ekonomichnoyi spivpratsi [Increasing Ukraine's export potential as a prerequisite for achieving the goals of regional trade and economic cooperation]. *European perspectives*. vol. 9, pp. 12–18. Available at: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2018/31318/evpe_2014_9_4.pdf?sequence=1&isAllowed=y (accessed 03 December 2019).

ПІДВИЩЕННЯ СПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ

ENHANCING THE STATE CAPABILITY IN INDUSTRIAL POLICY IMPLEMENTATION

УДК 338.58:65.014

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-17>

Ципліцька О.О.

к.е.н., доцент, с.н.с. відділу
промислової політики
ДУ «Інститут економіки
та прогнозування
Національної академії наук України»

Tsyplitska Olena

State Organization
«Institute for Economics
and Forecasting of
National Academy
of Sciences of Ukraine»

У статті виявлено проблеми забезпечення державної спроможності в імплементації промислової політики в Україні, серед яких головними виступають неефективність регулюючих органів у досягненні поставлених цілей за відносно високих бюджетних видатків на їх функціонування, безрезультатність реформ тощо. Їх наслідками визначено скорочення частки переробної промисловості у ВВП, зниження конкурентоспроможності національної економіки на ринках товарів із високою доданою вартістю. Досвід Північної Македонії та Португалії, в яких були реалізовані проекти щодо підвищення інституційної спроможності державних органів у реалізації промислових реформ та використано нові підходи до формування промислової політики та до вирішення інституціональних протиріч, дав змогу сформулювати такі рекомендації для України, як необхідність узгодження законодавства, стратегічна співпраця між державою та бізнесом, забезпечення компетентності державної бюрократії тощо.

Ключові слова: інституційна спроможність, промислова політика, ефективність держави, промисловий розвиток, державно-приватне партнерство.

В статье выявлены проблемы обеспечения государственной состоятельности

в имплементации промышленной политики в Украине, среди которых главными выступают неэффективность регулирующих органов в достижении поставленных целей при относительно высоких бюджетных расходах на их функционирование, безрезультатность реформ и т. д. Их последствиями определены сокращение доли перерабатывающей промышленности в ВВП, снижение конкурентоспособности национальной экономики на рынках товаров с высокой добавленной стоимостью. Опыт Северной Македонии и Португалии, в которых были реализованы проекты по повышению институциональной состоятельности государственных органов в реализации промышленных реформ и использованы новые подходы к формированию промышленной политики и решению институциональных противоречий, позволил сформулировать такие рекомендации для Украины, как необходимость согласования законодательства, стратегическое сотрудничество между государством и бизнесом, обеспечение компетентности государственной бюрократии и др.

Ключевые слова: институциональная состоятельность, промышленная политика, эффективность государства, промышленное развитие, государственно-частное партнерство.

The article deals with the problems of state capability to implement industrial policy in Ukraine. They predominantly include lack of performance of government objectives, reforms futility, high specific weight of budget expenditures on authorities regulating industrial sector and their malfunctioning. It was defined that the concept of state capability is multifaceted and stipulates a set of public functions to be effectively performed by a state. The results of the state capability can be indirectly estimated through the analysis of World Governance indicators which showed that Ukraine was in the low governance efficiency trap – each of six indicators did not exceed the 51-points level for 23 years. There are several consequences of low public capability, in particular, poor state of Ukrainian manufacturing which share in GDP has been decreasing since 2002, and therefore – lack of national economy's competitiveness on the international markets of high value added products. The European experience of North Macedonia and Portugal provides the basis for the development of directions of institutional capability of the state improvement. In North Macedonia, the EU project to improve the institutional integrity of public authorities in the implementation of industrial reforms has been implemented and has contributed to the improvement of industrial development indicators. In Portugal, new approaches to industrial policy and substantiated solution of institutional contradictions, in particular, with regard to the balance of interests of policy beneficiaries, the state and other stakeholders have been implemented and positively affected the industrial development. These and some other evidence from the European countries have ensured that a simple replication of the European institutional framework of industrial policy implementation would not succeed in Ukraine and should be rationale and adjusted to Ukraine's features of governance framework. Based on the experience, authors developed substantiated recommendations to improve the institutional capability of the state as harmonization of legislation, strategic cooperation between a state and a business, ensuring the competence of the state bureaucracy, leveling out conflicts of distribution, and development of professional education.

Key words: institutional capacity, industrial policy, state effectiveness, industrial development, public-private partnership.

Постановка проблеми. Своєчасне реагування держави на глобальні виклики сьогодні виступає одним із головних критеріїв успішності державної політики. Європейський Союз, опинившись у складних конкурентних умовах на глобальному ринку промислових товарів наприкінці першої декади XXI ст., прийняв стратегію «Європа – 2020», одним із пріоритетів якої визначив «Промислову політику ери глобалізації», а у вересні 2017 р. стратегія економічного розвитку ЄС «Інвестиції в розумну, інноваційну та стійку промисловість» повністю зосередилася на індустріальному розвитку та новітніх інструментах його забезпечення – цифровізації, економіці замкнутого циклу,

«зелених» технологіях, скороченні споживання вуглеводнів, кібербезпеці тощо.

Натомість в Україні, незважаючи на розрив господарських зв'язків із країнами колишнього СРСР, тривалу стагнацію та нестійке економічне зростання, промисловість, окрім добувної галузі та металургії, все ще залишається поза увагою політиків. Повільне просування реформ у промисловому секторі, незважаючи на необхідність виконання вимог Угоди про асоціацію України з ЄС, відкладання нагальних заходів на кшталт прийняття Стратегії розвитку промислового комплексу України, розробленої ще у 2018 р., реалізації Цифрового порядку денного та Стратегії

Industry4Ukraine свідчать про низьку спроможність держави, що зумовлюється низкою інституційних, соціально-економічних, політичних та інших чинників. Тож розбудова інституційної спроможності держави є одним з актуальних завдань, щодо вирішення якого існує запит суспільства та висунуті вимоги міжнародних організацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням розбудови спроможності держави, зокрема її інституційного складника, присвячено роботи таких вітчизняних та зарубіжних учених, як В. Геєць, Є. Ленчук, Р. Мамеде, Є. Мелешкіна, Б. Мур, Дж. Стігліц, Б. Рокман, Р. Уївер, П. Фейо, Ч. Тіллі та ін. Поняття державної спроможності походить зі сфери політології та політичної соціології, але внаслідок розвитку інституціонального напрямку поступово проникає і в економіку, верифікуючи існуючі причинно-наслідкові зв'язки між економічними та неекономічними явищами та процесами.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення основних тенденцій у формуванні державної спроможності в імплементації промислової політики та розроблення на основі європейського досвіду рекомендацій щодо її розбудови в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Спроможність держави стала об'єктом вивчення у другій половині ХХ ст. у соціології та економічній історії. Одним із перших поняття визначив Ч. Тіллі в роботі «Формування національних держави у Західній Європі» (1975 р.) [1], а уточнене визначення поняттю «спроможність держави» дав у дослідженні «Демократія» (2007 р.) [2]. На його думку, спроможна держава має консолідовану власну територію, відокремлені від інших сфер діяльності державні інституції, автономний стан та його визнання іншими державами, здійснює централізацію та координацію політичних інститутів.

Державна спроможність у термінах Кьєра, Хансена та Томсена [3] являє собою здатність держави вибирати й ефективно реалізовувати власні рішення, у тому числі ті, що стосуються економічної, соціальної, внутрішньої та зовнішньої політики. Автори твору «Чи мають значення інституції? Державна спроможність в Сполучених Штатах та за кордоном» [4] визначають десять основних напрямів функціоналу держави: 1) встановлення та підтримка пріоритетів; 2) націлювання ресурсів; 3) інновації; 4) координація конфліктуючих цілей; 5) оподаткування; 6) представлення багатосторонніх інтересів; 7) забезпечення ефективно імплементації; 8) забезпечення стабільності політики; 9) прийняття та підтримка міжнародних зобов'язань; 10) подолання політичного розколу. Тож, на їхню думку, під спроможністю держави розуміється повноцінна реалізація цих функцій.

Спроможність держави пов'язана із поняттям економічної безпеки. На думку В. Геєця [5], остання являє собою спроможність національної

економіки забезпечити свій вільний незалежний розвиток й утримати стабільність громадянського суспільства та його інститутів, а також достатній оборонний потенціал країни за всіляких несприятливих умов і варіантів розвитку подій.

Мелешкіна [6] зазначає, що спроможність держави – це багатоаспектне явище, яке складно охарактеризувати за допомогою одновимірних шкал. Для характеристики спроможності пропонується використовувати низку показників, які всебічно розкривають якість виконання державних функцій. Одним із таких підходів є використання показників індикаторів урядування, вимірюваних Світовим банком. Аналіз їх динаміки для України подано на рис. 1.

На рис. 1 можна простежити чотири етапи зміни значень показників інституціонального характеру. Перший (1996–2004 рр.) – етап конвергенції індикаторів, коли в країні поліпшувалися контроль корупції, верховенство закону, ефективність уряду, водночас погіршувалися політична стабільність, гласність та підзвітність державних органів і якість законодавства. Другий (2005–2009 рр.) – етап зростання більшості показників, окрім контролю корупції та ефективності уряду. Третій етап (2010–2013 рр.) – етап скорочення майже всіх показників, крім ефективності уряду та верховенства закону. Четвертий етап (2014–2018 рр.) – етап дивергенції всіх показників, окрім якості законодавства та гласності й підзвітності державних органів. Таким чином, Україна потрапила у своєрідну пастку низької ефективності урядування, коли протягом 23 років фактично жоден з урядів не зміг досягти зростання значень хоча б одного показника понад 51 бал.

Для порівняння розглянемо країни ЄС, в яких, відповідно до даних Світового банку [7], індикатор гласності та підзвітності державних органів у 2018 р. становить від 58 (Угорщина) до 100 (Швеція); політичної стабільності – від 41 (Греція) до 96 (Люксембург); ефективності уряду – від 46 (Румунія) до 97 (Нідерланди); якості законодавства – від 63 (Греція) до 99 (Нідерланди); верховенства закону – від 52 (Болгарія) до 100 (Фінляндія) та контролю корупції – від 50 (Латвія) до 99 (Данія, Фінляндія). Що стосується сусідів України – колишніх радянських республік Білорусі, Молдови та Російської Федерації, – то вони також мають низькі значення показників, що не перевищують позначку у 54 бали.

Який механізм дасть змогу створити (або трансформувати) потрібні інституції та які функції слід їм призначити для підвищення ефективності урядування, а отже, до збільшення державної інституційної спроможності, – відповісти на ці питання досить складно. Найчастіше оптимізація здійснюється методом спроб і помилок, через використання іноземного позитивного і негативного досвіду та власних розробок. Як зазначив Ха-Джу Чанг, «на найзагальнішому рівні ми можемо сказати, що



Рис. 1. Динаміка показників якості врядування в Україні, 1996–2018 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [7]

існують певні функції, які інституції повинні виконувати для забезпечення економічного розвитку, та існують певні типи інституцій, які можуть виконувати ці функції якнайкраще. Однак складність полягає у тому, що ми не можемо скласти узгоджений перелік таких «суттєвих» функцій, ні визначити, якими конкретно типами інституцій вони мають виконуватися» [8].

Реалізація промислової політики є однією з тих сфер діяльності держави, в якій останнім часом констатується низька державна спроможність [9]. Якщо визначити ефективність урядування в промисловому комплексі через обсяг державних інвестицій у промисловість на 1 грн витрат на утримання відповідних органів виконавчої влади (рис. 2), то ситуація у 2002–2018 рр. характеризується переважно спадним трендом: із року в рік утримання урядових установ, що регулюють промисловий розвиток, обходиться все дорожче. Так само спостерігається й скорочення частки переробної промисловості у ВВП України. Тож розширення органів, що здійснюють регулювання промислового розвитку, не є доцільним. Натомість пропонується зосередитися на забезпеченні спроможності існуючих інституцій на центральному та місцевому рівнях, підвищенні якості їхньої діяльності та усуненні неузгодженостей між суміжними стратегіями і заходами державних політик.

Отже, органи державної влади, що здійснюють регулювання промислового розвитку, характеризуються недостатньою інституційною спроможністю

в Україні – це неякісне управління, неефективні механізми врегулювання спорів, система моніторингу та оцінки і захисні заходи. Проблема підвищення інституційної спроможності найчастіше є завданням несекторальних стратегій та програм і виникає у зв'язку з необхідністю виконання нових функцій державними установами та організаціями.

Велике значення мають інститути, що безпосередньо відповідають за ініціацію, розроблення, відбір та реалізацію великих проєктів та програм. До них відносяться системи наукових досліджень, національна інноваційна система та система стратегічного планування [12]. Часто інституційна спроможність пов'язується з визначенням системи національних та регіональних цілей та пріоритетів, плануванням, моніторингом та оцінкою ефективності впроваджуваних політик, забезпеченням стійкості результатів та зниженням ризиків під час реалізації планових заходів, взаємодією між органами влади, бізнесом та міжнародними організаціями, оптимізацією структури, функцій та принципів діяльності державних органів, удосконаленням механізму виконання правових актів.

Позитивним у цьому сенсі є досвід таких європейських країн, як Північна Македонія та Португалія.

У 2010 р. уряд Північної Македонії започаткував проєкт за підтримки Євросоюзу «Розбудова спроможності інституцій, залучених до впровадження промислової політики» [13] для забезпечення сталого зростання, зростання конкурентоспроможності приватного сектору та забезпечення



Рис. 2. Динаміка державних видатків на утримання виконавчих органів влади, що здійснюють регулювання промислового розвитку, грн на 1 грн державних інвестицій у промисловість, та частки переробної промисловості у ВВП України, %, 2002–2018 рр.

Джерело: розраховано та побудовано автором на основі [10; 11]

сприятливого інвестиційного середовища та зайнятості, заснованих на знаннях та інноваційному розвитку. Проектом передбачалося посилення спроможності Міністерства економіки імплементувати та здійснювати моніторинг за проактивною промисловою політикою, що сприятиме створенню та виконанню ефективних програмних та дієвих ініціатив у підтримку зростання та конкурентоспроможності промисловості. Потреба в трансформації системи державного регулювання промисловості була викликана незадовільною структурою економіки, залежністю промислових виробників від імпорتنих енергоносіїв, від'ємним сальдо торговельного балансу. Проект передбачав розбудову інституцій і розроблення й упровадження програм та заходів у чотирьох пріоритетних сферах (інновації, екологічні ініціативи, прискорення та інтернаціоналізація партнерства з бізнесом, сприяння консультаціям із бізнес-спільнотою).

Позитивні наслідки розбудови інституційної спроможності у Північній Македонії відбилися на макроекономічних показниках уже в 2011 р. За даними UNIDO [14], зріс індекс промислової конкурентоздатності з 0,02 до 0,03, що перемістило країну в рейтингу з 89-го місця на 84-е, а станом на 2016 р. вона знаходилася на 78-му місці. Додана вартість переробної промисловості

на одну особу збільшилася з 448,19 дол. США до 502,17 дол. США у 2011 р. та 685,98 у 2016 р., а її експорт на одну особу зріс відповідно з 1445,04 дол. США до 1952,29 у 2011 р. та 2128,51 дол. США у 2016 р. Частка середньо- та високотехнологічного експорту в експорті переробної промисловості збільшилася з 31% до 60% за 2010–2016 рр. Частка доданої вартості переробної промисловості у ВВП зросла з 10% до 13% за той самий період. Індекс якості експорту підвищився на 0,14 і досяг значення 0,79 у 2016 р. Індекс інтенсивності індустріалізації збільшився з 0,25 до 0,33.

Заходи з формування сприятливого інституційного середовища та інституційної спроможності в Португалії стали актуальними у зв'язку з кризою 2008 р., з якої країна повноцінно не могла вийти декілька років поспіль. Португальська промисловість є переважно низькотехнологічною, створює низьку додану вартість та продукцію, яка не має значного попиту на зовнішніх ринках. Найбільш продуктивними секторами виступають трудомісткі види діяльності, але вони не мають значного торговельного потенціалу у зв'язку з високою міжнародною конкуренцією. Крім того, інтеграція до СОТ та ЄС мала наслідком появу низки обмежень у реалізації державної політики, яких не

існувало в той час, коли розвивалися найбагатші країни світу. Тому її метою стали трансформація структури економіки та перегляд виробничої спеціалізації. Для цього уряд досить успішно використав низку інструментів, до яких відносяться:

1. Податкові пільги для інвестицій договірного характеру, які становлять особливий інтерес для національної економіки. Серед галузей, яким надавалися пільги, переважали низько- та середньотехнологічні сектори економіки: целюлозно-паперова, хімічна, металургійна та харчова промисловість, але також вони були спрямовані на перспективні сектори промисловості: фармацевтичну, електронну та автомобільну.

2. Податкові пільги для досліджень і розробок приватного сектору.

3. Прямі інвестиційна підтримка бізнесу, основою якої є Політика єдності ЄС. Національна рамкова програма стратегічної орієнтації (NSRF) стала базою для формування цілеспрямованого підходу до стимулювання інноваційної діяльності в усіх секторах економіки, але з акцентом на найбільш пріоритетні для структурної перебудови сфери діяльності.

4. «Мобі.Е» – програма розвитку мережі електрозарядних станцій, яка передбачає складну систему розподілу прав власності та доходів від проєкту серед постачальників електроенергії та власників станцій.

Після економічної кризи 2008–2009 рр., за даними UNIDO [14], показники промислового розвитку вдалося відновити вже у 2016 р. Країна опинилася на 35-й позиції за рівнем промислового розвитку. Індекс інтенсивності індустріалізації підвищився з 0,30 у 2009 р. до 0,33 у 2016 р. на тлі фактично незмінних показників обсягів виробництва, але за зростання частки експорту переробної промисловості в загальному експорті.

Досвід Португалії демонструє значну відмінність в інституційних формах взаємодії держави з приватним сектором, по-перше, з погляду міри охоплення бенефіціарів державної підтримки, що пов'язано з більш-менш періодичним характером такої підтримки; по-друге, стосовно рівня концентрації відповідних навичок у державних установах, відповідальних за розроблення, реалізацію та моніторинг політики. Високий рівень концентрації навичок дає змогу охопити значну кількість бенефіціарів, використовуючи такий інструмент, як податкові пільги на дослідження й розробки; незначну – під час запровадження секторальних програм. Наявність великої кількості бенефіціарів спонукає більш ретельно вивчати ефективність, дієвість та законність промислової політики. Компанії-бенефіціари, як правило, піддають сумніву процедури розподілу державної підтримки, а компанії, яким відмовлено у підтримці, схильні піддавати сумніву критерії відбору та механізми прийняття рішень.

Тому урядові інституції часто піддаються громадському тиску, реагують на нього зміною цілей політики та інституційних механізмів, пов'язаних з її реалізацією. Втім, чим довше та частіше реалізується програма, тим кращих результатів вона досягає, оскільки повторення процедур сприяє оптимізації та укріпленню критеріїв та механізмів оцінки й відбору проєктів.

Тому для уникнення тиску на державу з метою перегляду та запобігання набуттю промисловою політикою популістських рис можна використати таку схему прийняття інституціональних рішень для зниження ризиків витіснення державних інтересів приватними (рис. 3).

Певно, що європейський досвід має знайти своє відображення у промисловій політиці України, яка активно інтегрується до Європейського Союзу. Втім, уроки попередніх спроб необґрунтованого трансферу інструментів та заходів промислової політики в українську економіку теж слід урахувати. Копіювання досвіду Польщі у цілому не мало однозначно позитивних результатів. Зокрема, це стосується створення спеціальних економічних зон (далі – СЕЗ), які у Польщі сприяли залученню інвестицій в обсязі понад 20 млрд. євро, а в Україні асоціювалися зі зловживанням пільгами, незаконними обладнаннями із землею, низькою захищеністю іноземного інвестора від рейдерства тощо.

Багато ініціатив зі сприяння промислового розвитку, зокрема створення індустріальних парків у Словацькій Республіці, надходили від муніципалітетів. В Україні підвищення спроможності місцевих органів влади та самоврядування пов'язаний із реформою децентралізації, яку поки не завершено. Невирішеним залишається питання наповнення місцевих бюджетів в обсязі, достатньому не лише для життєзабезпечення об'єднаних територіальних громад, а й для реалізації інвестиційних проєктів, тому очікувати на стрімкий розвиток регіонів України в короткостроковому періоді не доводиться. Реформа децентралізації може дати позитивні результати для промислового розвитку за узгодження законодавства, реалізації програм підвищення кваліфікації персоналу місцевих органів влади та самоврядування, просвітницької діяльності серед місцевих громад.

Отже, зарубіжний та вітчизняний досвід дає уявлення про ті характеристики, якими має володіти дієва інституційна основа розроблення та успішної реалізації промислової політики:

1. Узгодженість. Послідовне встановлення пріоритетів промислової політики запобігатиме розсіюванню фінансових та адміністративних ресурсів, спрямованих на виконання програм та заходів. Мають бути чітко визначені відповідальність кожної інституції, її функціональне наповнення та сфера повноважень для забезпечення адекватного контролю над реалізацією промислової політики.

Обсяг охоплення приватних бенефіціарів

Ступінь розсіювання релевантних навичок в інституціях державного управління	Високий	Високий	Низький
	Високий	Загальне пояснення пріоритетів державної політики. Залучення державних установ, що мають відношення до процесів розроблення, впровадження, моніторингу та оцінки, з різними політичними повноваженнями. Оприлюднення списків бенефіціарів, обсягів фінансування та використаних критеріїв для відбору.	Детальне роз'яснення пріоритетів промислової політики. Залучення різних державних установ у впровадження заходів політики. Оприлюднення списків бенефіціарів, обсягів фінансування та використаних критеріїв для відбору разом із ходом прийняття рішень. Потребує механізмів контролю з боку незалежних від виконавчої влади інституцій (парламентський та громадський аудит).
Низький	Детальне роз'яснення пріоритетів промислової політики. Оприлюднення списків бенефіціарів, обсягів фінансування та використаних критеріїв для відбору разом із ходом прийняття рішень. Релевантна оцінка процесів, що відбуваються поза впровадженням політики.	Встановлення цілей та обставин для припинення державної підтримки. Потребує механізмів контролю з боку незалежних від виконавчої влади інституцій (парламентський та громадський аудит) та незалежного оцінювання реалізації політики.	

Рис. 3. Інституційні рішення для зниження ризиків витіснення державних інтересів приватними

Джерело: складено за [15]

2. Стратегічна співпраця між державою, бізнесом та дослідницькими установами. Такий діалог може бути ефективно налагоджений в умовах існування взаємної довіри, традицій такої співпраці, інституцій, які можуть цьому сприяти: торгово-промислових палат, бізнес-асоціацій, відповідних підрозділів в урядових установах. У результаті така співпраця має призвести до комплементарної взаємодії: там, де можливості держави слабкі, має посилюватися роль бізнесу, і навпаки.

3. Компетентність державної бюрократії. Розроблення та реалізація ефективної промислової політики значною мірою залежать від сильної та компетентної державної бюрократії, яка має пов'язуватися з бізнес-спільнотою і розуміти її потреби. Водночас вона має зберігати відносну автономію для дотримання цілей промислової політики, встановлених державою, та для запобігання служінню інтересам лише окремих галузей. Саме ця риса стала визначальною в успіху реформ країн Східної Азії [15].

4. Нівелювання розподільчих конфліктів. Секторальна підтримка підприємств як інструмент промислової політики тягне за собою отримання ними надвисокої ренти і порушує дію конкурентного механізму. Управління такою рентою є центральним елементом ефективної промислової політики.

5. Розвиток професійної освіти. Недостатня або невідповідна кваліфікація робітників є серйозною перешкодою для зростання промислового

бізнесу. Якою б не була ефективною промисловою політикою, за відсутності висококваліфікованих кадрів вона буде мати обмежений ефект.

Висновки з проведеного дослідження. Інституційна спроможність держави виступає сьогодні ключовою детермінантою успішності реформ у сфері промисловості. Імплементация промислової політики для досягнення високих темпів зростання промисловості України, підвищення її конкурентоспроможності має здійснюватися з усвідомленням державними інституціями цілей, механізмів реалізації такої політики та її очікуваних результатів.

В Україні реалізація державних функцій із розвитку промислового сектору поки що неефективна: цілі та завдання, які ставляться урядами, повною мірою не досягаються й не вирішуються, а іноді відкладаються на невизначений строк чи взагалі скасовуються. Тож досвід таких європейських країн, як Північна Македонія та Португалія, які свого часу зіткнулися з тими ж проблемами, демонструє, що системні та цілеспрямовані дії на підвищення інституційної спроможності уряду реалізовувати промислові реформи дають змогу поліпшити показники діяльності національної економіки, зокрема сектору переробної промисловості. Особливо це стосується вибору інструментів промислової політики, узгодження законодавства так, щоб дотримуватися балансу інтересів усіх зацікавлених сторін економічних реформ, та інституційних форм діалогу між бізнесом та державою.

Дієва інституційна основа для імплементації ефективної промислової політики має включати інститути взаємодії держави та бізнесу із залученням наукових, освітніх, громадських організацій; оптимальний організаційний дизайн урядових структур та інституцій із чітко визначеними функціями та повноваженнями, компетентними працівниками; чіткі та прозорі механізми розроблення стратегій та програм промислової політики, моніторингу та оцінювання результатів її впровадження; дієві механізми фінансової, організаційної та консультаційної підтримки бізнесу; нівелювання розподільчих конфліктів та узгодженість законодавчої бази.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Tilly C. The formation of national states in Western Europe (Studies in political development). Princeton : Princeton University, 1975. 711 p.
2. Tilly C. Democracy. New York : Cambridge University Press, 2007. 234 p.
3. Kjær M., Hansen O.H., Thomsen J.P. Conceptualizing State Capacity. *DEMSTAR Research Paper*. 2002. № 6. 31 p.
4. Weaver R.K., Rockman B.A. (eds.). Do Institutions Matter? Government Capabilities in the United States and Abroad. Washington D.C. : The Brookings Institution, 1993. 498 p.
5. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія / В.М. Геєць та ін. ; за ред. В.М. Геєця. Харків : ІНЖЕК, 2006. 240 с.
6. Мелешкина Е.Ю. Государственная состоятельность постсоветских территориальных политий. *Сравнительная политика*. 2012. № 1. С. 118–132.
7. The Worldwide Governance Indicators. The World Bank. URL: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/#home> (дата звернення 12.11.2019).
8. Chang H.-J. Institutional Change and Economic Development. United Nations University Press. 2007. 330 p.
9. Юрчак О. Консолідація експертів – як найбільша цінність і як бар'єр № 1. *Investgazeta*. 06.08.2019. URL: <https://investgazeta.ua/blogs/konsolidatsiya-ekspertiv-yak-najbilsha-tsinnist-i-yak-bar-er-1> (дата звернення: 10.10.2019).
10. Закони України «Про Державний бюджет України» на 2000–2019 рр. URL: <https://rada.gov.ua/> (дата звернення: 07.11.2019).
11. Державна служба статистики України : офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 13.11.2019).
12. Ленчук Е.Б. Формирование промышленной политики России в контексте задач новой индустриализации. *Журнал Новой экономической ассоциации*. 2018. № 3(39). С. 138–145.
13. The European Union. PF 2.1. Capacity Building to Institutions Involved in Implementation of the Industrial Policy, 2010. URL: http://eeas.europa.eu/archives/delegations/the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/documents/eu_the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/pf_2_1_2010.pdf (дата звернення: 25.10.2019).
14. UNIDO. CIP2019. URL: <https://stat.unido.org/database/CIP%202019> (дата звернення: 19.11.2019).
15. Mamede R.P., Feio P.A. Institutional conditions for effective and legitimate industrial policies: the case of Portugal. *Dinamia CET, WP*. 2012. № 2012/13. URL: http://home.iscte-iul.pt/~rpme/Documentos/RPM-PAF_2012_Dinamia.pdf (дата звернення: 10.10.2019).

REFERENCES:

1. Tilly C. (1975) The formation of national states in Western Europe (Studies in political development). Princeton: Princeton University.
2. Tilly C. (2007) Democracy. New York: Cambridge University Press. 234 p.
3. Kjær M., Hansen O.H., Thomsen J.P. (2002) Conceptualizing State Capacity. DEMSTAR Research Paper No. 6.
4. Weaver R.K., Rockman B.A. (eds.) (1993) Do Institutions Matter? Government Capabilities in the United States and Abroad. Washington D.C.: The Brookings Institution.
5. Heyets V. (ed.) (2006) Modeliuvannia ekonomichnoyi bezpeky: derzhava, region, pidpriemstvo: monografiia [Modeling the economic security: a state, a region, an enterprise: monograph]. Kh.: VD "INZHEK". 240 p. (in Ukrainian)
6. Meleshkina E.Yu. (2012) Gosudarstvennaya sostoyatel'nost postsovetskih territorialnyh polityi [State capacity of post-Soviet territorial polities]. *Sravnitel'naya politika*. no. 1, pp. 118-132.
7. The Worldwide Governance Indicators (2019) The World Bank. URL: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/#home> (accessed 12 November 2019)
8. Chang H.-J. (2007) Institutional Change and Economic Development. United Nations University Press. 330 p.
9. Yurchak O. (2019) Konsolidatsiya ekspertiv – yak naybilsha tsinnist i yak barier №1 [Experts' consolidation – as a greatest value and a barrier No 1]. *Investgazeta*. Available at: <https://investgazeta.ua/blogs/konsolidatsiya-ekspertiv-yak-najbilsha-tsinnist-i-yak-bar-er-1> (accessed 10 October 2019).
10. Laws of Ukraine "On State Budget of Ukraine" for 2000-2019. Available at: <https://rada.gov.ua/> (accessed 07 November 2019).
11. State Statistics Service of Ukraine (2019) Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 13 November 2019).
12. Lenchuk E.B. (2018) Formirovanie promyshlennoy polityki Rossii v kontekste zadach novoy industrializatsii [The formation of industrial policy of Russia in the contexts of new industrialization tasks]. *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii*. no. 3(39), pp. 138–145.
13. The European Union (2010) PF 2.1. Capacity Building to Institutions Involved in Implementation of the Industrial Policy. Available at: http://eeas.europa.eu/archives/delegations/the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/documents/eu_the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/pf_2_1_2010.pdf (accessed 25 October 2019).
14. UNIDO (2019) CIP2019. Available at: <https://stat.unido.org/database/CIP%202019> (accessed 19 November 2019).
15. Mamede R.P., Feio P.A. (2012) Institutional conditions for effective and legitimate industrial policies: the case of Portugal. *Dinamia CET, WP* №2012/13, 2012. Available at: http://home.iscte-iul.pt/~rpme/Documentos/RPM-PAF_2012_Dinamia.pdf (accessed 10 October 2019).

ПДВ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ СТЯГНЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ

VAT IN UKRAINE: IMPLEMENTATION PROBLEMS AND PROSPECTS OF IMPLEMENTATION OF FOREIGN EXPERIENCE

УДК 336.226.322:005.336.4(477+4)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-18>

Швець Ю.О.

к.е.н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Запорізький національний університет

Мозолєвська А.І.

студентка
Запорізький національний університет

Shvets Yuliya

Zaporizhzhia National University

Mosolevskaya Anastasia

Zaporizhzhia National University

У статті проаналізовано податок на додану вартість. Представлено актуальність статті, сутність ПДВ і ступінь його значення для країни. Розглянуто показники надходжень податку на додану вартість до бюджету країни. З'ясовано, що податок на додану вартість є основним бюджетоутворюючим податком країни. Наведено напрями підвищення фіскальної та регулюючої ефективності податку на додану вартість в Україні. Проаналізовано європейський досвід стягнення ПДВ. Здійснено аналіз податкових надходжень до бюджету України за 2014–2018 рр. за всіма видами податку. Виокремлено проблеми та вдосконалення стягнення податку на додану вартість. Розглянуто ставки ПДВ деяких країн ЄС і проведено їх порівняння з українськими ставками ПДВ. Визначено напрями вдосконалення ПДВ з урахуванням досвіду ЄС. Запропоновано внести зміни до законодавства для підвищення ефективності оподаткування і прозорості системи адміністрування ПДВ.

Ключові слова: податки, європейський досвід, стандартні і знижені ставки ПДВ, податок на додану вартість, диференційовані ставки.

В статье проанализирован налог на добавленную стоимость. Представлены

актуальность статьи, сущность НДС и степень его значения для страны. Рассмотрены показатели поступлений налога на добавленную стоимость в бюджет страны. Выяснено, что налог на добавленную стоимость является основным бюджетообразующим налогом страны. Приведены направления повышения фискальной и регулирующей эффективности налога на добавленную стоимость в Украине. Проанализирован европейский опыт взимания НДС. Осуществлен анализ налоговых поступлений в бюджет Украины за 2014–2018 гг. по всем видам налога. Выделены проблемы и усовершенствования взимания налога на добавленную стоимость. Рассмотрены ставки НДС некоторых стран ЕС и проведено их сравнение с украинскими ставками НДС. Определены направления совершенствования НДС с учетом опыта ЕС. Предложено внести изменения в законодательство для повышения эффективности налогообложения и прозрачности системы администрирования НДС.

Ключевые слова: налоги, европейский опыт, стандартные и пониженные ставки НДС, налог на добавленную стоимость, дифференцированные ставки.

The article analyzes the value added tax. The article substantiates conceptual directions of further improvement of mechanisms of their collection. In the field of VAT, the following are: elimination of inefficient benefits; ensuring timely compensation; simplify VAT administration, apply EU Member States' experience on differentiated rates in order to strengthen fiscal and regulatory tax efficiency, eliminate VAT fraudulent schemes, and further improve legislation and ultimately adapt it to EU requirements. The authors present the relevance of the article, the essence of VAT and the degree of its importance for the country. The indicators of value added tax revenue to the country's budget are considered. The directions of increasing the fiscal and regulatory effectiveness of value added tax in Ukraine are given. The European experience of collecting VAT is analyzed. The analysis of tax revenues to the budget of Ukraine for 2014 - 2018 was carried out. For all types of tax. Problems and improvements in the collection of value added tax were highlighted. The article considers the VAT rates of some EU countries and compares them with Ukrainian VAT rates. Directions for improving VAT are identified taking into account the experience of the EU. It is also proposed to amend the legislation to increase the efficiency of taxation and the transparency of the VAT administration system. The main problem with VAT collection in Ukraine is tax evasion. Minimizing VAT has become critical, as evidenced by low tax productivity with a fairly limited number of tax benefits, which ideally should be the only factor reducing productivity. The most important direction of transformation of the domestic VAT system should cover all activities of the authorities to eliminate the defective properties of the current legislation, ensuring the stability of the legal field and its systematization in a single legislative act, namely the CCU. The completion of the adaptation of VAT legislation to the EU, which Ukraine has undertaken to implement in accordance with the Association Agreement between Ukraine and the EU, may be a guarantee of the successful integration of Ukraine into the European community.

Key words: taxes, European experience, standard and reduced VAT rates, value added tax, differentiated rates.

Постановка проблеми. Сьогодні великого значення набуває проблема своєчасного забезпечення грошовими ресурсами дохідної частини державного бюджету. Розв'язання даної проблеми залежить від ефективності діяльності податкової служби, а також від розроблення науково обґрунтованої системи оподаткування, яка б відповідала реаліям сьогоdnішнього дня, забезпечувала зростання податкових надходжень до бюджету та підвищувала рівень збору податкових платежів. Податок на додану вартість (далі – ПДВ) – це основний бюджетоутворюючий податок в Україні, який має складний механізм його адміністрування, що пов'язано з високим рівнем податкового боргу, ухиленням від сплати, податковими пільгами. Невідповідність між податковими надходженнями ПДВ

до бюджету та фінансовими потребами держави загострює проблему підвищення ефективності функціонування цього податку та пошуку резервів щодо збільшення надходжень цього податку [2].

Поліпшення системи адміністрування ПДВ має забезпечити створення надійної бази для розвитку бізнесу через своєчасне його відшкодування та зниження витрат на сплату за рахунок ухилення від сплати податку тощо. Зміни в законодавстві з питань оподаткування зумовлюють актуальність дослідження напрямів поліпшення механізмів функціонування ПДВ, особливо в контексті євроінтеграційних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стан податкової системи України, її розвиток та особливості функціонування вивчали багато

науковців: І.В. Барановська [1], Г.С. Морозова [2], Є.М. Руденко [2], Н.В. Проць [3], О.М. Тимченко [4] та ін.

Вченими досліджено концептуальні основи податкової системи в контексті фіскальної та економічної ефективності, розвинуто теоретико-методологічні підходи до визначення фіскальної результативності та ефективності оподаткування як на державному, так і на місцевому рівні. Також науковцями вивчено проблеми фіскальної оптимізації в Україні та запропоновано шляхи їх вирішення з урахуванням досвіду зарубіжних країн.

Незважаючи на значну кількість публікацій із цієї проблематики, сьогодні в умовах соціально-економічних трансформацій в Україні залишаються недостатньо дослідженими важливі питання оцінки адміністрування ПДВ, зокрема усунення низки проблем, що призводять до його зниження. Ці обставини зумовлюють актуальність теми статті та її зміст.

Постановка завдання. Метою статті є проведення аналізу надходжень податку на додану вартість до бюджету держави, визначення особливостей функціонування податкової системи України, аналіз податкових надходжень країн ЄС, виокремлення проблем та вдосконалення стягнення ПДВ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що податки є однією з основних ланок економічних відносин у суспільстві, а також головною формою доходів держави. Вони є важливим інструментом впливу держави на соціально-економічні процеси, що в ній відбуваються.

ПДВ – це непрямий податок, який нараховується та сплачується згідно з нормами роз-

ділу V Податкового кодексу України (далі – ПКУ) (пп. 14.1.178) [5]. Податок на додану вартість в Україні був уведений 1 січня 1992 р. У сучасних умовах порядок сплати й обчислення ПДВ регламентується ПКУ [6].

ПДВ є одним із найголовніших джерел формування бюджету та важливою фінансовою базою держави. За статистикою у більшості країн, що застосовують у своїх податкових системах ПДВ, цей податок забезпечує до 30% стабільних доходів державного бюджету.

Проаналізуємо фіскальну значимість та динаміку надходжень ПДВ за 2014–2018 рр. (табл. 1).

Динаміку фіскальної значимості ПДВ за 2014–2018 рр. продемонстровано на рис. 1.

Отже, як бачимо з даних табл. 1 та рис. 1, протягом 2014–2018 рр. фіскальна значимість ПДВ мала нестабільну динаміку. Фіскальна значимість ПДВ у бюджеті держави коливається в межах від 41,15% до 47,84%, а середнє значення – 46,02%. У 2018 р. порівняно з 2017 р. даний показник зменшився на 0,26%. Отже, можна сказати, що ПДВ займає провідне місце у формуванні державного бюджету України.

Фіскальна значимість ПДВ у ВВП держави протягом 2014–2018 рр. коливається від 13,86% до 17,75%, а середнє значення – 16,3%. Можна зробити висновок, що ПДВ має значний вплив на перерозподіл ВВП через бюджет країни.

Суми ПДВ, які були сплачені з увезених імпортованих товарів, перевищують суми податку сплачених із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) (табл. 2).

Таблиця 1

Показники надходжень ПДВ та відсотків фіскальної значимості ПДВ за 2014–2018 рр.

Показники	Рік					Відхилення,% 2018/2017
	2014	2015	2016	2017	2018	
Надходження ПДВ, млн грн	189 241	246 858	329 911	434 041	506 168	116,62
Доходи держ. бюджету, млн грн	405 182	599 956	706 509	907 358	1 060 922	116,92
Доходи місцевого бюджету, млн грн	89017	120480	170645	229491	262251,0	114,28
ВВП, млн грн	1365123	1430290	2034430	2445587	3083409	126,08
Фіскальна значимість ПДВ у бюджеті держави, %	46,71	41,15	46,70	47,84	47,71	99,74
Фіскальна значимість ПДВ у ВВП держави, %	13,86	17,26	16,22	17,75	16,42	92,49

Джерело: складено авторами за даними [7-9]

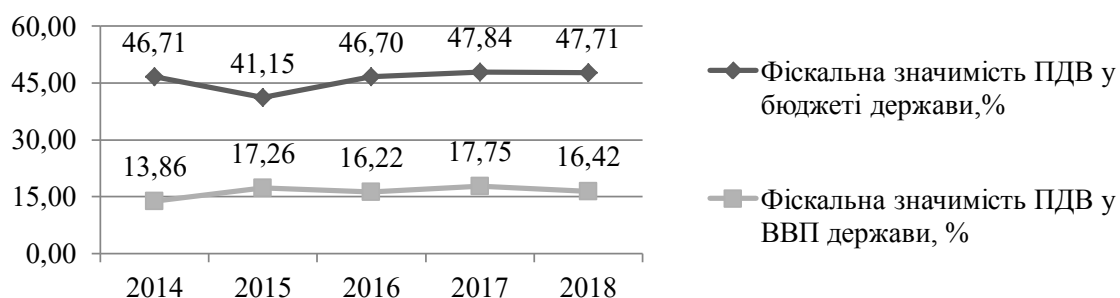


Рис. 1. Динаміка фіскальної значимості ПДВ за 2014–2018 рр.,%

Джерело: складено авторами за даними [7-9]

Таблиця 2

Показники надходжень ПДВ до державного бюджету України за 2014–2018 рр.

№	Показник	Од. виміру	Рік					Відхилення, %
			2014	2015	2016	2017	2018	2018/2017
1	ПДВ з вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) з урахуванням бюдж. відшкод.	млрд грн	31	39	54	63	66	104,76
		% до надходжень ПДВ	25	23	24	22	21	95,45
2	ПДВ із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг)	млрд грн	81	107	139	180	194	107,78
3	Бюджетне відшкодування ПДВ грошовими коштами	млрд грн	50	68	94	120	142	118,33
4	ПДВ із увезених на територію України товарів	млрд грн	107	139	182	251	274	109,16
		% до надходжень ПДВ	75	77	78	77	76	98,70

Джерело: складено авторами за даними [7-9]

Отже, ПДВ вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) за вирахуванням бюджетного відшкодування протягом 2014–2018 рр. щороку збільшується. У відсотках цей показник коливається в межах 21–25% надходжень ПДВ до державного бюджету. ПДВ із вироблених товарів у 2018 р. порівняно з 2017 р. збільшився на 7,78%.

Бюджетне відшкодування ПДВ грошовими коштами у 2018 р. збільшилося на 18,33% порівняно з 2017 р., а ПДВ з увезених на територію України товарів у 2018 р. збільшився на 9,16%.

На рис. 2 продемонстровано динаміку надходжень та відшкодування ПДВ за 2014–2018 рр.

Отже, як можна бачимо з рис. 2, за 2014–2018 рр. показники надходжень ПДВ до державного бюджету кожного року зростають, тому суми бюджетної заборгованості поступово зменшуються.

Доцільно буде розглянути європейський досвід системи непрямих оподаткування.

Одним із найголовніших кроків європейських країн на шляху до впорядкування та гармонізації непрямих податків стала заміна в державах – членах ЄС податку з обороту податком на додану вартість. Це відбулося шляхом прийняття відповідних нормативно-правових актів.

Вагомим внеском у цьому питанні є прийняття Шостої директиви Ради 77/388 від 17.05.1977

«Про гармонізацію законодавства держав-членів у сфері податків з обороту – спільна система податку на додану вартість: єдині умови обчислення», яка стала основним документом, в якому системно представлено положення гармонізованого законодавства ЄС про непрямі податки [10, с. 101].

Таким чином, незважаючи на високий рівень адаптації законодавства до гармонізованих норм ЄС, вітчизняна практика адміністрування ПДВ має, на нашу думку, багато вад і недоліків, про що неодноразово зазначалося в роботах різних фахівців.

ПДВ – найзначніший за обсягом з усіх податків, які нараховуються в державний бюджет і є найбільшим за обсягом джерелом доходів держави. Для підтвердження цього порівнюємо ПДВ з іншими податками (табл. 3).

Отже, як бачимо з табл. 3, ПДВ у 2014–2018 рр. має найбільше значення сукупних податкових надходжень до державного бюджету порівняно з іншими податками. Так, наприклад, у 2018 р. ПДВ збільшився на 16,62% порівняно з 2017 р.

Аналіз економічної літератури дає змогу виокремити головні проблеми механізму стягнення ПДВ в Україні.

По-перше – недосконалість законодавства країни. На думку науковців, Податковий кодекс України

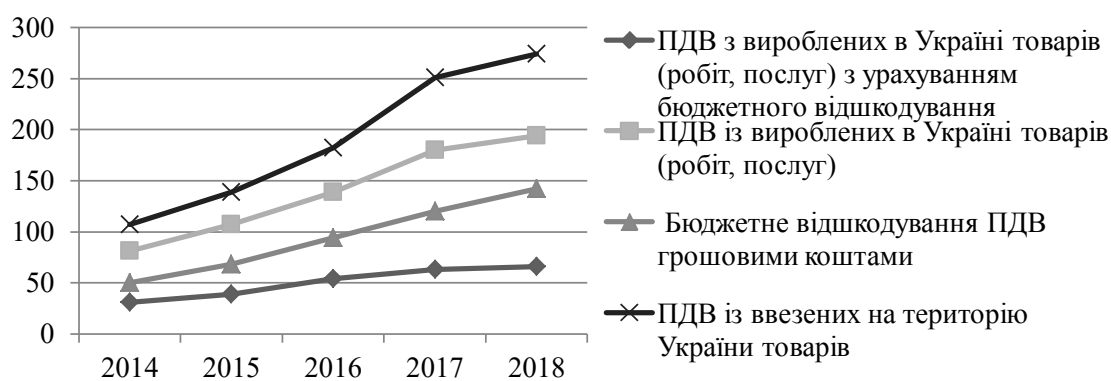


Рис. 2. Динаміка надходжень та відшкодування ПДВ за 2014–2018 рр.

Джерело: складено авторами за даними [7-9]

Податкові надходження до бюджету України за 2014–2018 рр.

Показник	Рік					Відхилення, %
	2014	2015	2016	2017	2018	2018/2017
ПДВ, млн грн	189 241	246 858	329 911	434 041	506 168	116,62
Податок на доходи фізичних осіб, млн грн	75 203	99 983	138 782	185 686	226 771	122,13
Акцизний податок, млн грн	45 100	70 795	101 751	121 449	137 726	113,40
Податок на прибуток підприємства, млн грн	40 201	39 053	60 223	73 397	91 109	124,13
Місцеві податки і збори, млн грн	8 056	27 041	42 261	53 282	58 902	110,55
Плата за користування надрами, млн грн	19 620	38 008	40 781	44 979	43 852	97,49
Ввізне мито, млн грн	12 389	39 881	20 001	23 898	28 077	117,49
Інше	15 835	14 421	11 476	11 487	19 031	165,67

Джерело: складено автором за даними [11]

не вирішує всіх проблем попереднього законодавства у рамках адміністрування ПДВ [12, с. 312].

По-друге – наявність неефективних пільг із ПДВ. Треба відзначити, що в 2005 р. велику кількість пільг було скасовано, проте сьогодні обсяг звільнень від ПДВ залишається значним.

По-третє – висока ставка ПДВ. В Україні вона становить 20%, і це може стримувати економічну активність країни. Дана ставка забезпечує фіскальну функцію ПДВ, проте не реалізує інших функцій.

Треба зазначити, що головною проблемою зі стягнення ПДВ в Україні є ухилення від сплати податку. Мінімізація сплати ПДВ набула критичного обсягу, про що свідчить низька продуктивність податку за досить обмеженої кількості податкових пільг, які в ідеалі мають бути єдиним чинником, що знижують продуктивність [12, с. 279].

З урахуванням досліджень видатних економістів та науковців, а також законодавчих актів влади можемо виокремити такі напрями вдосконалення ПДВ на підставі досвіду ЄС:

а) ліквідація неефективних пільг із ПДВ. Слід використовувати методику, яка застосовується у країнах ЄС, а саме зменшення ставки ПДВ і відмова від інших пільг [13, с. 93];

б) упровадження диференційованих ставок ПДВ. Цей напрям удосконалення ПДВ зменшить негативний вплив високої ставки на рівень добробуту незаможних верств населення [14, с. 214];

в) своєчасне відшкодування ПДВ та недопущення ухилення від сплати податку. Своєчасне відшкодування ПДВ відіграє важливу роль для

країни, тому що це підіймає її міжнародний авторитет [15, с. 138];

г) модернізація процесів адміністрування ПДВ. Для такої системи перевагою є те, що компанії можуть швидко отримувати підтвердження ПДВ від своїх партнерів, включати механізми адміністрування ПДВ для виявлення податкових правопорушень;

д) вдосконалення законодавства у сфері ПДВ. Цей напрям повинен стати вирішальним й охоплювати всю діяльність влади, щоб своєчасно усунути неякісні законопроекти з ПДВ чинного законодавства.

У європейських країнах уведено єдину систему оподаткування ПДВ. Цю сферу регулює Директива 2006/112/ЄС від 28 листопада 2006 р. «Про спільну систему податку на додану вартість» із подальшими змінами та доповненнями. Документ установлює відповідні правила країнам-учасницям, проте вони мають можливість застосовувати свої винятки із загальних правил у таких важливих питаннях, як порядок і умови реєстрації платників податку, категорії товарів та послуг, які оподатковуються за зниженими ставками, розміри цих ставок та ін.

Стандартні і знижені ставки ПДВ у країнах – членах ЄС (станом на 01 січня 2017 р.) наведено в табл. 4 (розглянуто на прикладі Іспанії, Німеччини, Польщі, Франції та Угорщини).

Отже, як бачимо з табл. 4, стандартні та знижені ставки податку в країнах ЄС практично не відрізняються від українських (в Україні стандартна ставка податку становить 20%, а знижена – 7% або 0%).

Таблиця 4

Стандартні і знижені ставки ПДВ країн ЄС

Країна	Ставка	
	Стандартна, %	Знижена, %
Іспанія	21%	10% або 4%
Німеччина	19%	7%
Польща	23%	8%,5% або %
Франція	20%	5,5% або 2,1%
Угорщина	27%	18%, 5%

Джерело: складено автором за даними [16]

Важливим аргументом на користь збереження ПДВ для України є вимога Європейського Союзу використовувати цей податок у країнах – членах ЄС. В умовах євроінтеграційних прагнень говорити про відміну ПДВ і заміну його на податок із продажу не має особливого змісту: перебудувати податкову систему для тимчасових потреб дорого та неефективно.

Сьогодні ПДВ є основним непрямим податком у державах – членах ЄС. Окрім того, фінансові надходження від ПДВ становлять одне з основних джерел формування бюджету ЄС.

Фактичні ставки ПДВ у країнах – членах ЄС визначено національним законодавством з урахуванням директиви 77/388, в якій системно представлено положення гармонізації ЄС про ПДВ. Досвід ЄС свідчить про застосування диференційованих ставок ПДВ в Україні, вони можуть стати одним із вагомих інструментом наповнення бюджету.

Аргументом проти застосування даних ставок може стати складний процес адміністрування. Європейський досвід свідчить, що головною проблемою в адмініструванні є повернення раніше сплаченого податку.

Загалом більшість проблем під час відшкодування ПДВ пов'язано з технічною організацією процесу адміністрування, який постійно вдосконалюється. З огляду на це, розмови про те, що в Україні недосконалий механізм стягнення ПДВ, є не виправданими.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, у статті проведено аналіз надходжень податку на додану вартість до бюджету держави і виявлено, що фіскальна значимість ПДВ у бюджеті держави коливається в межах від 41,15% до 47,84%, а середнє значення – 46,02%. Це є свідченням того, що ПДВ займає значне місце у формуванні державного бюджету України. Фіскальна значимість ПДВ у ВВП держави протягом 2014–2018 рр. коливається від 13,86% до 17,75%, а середнє значення – 16,3%. Це говорить про те, що ПДВ має значний вплив на перерозподіл ВВП через бюджет країни.

Досвід ЄС свідчить про застосування диференційованих ставок ПДВ, в Україні вони можуть стати одним із вагомих інструментів наповнення бюджету. Аргументом проти застосування даних ставок може стати складний процес адміністрування.

Уважаємо, що для підвищення ефективності оподаткування і прозорості системи адміністрування ПДВ доречно внести такі зміни до законодавства:

- зменшити основну ставку податку на додану вартість;
- удосконалити процедуру адміністрування шляхом застосування принципу – «надання адміністративних послуг платнику податків відбувається в податковій службі, а не в окремому її підрозділі»;

- трансформувати механізм обліку платників податку на додану вартість, урахуваючи нормативні недоліки та технічну недосконалість;

- упровадити застосування системи єдиного рахунку для сплати податків та зборів чи інших платежів на основі досвіду держав – членів ЄС у цій сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Барановська І.В. Сучасна податкова система України з точки зору підприємця. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. Вип. 8. С. 172–183.
2. Морозова Г.С., Руденко Є.М. Вплив податку на додану вартість на формування доходів державного бюджету України. *Економіка та держава*. 2014. Вип. 8. С. 42–46.
3. Проць Н.В. Формування податкових надходжень місцевих бюджетів у контексті бюджетної децентралізації. *Фінансовий простір*. 2015. № 1(17). С. 221–227. URL: <http://fp.cibs.ck.ua/author/uk/370> (дата звернення: 21.10.2019).
4. Податкова система України. Тренінг-курс : навчальний посібник / О.М. Тимченко та ін. ; за заг. ред. О.М. Тимченко. Київ : Академія фінансового управління. 2012. 656 с.
5. Податковий кодекс України. Розділ V. Податок на додану вартість. URL: <http://sfs.gov.ua/nk/rozdil-v--podatok-na-dodanu-vartist/> (дата звернення: 22.10.2019).
6. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р., № 2755 VI. URL: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17> (дата звернення: 22.10.2019).
7. Звітність про виконання бюджетів / Державна казначейська служба України. URL: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477> (дата звернення: 21.10.2019).
8. Національні рахунки / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.10.2019).
9. Доходи бюджету України. URL: <http://cost.ua/budget/revenue/> (дата звернення: 23.10.2019).
10. Мокану К. Законодавство ЄС про податок на додану вартість. *Юридичний журнал*. 2002. Вип. 3. С. 101–104.
11. Податкові надходження до бюджету України. URL: <http://cost.ua/budget/revenue/#1> (дата звернення: 23.10.2019).
12. Бандурка О.М., Понікаров В.Д. Податкове право : науково-практичний посібник. Київ : центр учбової літератури. 2014. 312 с.
13. Кміть В.М., Сусяк В.В. Непряме оподаткування в Україні та шляхи його вдосконалення. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Економіка і управління*. 2018. Т. 29(68). Вип. 1. С. 91–96.
14. Сідельникова Л.П., Костіна Н.М. Податкова система : навчальний посібник. Київ : Ліра-К. 2018. 424 с.
15. Кміть В.М., Комарницький В.М. Проблеми і недоліки діючої системи непрямого оподаткування в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Вип. 2(07). С. 136–141.

16. Що таке ПДВ і його ставки в європейських країнах. URL: <https://fbs-tax.com/uk/mediacenter/blog-uk/what-is-vat-and-its-rates-in-european-countries/> (дата звернення: 23.10.2019).

REFERENCES:

1. Baranovskaya I.V. (2008) Suchasna podatkova systema Ukraini z toчки zoru pidpriemcyа [Modern tax system of Ukraine from the point of view of the entrepreneur]. Kyiv: Actual'ni problem ekonomiki. (in Ukrainian)
2. Morozova G.S., Rudenko E.M. (2014) Vpliv podatku na dodanu vartist' na formuvannya dohodiv derzhavnogo byudzhetu Ukraini [Impact of value added tax on the formation of the state budget revenues of Ukraine]. Kyiv: Economica i derzhava. (in Ukrainian)
3. Proc' N.V. (2015) Formuvannya podatkovykh nadkhodzen' mistsevykh byudzhetyv v konteksti byudzhetnoyi detsentralizatsiyi [Formation of tax revenues of local budgets in the context of fiscal decentralization]. Cherkasy: Finansoviy prostir. (in Ukrainian)
4. Timchenko O.M., Sibiryanska Yu.V., Koksharova S.M. (2012) Podatkova systema Ukraini [Tax system of Ukraine]. Kyiv: Akademiya finansovogo upravlinnya. (in Ukrainian)
5. Podatkoviy kodeks Ukraini [Tax Code of Ukraine]. (n.d.) zakon1.rada.gov.ua. Available at: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?reg=2755-17> (accessed 22 October 2019).
6. Podatkoviy kodeks Ukraini [Tax Code of Ukraine]. (n.d.) zakon1.rada.gov.ua. Available at: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?reg=2755-17> (accessed 22 October 2019).
7. Zvitnist' pro vikonannya byudzhetyv [Budget execution reporting]. (n.d.) treasury.gov.ua. Available at: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477> (accessed 21 October 2019).
8. Natsional'ni rahunky [National accounts]. (n.d.) Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 22 October 2019).
9. Dohodi byudzhetu Ukraini [Budget revenues of Ukraine]. (n.d.) cost.ua/budget/revenue. Available at: <http://cost.ua/budget/revenue/> (accessed 23 October 2019).
10. Mokanu K. (2002) Zakonodavstvo YES pro podatok na dodanu vartist' [EU legislation on value added tax]. Yurydychniy zhurnal. (in Ukrainian)
11. Podatkovi nadhodzhennya do byudzhetu Ukraini [Tax revenues to the budget of Ukraine]. (n.d.) cost.ua/budget/revenue/#1 (accessed 23 October 2019).
12. Bandurka O.M., Ponikarov V.D. (2014) Podatkove parvo [Tax Law]. Kyiv: centr uchbovoi literature. (in Ukrainian)
13. Kmit' V.M., Suslyak V.V. (2018) Nepryame opodatkovannya v Ukraini ta shlyahy yogo vdoskonalennya [Indirect taxation in Ukraine and ways to improve it]. Kyiv: Economica i upravlinnya. (in Ukrainian)
14. Sidel'nykova L.P., Kostina N.M. (2018) Podatkova systema [The tax system]. Kyiv: Lira-K. (in Ukrainian)
15. Kmit' V.M., Komarnyts'kiy V.M. (2018) Problemy i nedoliky diyuchoyi systemy nepryamogo opodatkovannya v Ukraini [Problems and shortcomings of the current system of indirect taxation in Ukraine]. Zaporizhzhya: Pryazovs'kiy ekonomichniy visnik. (in Ukrainian)
16. Shcho take PDV i yogo stavks v evropeys'kih krayinah [What is VAT and its rates in European countries]. (n.d.) fbs-tax.com/uk/mediacenter/blog-uk/what-is-vat-and-its-rates-in-european-countries/ (accessed 23 October 2019).

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

INTEGRATED APPROACH TO DEVELOPMENT MANAGEMENT OF THE RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISE

У статті охарактеризовано основні напрямки (прогресивний, регресивний, стабільний) та види розвитку підприємства ресторанного бізнесу: конвергенційний (адаптивний), дивергенційний (слабоадаптований), синхронізований та десинхронізований. З метою забезпечення ефективності діяльності підприємства ресторанного бізнесу запропонований інтегрований підхід до управління розвитком на різних рівнях управління: стратегічному, тактичному та оперативному. Аргументовано доцільність управління процесом розвитку підприємства ресторанного бізнесу на основі циклу PDCA, який створює можливість об'єднати окремі ініціативи в цілісну програму з внутрішніми зв'язками. Запропоновано інтегровану модель управління розвитком підприємства ресторанного бізнесу, практична реалізація якої створює можливість вчасного виявлення факторів, причин та оцінки наслідків відхилення від цільового вектору стратегічного розвитку.

Ключові слова: управління, розвиток, підприємство, ресторанний бізнес, трансформаційні зміни, бізнес-процес, цикл PDCA, інтегрована модель.

В статті охарактеризовані основні напрямки (прогресивний, регресивний, стабільний) і види розвитку підприємства ресторанного бізнесу: конвергенційний (адаптивний), дивергенційний (слабоадаптований), синхронізований і десинхронізований. С целью обеспечения эффективности деятельности предприятия ресторанного бизнеса предложен интегрированный подход к управлению развитием на разных уровнях управления: стратегическом, тактическом и оперативном. Аргументирована целесообразность управления процессом развития предприятия ресторанного бизнеса на основе цикла PDCA, который позволяет объединить отдельные инициативы в целостную программу с внутренними связями. Предложена интегрированная модель управления развитием предприятия ресторанного бизнеса, практическая реализация которой создает возможность своевременного выявления факторов, причин и оценки последствий отклонения от целевого вектора стратегического развития.

Ключевые слова: управление, развитие, предприятие, ресторанный бизнес, трансформационные изменения, бизнес-процесс, цикл PDCA, интегрированная модель.

УДК 338.716:005.21

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-19>

Балацька Н.Ю.

к.т.н., доцент,
докторант кафедри економіки
і управління

Харківський державний університет
харчування та торгівлі

Balatska Natalia

Kharkiv State University
of Food Technology and Trade

The article defines the major directions (progressive, regressive, stable) and types of development of the restaurant business enterprise: convergent (adaptive), divergent (weakly adaptive), synced and unsynced. In order to provide the performance efficiency of the restaurant business enterprise it is justified, that the right choice of the development factors is the source of providing high effectiveness of their activity and proper identifying of the competitive behaviour. Taking into account the development complexity, there is proposed the integrated approach to development management at its different levels: strategic, tactic and operative. This approach is graphically presented in 3d space, where the directions of certain decision making loops are defined; it demonstrates the holistic framework of interrelated processes of different levels of management development of restaurant business enterprises. It is justified, that it is necessary to conduct the workflow resources management at set requirements of functioning the restaurant business enterprise to provide the development effectiveness. The expedience of the development management of the restaurant business enterprise is reasoned in the basis of the PDCA cycle (Plan-Do-Check-Act), which creates the possibility to unite different initiatives to the coherent program with internal connections. It is defined, that the advantage of the approach of development management of restaurant business enterprises in the basis of PCDA cycle is a capability for optimal and productive management of requirements of the restaurant business enterprise's activity and the workflow resources under set requirements. In order to justify the establishment of the main requirements to the development management system of the restaurant business enterprise, the integrated model is proposed. Practical implementation of the integrated model of the development management of the restaurant business enterprise allows identifying and assessing the factors, reasons, consequences and changes, which influence on the success in achieving targeted strategic benchmarks and create the possibility to unite different initiatives to the coherent program for their management.

Key words: management, development, enterprise, restaurant business, transformational changes, workflow, PDCA cycle, integrated model.

Постановка проблеми. Прискорення інтеграційних процесів, які відбуваються в економіці України значно ускладнюють умови функціонування та розвитку підприємств сфери ресторанного бізнесу. Правильний вибір факторів розвитку є джерелом забезпечення високої результативності їх діяльності та вірного вибору конкурентної поведінки. Підвищений останнім часом інтерес до вирішення питань управління розвитком підприємств ресторанного господарства обумовлений необхідністю забезпечення адекватного реагування

суб'єктів господарювання на зміни зовнішнього середовища та необхідністю забезпечення прогресивності їх функціонування. В даних умовах, дослідження процесів управління розвитком за окремими традиційними техніко-економічними показниками не дозволяє визначити причини та оцінити вплив факторів на розвиток підприємства ресторанного господарства. Усвідомлення цих обставин призвело до активізації наукового інтересу дослідників та практиків до проблематики формування інтегрованого підходу до дослідження процесу розвитку

підприємства ресторанного господарства, реалізація якого дозволить на основі власних можливостей створити сприятливі умови для подальшого зростання та розвитку у довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням управління розвитком підприємства присвячено значну кількість наукових робіт таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: І.О. Богатирьова [1], Т.В. Гринько [3], Ю.С. Погорелова [7], Н.Л. Сапельнікової та М.П. Вознюк [8] та інших. Разом із тим, поряд із значним інтересом до дослідження окресленої проблематики з боку науковців та фахівців, відсутня загально визнана точка зору щодо основних індикаторів розвитку підприємств, методології визначення виду розвитку, відсутній методичний інструментарій управління реформуванням системи управління розвитком підприємства ресторанного господарства. Існуючі в науковому полі наукових напрацювань методичні підходи до оцінки якості управління процесами розвитку виступають лише інструментом одномоментної фіксації досягнутого рівня розвитку та не дозволяють комплексно враховувати причини, симптоми, ресурси та результати при визначенні цільових стратегічних векторів розвитку підприємств ресторанного господарства. Відсутність універсальних технологій управління розвитком підприємств ресторанного господарства обумовлює необхідність подальших розробок в даному напрямку.

Постановка завдання. Метою наукового дослідження є обґрунтування інтегрованого підходу до оцінки розвитку підприємства ресторанного бізнесу. Для реалізації поставленої мети у межах дослідження поставлено та вирішено наступні наукові завдання: визначено основні характеристики процесів розвитку; систематизовано основні напрямки та види розвитку підприємства ресторанного господарства; розроблено схему процесу правління розвитком підприємства ресторанного бізнесу на основі циклу PDCA; сформовано інтегровану модель управління розвитком підприємства ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток являє собою сукупність змін у виробничо-комерційній системі, зумовлених різними чинниками, які призводять до переходу підприємства ресторанного господарства від одного відносно стійкого стану до іншого. Вважаючи на це, першоосовною розвитку підприємства ресторанного бізнесу слід вважати різного роду зміни (внутрішнього та зовнішнього характеру), які виступають результатом взаємодії економічних предметів (об'єктів), їх різних властивостей, рис і параметрів [3, с. 242]. Соціально-економічні зміни у системі підприємства ресторанного бізнесу носять об'єктивний характер, тобто не залежать від волі та бажання людини (власників, рестораторів, менеджерів, працівників, інвесторів, кредиторів тощо).

Заслугує на увагу підхід до характеристики процесів розвитку, запропонований І.О. Богатирьовим [1, с. 8], відповідно до якого, функція розвитку підприємства визначається: напрямком розвитку (A) – позитивні чи негативні, прогресивні чи регресивні, якісні чи кількісні тощо; швидкістю розвитку (V) – характеризує інтенсивність зміни у часі та результати діяльності підприємства за певний період; об'єктом-предметом розвитку (O) що змінюється, та на що впливають процеси розвитку; причиною-фактором розвитку (P) – що є підґрунтям змін, під впливом чого змінюється характер розвитку; стану-результату (R) – які ідентифікуються як відносно стійкі та розцінюються як результати (стадії) розвитку підприємства.

У найбільш загальному вигляді соціально-економічний розвиток підприємств є функцією наступного виду (F_R):

$$F_R(A; V; O; P; R) \rightarrow opt$$

Даний підхід базується на трьох взаємопов'язаних циклах: циклі змін (перехід системи підприємства зі статичного у динамічний стан), циклі переходу (зміна одного динамічного стану в інший), циклі фіксації (перехід системи підприємства з динамічного стану до якогось відносно стійкого оптимуму) [1, с. 9].

Ґрунтуючись на сутнісних характеристиках категорії «розвиток» можна стверджувати, що джерелом розвитку підприємства ресторанного бізнесу є об'єктивно існуюча невизначеність і внутрішні протиріччя економічних систем, тобто фактори зовнішнього та внутрішнього середовища є першопричиною розвитку. В залежності від фактичного стану підприємства ресторанного бізнесу в певний момент часу, який визначається сукупністю властивостей, параметрів та якостей системи, виникають різного роду причини, відповідно до яких приймаються управлінські рішення. Наслідком реакції підприємства ресторанного бізнесу на зазначені обставини є певні конструктивні зміни, які обумовлюють перехід до більш стійкого стану системи. Своєю чергою результатом змін – є рух, основними завданнями якого є забезпечення опору дії факторів зовнішнього середовища та активізація внутрішнього потенціалу підприємства.

Дослідження економічної фахової літератури дозволяє стверджувати, що напрям розвитку підприємства ресторанного господарства може бути: прогресивний (ефективний), стабільний (стійке функціонування) і регресивний (неефективне). При цьому в залежності від можливостей підприємства ресторанного бізнесу здійснювати адаптивні регулюючі дії щодо забезпечення збалансованості елементів зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування, виділяють наступні види розвитку підприємств [8, с. 54]:

1) конвергенційний (адаптивний) розвиток, що включає як зовнішню, так і внутрішню адаптацію підприємства до умов його діяльності, змінюються;

2) дивергенційний (слабко адаптований) розвиток є складовою частиною еволюційного типу розвитку, але відповідає класу регресивного розвитку, характеризується неможливістю здійснювати адаптивні регулюючі дії на діяльність підприємства через недостатність або відсутність відповідної ресурсної підтримки і потенціалу розвитку;

3) синхронізований розвиток обумовлено наявністю загального динамічного циклу розвитку підприємства;

4) десинхронізований розвиток є антиподом синхронізованого розвитку і характеризується неузгодженістю ритму життєдіяльності підприємства і зовнішнього середовища або основних сфер життєдіяльності підприємства.

Здійснення розвитку на практичному рівні можливе тільки за умови наявності системи теоретичних знань про закономірності розвитку, системи принципів і засобів організації та методичного інструментарію оцінки можливостей здійснення конструктивних змін з ціллю здійснення переходу системи в більш якісний стан [7].

Діяльність будь-якого підприємства пов'язана з необхідністю накопичення та обробки значної кількості різного роду інформації (економічної, технічної, юридичної, технологічної, тощо). Саме інформація зв'язує та об'єднує всі елементи організації управління підприємством. Для вирішення завдань розвитку підприємства одним з найбільш важливих і необхідних завдань є вміння аналізувати і використовувати цю інформацію на різних рівнях управління підприємством: стратегічному, тактич-

ному та оперативному [5]. З метою забезпечення ефективності управління розвитком у процесі здійснення якісних трансформаційних змін вважаємо за доцільне застосовувати інтегрований підхід, який полягає у визначенні напрямів управлінських зусиль у процесі управління розвитком (рис. 1).

Наведений на рис. 1 інтегрований підхід до формування системи управління розвитком демонструє цілісну систему взаємопов'язаних процесів різних рівнів управління розвитком підприємства ресторанного господарства. Процес розвитку підприємства ресторанного господарства представлений у тривимірному просторі, в якому позначено напрями окремих контурів прийняття рішень. Рух «згори донизу» характеризує процеси визначення керівництвом підприємства загальної спрямованості руху траєкторії розвитку з метою концентрації зусиль на забезпеченні намічених цільових орієнтирів. Для здійснення розвитку відповідно наміченої траєкторії необхідно здійснити активацію руху «знизу – догори», що, своєю чергою, передбачає залучення широкого кола співробітників до пошуку інноваційних підходів до забезпечення реалізації встановлених керівництвом підприємства ресторанного господарства стратегічних завдань. Приймаючи до уваги, що досягнення завдань розвитку підприємства ресторанного господарства можливо на основі подолання функціональних бар'єрів в їх виконанні, фокусування уваги керівництва повинно бути спрямовано на встановлення нових взаємозв'язків між підрозділами підприємства ресторанного господарства. Це можливо на основі



Рис. 1. Інтегрований підхід до формування системи управління розвитком підприємства ресторанного бізнесу

впровадження процесного підходу до управління розвитком підприємства ресторанного господарства, відповідно до якого загальна результативність управління підприємством ресторанного господарства забезпечується на основі якісного управління ключовими бізнес-процесами. Зазначимо, що сама приставка «бізнес-» в терміні не несе будь-якої особливої смислової навантаженості і тільки підкреслює наявність економічної ринкової складової кожного процесу підприємства ресторанного бізнесу. Бізнес-процеси підприємства ресторанного господарства – це технологічні процеси, які передбачають певну діяльність перетворення входів (клієнти, персонал, постачальники) в виходи (ресторанний продукт, що представляє цінність для споживача). Бізнес-процес здійснюється під управлінням, може взаємодіяти з іншими процесами, має власника, тобто відповідального за правильну і якісну реалізацію перетворення входів в виходи. Бізнес-процеси можуть бути наскрізними (входи із зовнішнього середовища і виходи в зовнішнє середовище) і внутрішніми. В останньому випадку входи виходять від інших бізнес-процесів усередині підприємства і виходи теж внутрішні. Таким на підприємствах ресторанного бізнесу, наприклад, є виробництво страв і послуг. Продукти харчування й видаткові матеріали надходять від бізнес-процесу «Логістика», а вихід надходить на вхід Бізнес-процесу «Продажі».

Інтегрований підхід до формування системи управління розвитком підприємства дозволяє об'єднати окремі ініціативи в цілісну програму з міцними внутрішніми зв'язками. Для забезпечення заданої результативності та ефективності розвитку підприємства необхідно здійснювати управління ключовими бізнес-процесами. У прямій інтерпретації стандартів ISO [9; 10; 11] під управлінням розуміється

насамперед управління ресурсами процесів при заданих регламентах функціонування підприємства. Разом з тим, слід погодитися із В.В. Кондат'євим, яким доречно визначає, що «... і самі регламенти (бізнес-процеси, функції, організаційна структура, тощо) теж можуть бути об'єктами управління вже в рамках системи управління регламентацією діяльності» [6]. У цьому контексті продуктивним є застосування циклу PDCA (Plan-Do-Check-Act), відомого також як цикл Шухгарта-Дьомінга як до управління регламентацією діяльності, так і до управління ресурсами процесів при заданих регламентах [4].

Суб'єкт (власник, ресторатор) в процесі управління розвитком підприємства ресторанного бізнесу планує (*Plan*) завдання, відповідно до ресторанної концепції і розподіляє стратегічні ресурси для досягнення поставлених цілей з максимальною ефективністю, організує (*Do*) рух підприємства ресторанного бізнесу за наміченою траєкторією розвитку (здійснює виконання сформованих планів). Хід реалізації процесів розвитку перевіряється суб'єктом (*Check*) за інформацією, яка надходить з контрольних точок об'єкта. Суб'єкт веде регулювання ходу виконання плану (оперативне управління ключовими бізнес-процесами), на основі активного втручання в процес виконання кожного з них відповідно до цільових орієнтирів розвитку (*Act*), змінюючи при цьому запланований розподіл ресурсів, плани, терміни і вимоги до результатів діяльності об'єкта відповідно із зміни ситуації.

Поєднання циклу PDCA і схеми процесу об'єкта управління в стандартах ISO серії 9000:2000 [9–11] дозволило розробити схему процесу управління розвитком підприємства ресторанного господарства (рис. 2). Практична реалізація запропонованого підходу до процесу управління розвитком під-

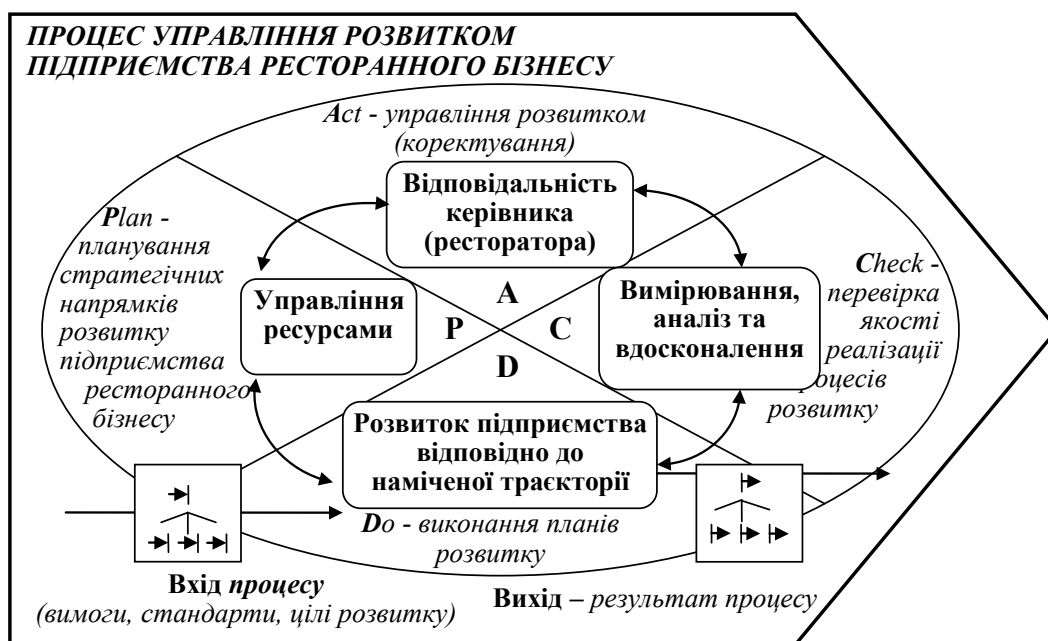


Рис. 2. Схема процесу управління розвитком підприємства ресторанного бізнесу на основі циклу PDCA

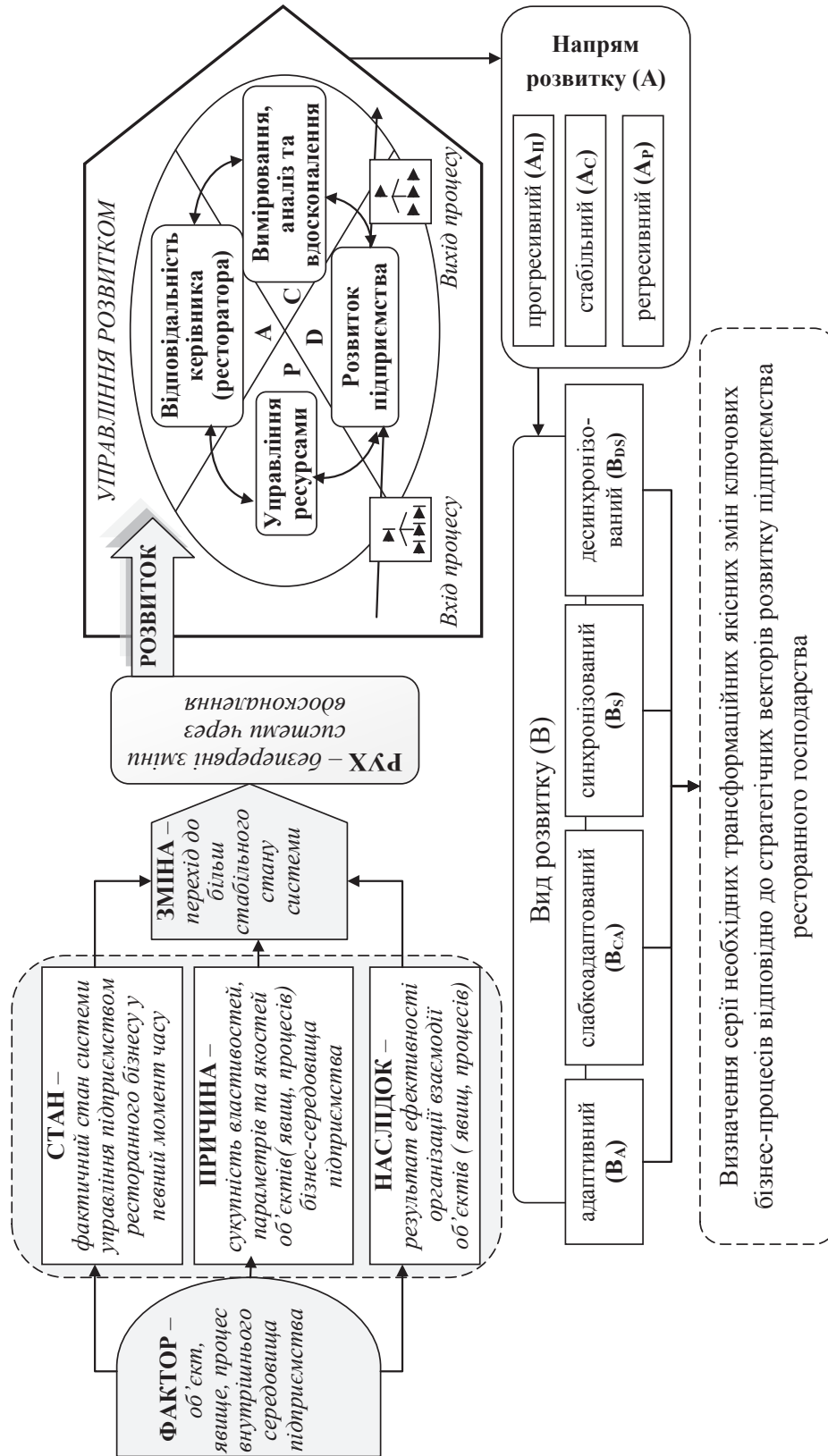


Рис. 3. Інтегрована модель управління розвитком підприємства ресторанного бізнесу

приємства ресторанного бізнесу на основі циклу PDCA полягає в наступному: спочатку плануються показники якості, тобто параметри, яким повинен задовольняти ключовий бізнес-процес і розробляється план дій для досягнення цільових параметрів.

Даний ключовий бізнес-процес реалізується з запланованими властивостями та здійснюється відповідний контроль процесу. При контролі перевіряється відповідність показників якості запланованим значенням, та, виявляються всі наявні

відхилення. на наступному етапі виявляються причини виникнення відхилень та здійснюється коригування бізнес-процесу підприємства ресторанного бізнесу таким чином, щоб усунути виявлені причини. Слід зазначити, що в залежності від амплітуди відхилень може бути здійснено коригування всього наміченого раніше плану дій. Після реалізації коригувальних заходів знову перевіряється відповідність цільових показників якості їх запланованим значенням. Цикл повторюється систематично, оскільки відповідно до вимог споживачів плановані показники якості бізнес-процесів періодично змінюються. Цикл PDCA виступає ефективним інструментом постійного вдосконалення якості бізнес-процесів підприємства ресторанного господарства, реалізація якого створює можливість досягнення найкращих результатів діяльності.

Запропонована за результатами проведеного дослідження інтегрована модель (рис. 3) дозволяє встановити основні вимоги до системи управління розвитком підприємства ресторанного бізнесу. Її практична реалізація створює можливість вчасного виявлення факторів, причин та оцінки наслідків відхилення від цільового вектору стратегічного розвитку. Управління розвитком підприємства ресторанного бізнесу дає комплексне уявлення про напрями прийняття управлінських рішень щодо вдосконалення ключових бізнес-процесів та є підґрунтям для визначення комплексу заходів здійснення впливу з урахуванням зміни факторів зовнішнього середовища.

Висновки з проведеного дослідження. Управління розвитком підприємства ресторанного бізнесу передбачає визначення серії необхідних трансформаційних якісних змін на підприємстві, що вимагає визначення напрямів управлінських зусиль у процесі трансформації. У контексті цього, дієвим є інтегрований підхід до управління розвитком підприємства ресторанного бізнесу, застосування якого дозволяє ідентифікувати та оцінити фактори, причини, наслідки та зміни, які впливають на розвиток підприємства ресторанного бізнесу та об'єднати окремі ініціативи з розвитку в цілісну програму управління ним. Запропонований підхід до управління розвитком підприємства ресторанного господарства на основі циклу PDCA створює можливість оптимального та продуктивного управління регламентацією діяльності підприємства ресторанного бізнесу та ресурсами бізнес-процесів при заданих регламентах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Богатирьов І.О. Управління розвитком підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами". Київ, 2004. 22 с.
2. Васильєва Н.Д., Грибанов Д.Д. Системы менеджмента качества и их сертификация. М.: Русайнс, 2014. 26 с.

3. Гринько Т.В. Теоретико-методологічні засади адаптивного інноваційного розвитку. Економіка промисловості. 2011. №2-3 (54–55). С. 240–244.

4. Деминг Э. Выход из кризиса. Тверь : Альба, 1994. 498 с.

5. Дихтер С., Гэньон А. Как руководить процессом преобразований. Вестник Mckinsey. 2003. № 1. URL: <http://vestnikmckinsey.ru/organizational-models-and-management-systems/kak-rukovodit-processom-preobrazovaniy> (дата звернення: 20.11.2019).

6. Кондратьев В.В. Проектируем корпоративную архитектуру. URL: <http://www.rumvi.com/products/ebook/> (дата обращения: 23.11.2019).

7. Погорелов Ю.С. Природа, рушійні сили та способи розвитку підприємства. Менеджмент: розвиток, теорія та практика, 2013. URL: http://thesis.at.ua/publ/15_11_15_12_2013_r_menedzhment_rozvitok_teorija_ta_praktika/pogorelov_ju_s_rushijni_sili_ta_resursi_rozvitku_pidpriemstva/9-1-0-271. (дата звернення: 23.11.2019).

8. Сапельнікова Н.Л., Вознюк М.П. Теоретичні основи стратегічного управління розвитком підприємства. Менеджер : наук. журн. Донец. держ. ун-т упр. Маріуполь. 2016 №3(72), С. 52-59. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2016_3_9 (дата звернення: 25.11.2019).

9. Системы управления качеством. Вимоги: ДСТУ ISO 9001:2009. К.: Держспоживстандарт України, 2009. 28 с. (Національний стандарт України).

10. Hoyle D. ISO 9000 Quality Systems Handbook. Completely revised in response to ISO 9000:2000. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2001. 686 p. (in English)

11. ISO 9001:2008. Системы менеджмента качества. Требования: Стандартиформ, 2009. URL: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-4:v1:ru> (дата звернення: 05.12.2019).

REFERENCES:

1. Bohatyrov I.O. (2004) Upravlinnia rozvytkom pidpriemstva [Enterprise development management]. Kyiv. (in Ukrainian)

2. Vasil'eva N.D., Griбанov D.D. (2014) Sistemy menedzhmenta kachestva i ih sertifikacija [Quality management systems and their certification]. Moskva: Rusa-jns. (in Russian)

3. Ghrynko T.V. (2011) Teoretyko-metodologichni zasady adaptivnogho innovacijnogho rozvytku [Theoretical and methodological principles of adaptive innovative development]. Ekonomika promyslovosti. No. 2-3 (54–55), pp. 240–244.

4. Deming Je. (1994) Vyhod iz krizisa [Way out of the crisis]. Tver', Al'ba. (in Russian)

5. Dihter S., Gjen'on A. (2003) Kak rukovodit' processom preobrazovaniy [How to manage the transformation process]. Vestnik Mckinsey. Available at: <http://vestnikmckinsey.ru/organizational-models-and-management-systems/kak-rukovodit-processom-preobrazovaniy> (accessed 07 November 2019).

6. Kondrat'ev V.V. (2017) Proektiruem korporativnuju arhitekturu [We design corporate architecture]. Available at: <http://www.rumvi.com/products/ebook/> (accessed 23 November 2019).

7. Pohorielov Yu.S. (2013) Nature, driving forces and means of the enterprise [Nature, driving forces and ways of enterprise development]. Menedzhment: rozvytok, teoriia ta praktyka. Available at: http://thesis.at.ua/publ/15_11_15_12_2013_r_menedzhment_rozvitok_teoriya_ta_praktika/pogorelov_ju_s_rushijni_sili_ta_resursi_rozvitku_pidpriemstva/9-1-0-271 (accessed 23 November 2019).

8. Sapelnikova N.L., Vozniuk M.P. (2016). Teoretychni osnovy stratehichnoho upravlinnia rozvytkom pidpriemstva [Theoretical foundations of strategic management of enterprise development]. Menedzher : nauk. zhurn. Donets. derzh. un-t upr. Mariupol, no. 3(72), pp. 52–59. Available at: <http://nbuv.gov.ua/>

UJRN/Nzhm_2016_3_9 (accessed 25 November 2019).

9. Systemy upravlinnia yakistiu (2009) Vymohy: DSTU ISO 9001:2009 [Quality management systems. Requirements: DSTU ISO 9001: 2009]. K.: Derzhspozhyvstandart Ukrainy. (Natsionalnyi standart Ukrainy).

10. Hoyle D. (2001). ISO 9000 Quality Systems Handbook. Completely revised in response to ISO 9000:2000 / David Hoyle. – Oxford : Butterworth-Heinemann, 2001.

11. ISO 9001:2008. (2009). Sistemy menedzhmenta kachestva. Trebovaniia [Quality management systems. Requirement]. Standartinform. Available at: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-4:v1:ru> (accessed 5 December 2019).

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ЕЛЕМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

INCREASE OF MEDICAL INSTITUTIONS' COMPETITIVENESS BY MEANS OF THE ELEMENTS OF STRATEGIC MANAGEMENT

УДК 338.1

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-20>

Боденчук Л.Б.

к.е.н., старший викладач кафедри економіки та менеджменту Придунайська філія ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»

Радіонова М.І.

студентка Придунайська філія ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»

Bodenchuk Liliya

Pre-Danube Branch PJSC «HEI «The Interregional Academy of Personnel Management»

Radionova Margarita

Pre-Danube Branch PJSC «HEI «The Interregional Academy of Personnel Management»

У статті зазначено, що від кількості та якості конкурентних переваг підприємства, залежить успіх його діяльності, оскільки, у сучасних умовах конкурентоспроможність визначається головною рисою ринкового господарства. Для виявлення існуючих конкурентних переваг та їх якісних характеристик, а також розвитку нових запропоновано впровадження чотирьохкрокової програми змін для медичних закладів. У статті розглянуто важливість застосування деяких елементів стратегічного менеджменту для підвищення конкурентоспроможності медичних закладів. Зокрема, наведено важливість застосування SWOT-аналізу, а також методіку його проведення та загальні характеристики сильних та слабких сторін внутрішнього середовища, можливостей та загроз зовнішнього середовища для медичних закладів. Пропоновані стратегічні заходи надають можливість формувати обґрунтоване рішення проблем функціонування медичних закладів; дозволяють чітко усвідомлювати стан підприємства, його сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, стратегію розвитку медичного закладу, а також конкретні цілі та шляхи їх досягнення.

Ключові слова: Стратегічний менеджмент, конкурентоспроможність, SWOT-аналіз, конкурентні переваги, планування.

В статті указано, что от количества и качества конкурентных преимуществ предприятия, зависит успешность его деятельности, поскольку в современных условиях конкурентоспособность определяется главной чертой рыночного хозяйства. Для выявления существующих конкурентных преимуществ и их качественных характеристик, а также развития новых, предложено внедрение четырехшаговой программы изменений для медицинских учреждений. В статье рассмотрены важность применения некоторых элементов стратегического менеджмента для повышения конкурентоспособности предприятия. В частности, приведены важность применения SWOT-анализа, а также методіку проведения, общие характеристики сильных и слабых сторон внутренней среды, возможностей и угроз внешней среды. Предлагаемые стратегические меры дают возможность сформулировать обоснованное решение проблем функционирования медицинских учреждений, позволяют четко осознать состояние предприятия, его сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, стратегию развития медицинского учреждения, а также конкретные цели и пути их достижения.

Ключевые слова. Стратегический менеджмент, конкурентоспособность, SWOT-анализ, конкурентные преимущества, планирование.

The article states that the success of the enterprise's activities depends on the amount and quality of competitive advantages, because, in modern conditions, competitiveness is determined as the main feature of the market economy. In order to identify the existing competitive advantages and their qualitative characteristics, as well as to develop the new ones, it is proposed to introduce a four step change program for medical institutions. The article deals with the importance of applying some elements of strategic management to increase the competitiveness of the enterprise. In particular, the importance of using SWOT-analysis, as well as its methodology and general characteristics of strengths and weaknesses of the internal environment, opportunities and threats of the external environment are given. In the area of marketing policy and strategy, it is proposed to intensify the use of the system of demand generation and sales promotion and "marketing expansion" in advertising activities, creation and regulation of non-client commercial relations with intermediaries, agents, organization and participation in trade fairs, specialized exhibitions, use loan in a variety of more flexible forms, providing services by installments and at discounts, presentation of services especially for potential clients. It is established that the financial planning of the medical institution is a process of developing a system of financial plans and financial rules and regulations for providing the development of the medical institution with the necessary financial resources. It consists in the development of specific financial plans that allow determining all sources of financing the development of the firm for the future planning period, to form the structure of its assets and capital at the end of the planned period. The necessity of planning the need for durable resources, including the introduction of a program to determine the composition of the required input resources and their justified grouping by types, functions, methods of purchase, storage time and other features accurately. The proposed strategic measures provide an opportunity to formulate a sound solution to the problems of functioning of medical institutions.

Key words: strategic management, competitiveness, SWOT-analysis, competitive advantages, planning.

Постановка проблеми. Стратегічне планування як процес висуває певні вимоги до організації внутрішнього середовища клініки. Йдеться або про зміну вектору колишньої організаційної політики, функцій окремих працівників або про створення принципово нових частин закладу з новими, нетрадиційними цілями і завданнями. На жаль, більшість керівників клінік (особливо приватних) наразі мають лише медичну освіту тож не можуть користуватись всіма перевагами менеджменту, зокрема стратегічного, обираючи тактику наслідування конкурентів, не проводячи аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, а лише

працюючи по принципу «не гірше ніж». У сучасних ринкових умовах принципово необхідно приділяти увагу конкурентоспроможності фірми, а без належної оцінки існуючого стану речей та прогнозування подальших кроків навіть найуспішнішому закладу загрожує втрата конкурентних позицій. Тема даної статті є вельми актуальною оскільки на ринку товарів і послуг фігурують різні фірми-виробники (клініки), що борються за увагу споживача своїх послуг, яка, по суті, є основою їх успішності, зростання і процвітання. Як взаємозалежне явище, сильні, прогресуючі заклади охорони здоров'я стають постачальниками кращих, більш дешевих

послуг, при вирізняючому їх роботу високому рівні сервісу і уваги до побажань і потреб пацієнтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасній літературі багато науковців приділяють увагу вивченню стратегічного менеджменту, його впливу на становище фірми у конкурентному оточенні, серед яких Г.Л. Азоев [1], В.А. Белошапка, Г.В. Загорій [3], І.Б. Гурков [4], П. Дойль [5], В.М. Лехан, Г.О. Слабкий, М.В. Шевченко [6], та багато інших.

Але питання впровадження стратегічного менеджменту в систему закладів охорони здоров'я не досліджене повною мірою.

Керівникам клінік «на місцях», особливо без належних знань з менеджменту, складно визначити з чого почати впровадження стратегічного менеджменту у клініці, незрозуміло які переваги надає використання методик аналізу та як саме підвищити конкурентоспроможність за допомогою стратегічного менеджменту.

Постановка завдання. Формулювання цілей статті полягає в обґрунтуванні впровадження універсальної стратегічної чотирикрової програми змін для медичних закладів та поясненні доцільності використання елементів стратегічного менеджменту для підвищення конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У ринковій економіці конкурентоспроможність є вирішальним чинником комерційного успіху підприємства, зокрема, медичного закладу, яка залежить від якості наявних конкурентних переваг, відповідності послуг умовам ринку, потребам споживачів, ціни тощо.

Вивчення теорії і практики організації управління на підприємствах, зокрема медичних закладів, призводить до висновку про велику різноманітність способів змін, якщо взяти до уваги також масштаби і область діяльності клініки, а також складність технології даного підприємства. В рамках усього вищезазначеного можна запропонувати наступну програму змін:

1) Проведення аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища клініки методом SWOT-аналізу.

SWOT-аналіз, в порівнянні з іншими, більш старими методами, допомагає керівництву оцінити ймовірність загроз (низький купівельний попит, конкуренція) і небезпек, які вони представляють. Разом з тим, цим методом виявляються і можливості підприємства (наприклад, розвиток або спад ринків, демографічні зміни і, отже, збільшення або зменшення потреб в стоматологічних послугах, технології). Використання SWOT-аналізу дозволить керівництву зосередити увагу на своїх сильних сторонах та на слабких сторонах конкурентів і виявити ключові чинники подальшого успіху.

Проведення SWOT-аналізу у медичних закладах доцільно проводити за такими етапами:

1 етап. Виокремлення сильних та слабких сторін внутрішнього середовища медичного закладу (табл. 1), що передбачає визначення ключових параметрів підприємства, оцінку кожного параметра з точки зору сильних або слабких сторін, ранжування виявлених сильних та слабких сторін.

2 етап. Оцінка можливостей та загроз зовнішнього середовища, що передбачає виокремлення суттєвих факторів зовнішнього середовища, що здійснюють вплив на функціонування та розвиток медичних закладів (табл. 2).

3 етап передбачає співставлення сильних і слабких сторін підприємства та можливостей і загроз ринку, для чого застосовується матриця SWOT-аналізу [10, с. 221], що надає можливості визначити шляхи реалізації сильних сторін внутрішнього середовища та використання можливостей зовнішнього середовища, а також послаблення загроз зовнішнього середовища та виправлення слабких сторін.

2) В області збутової політики і стратегії пропонується інтенсифікувати використання системи ФОСТІСС (формування попиту і стимулювання збуту) і передбачається активна «маркетингова експансія» в:

– рекламній діяльності (рекламні буклети і листівки, використання реклами в пресі, радіо, на телебаченні і в Інтернет);

Таблиця 1

Загальні характеристики сильних і слабких сторін медичних закладів, що використовуються в SWOT-аналізі

Потенційні внутрішні переваги	Потенційні внутрішні недоліки
-якість та унікальність конкурентних переваг; -наявність стратегії; -позиція на ринку, лідерство; -відомість серед клієнтів; -проведення політики лояльності; -проведення маркетингових досліджень; - можливості захисту від конкурентів; -диференціація послуг; -достатність фінансових ресурсів; -ефективні технології, впровадження інновацій, творчий підхід до управління; -високі показники рентабельності і прибутковості.	-відсутність якісних конкурентних переваг; -недостатність фінансових ресурсів; -низький рівень рентабельності і прибутковості; -відсутність стратегії; -нездатність протидіяти конкурентам; -високі витрати, застаріле обладнання та технології; -низький рівень впровадження інновацій; -низькі темпи зростання; -втрата репутації у споживачів; -відсутність диференціації послуг; -слабка репутація серед клієнтів, недостатня відомість; -відсутність міцної позиції, щоб боротися із загрозами.

Загальні зовнішні можливості та загрози для медичних закладів, що використовуються в SWOT-аналізі

Потенційні зовнішні можливості	Потенційні зовнішні загрози
-рівень розвитку економіки країни; -соціально-політична стабільність; -швидкі темпи зростання ринку; -сприятливі законодавчі вимоги; -низький рівень корупції та бюрократизації; -доступ до нових ринків (сегментів); -можливість залучення додаткових груп споживачів; -вертикальна інтеграція.	-високий рівень інфляції; -збільшення обсягів реалізації товарів-замінників; -можливість появи нових конкурентів, у тому числі іноземних; -низькі темпи зростання ринку; -недостатній рівень розвитку економіки країни, рецесія; -заплутане та несприятливе законодавство; -високий рівень корупції та бюрократизації; -зміни у вподобаннях клієнтів; -виникнення труднощів при укладанні договорів із постачальниками та споживачами; -негативні демографічні зміни; -негативна екологічна ситуація; -соціально-політична нестабільність.

- створення і регулювання неклієнтських комерційних зв'язків з посередниками, агентами;
- організації та участі в торгово-промислових ярмарках, спеціалізованих виставках;
- використання кредиту в різних більш гнучких формах, надання послуг в розстрочку і зі знижками;
- презентація послуг спеціально для потенційних клієнтів.

3) В області контролю за дотриманням видаткової частини комплексного бюджету – від вирішення завдань в цій області залежить ефективність фінансово-господарської діяльності клініки:

- оперативне проведення аналізу фактичних відхилень від планових значень (сум) зведеного бюджету (в тому числі проведення аналізу за відхиленнями функціональних бюджетів);
- заходи по ліквідації непродуктивних витрат і факторів, що сприяють подорожчання, виявлених в ході аналізу;
- прискорення оформлення і надання керівництву клініки аналітичних матеріалів по виконанню зведених і функціональних бюджетів для більш оперативного корегування.

Загалом, фінансове планування клініки являє собою процес розробки системи фінансових планів і фінансових норм і нормативів щодо забезпечення розвитку клініки необхідними фінансовими ресурсами. Воно полягає в розробці конкретних фінансових планів, що дозволяють визначити на майбутній плановий період все джерела фінансування розвитку фірми, сформувані структуру її активів і капіталу на кінець планованого періоду. Для клініки фінансове планування включає розробку внутрішньоорганізаційних документів: план по фінансовим результатам і розподілу прибутку; баланс доходів і витрат (бюджет клініки); плановий агрегований баланс підприємства. Період розробки фінансових планів безпосередньо пов'язується з періодом стратегічного і техніко-економічного планування, так як результати планів розвитку клініки є базою фінансового планування. Тому «горизонт» фінансового планування відпо-

відно визначається в межах 1–5 років з розбивкою першого року по кварталах.

План за фінансовими результатами і розподілом прибутку в клініці складається на основі інформації а) про планову виручку клініки від надання медичних послуг (без податкових платежів); б) про витрати на виробництво і реалізацію послуг (враховуються управлінські і комерційні витрати); в) про планові позареалізаційні витрати і доходи; г) про ставки податкових платежів. Фінансовий результат визначає чистий прибуток клініки, що залишився в її розпорядженні і використовується в цілях фінансування подальшої діяльності.

4) В області вдосконалення – планування потреби ресурсів тривалого користування:

- впровадження програми точного визначення складу необхідних вхідних ресурсів і їх обґрунтованого угруповання за видами, функціям, способам закупівлі, термінів зберігання та іншими ознаками;
- заходи по встановленню обґрунтованих термінів закупівлі потрібних ресурсів;
- посилення вимог до вибору основних постачальників за видами необхідних клініці ресурсів;
- корекція в угодах з постачальниками основних вимог надання послуг до якості вхідних ресурсів;
- більш детальний розрахунок потрібних ресурсів, розміру транспортних партій і числа поставок матеріалів і комплектуючих виробів.
- заходи по зниженню витрат на придбання, транспортування і зберігання матеріальних ресурсів.

Дані заходи пояснюються наступним: для виробництва будь-якого товару або послуги клініка повинна своєчасно придбати у своїх постачальників необхідні економічні ресурси. Значить, в стратегічному плануванні для виживання і існування економічного суб'єкта необхідно використовувати інформацію про подальші потреби економічних ресурсів.

Висновки з проведеного дослідження. У поліпшенні якості медичної допомоги зацікавлені всі: населення, уряд, органи місцевого самоврядування, керівники МОЗ, роботодавці та медичні працівники. Конкурентне середовище, при належній взаємодії

всіх його елементів, створює гарне підґрунтя для зростання рівня надання медичної допомоги.

Стратегія організації, за логікою бізнесу, повинна відповідати на найголовніші питання подальшого функціонування організації. Пропоновані стратегічні заходи також дають обґрунтоване рішення всіх нижчеперелічених питань в об'ємі клініки, і ці заходи можна відносити на різні етапи стратегічного планування в закладі.

По-перше, після їх впровадження стає відомо, де в даний час знаходиться підприємство, тобто проводиться ситуаційний аналіз – оцінюється справжній стан закладу, його відносини з середовищем і межі його можливого використання.

По-друге, чітко визначається вектор розвитку клініки (маркетинговий синтез) виходячи з уже визначеної раніше ситуації, що склалася в закладі, передбачуваних тенденцій його розвитку, можливостей і загроз з боку навколишнього середовища (конкуренція, споживачі, законодавчі акти).

По-третє, дається опис засобу досягнення поставлених цілей і приведення своїх внутрішньоклінічних можливостей у відповідність до ситуації на ринку.

У подальших дослідженнях слід вивчити можливість запровадження описаних елементів стратегічного менеджменту як у підготовку менеджерів СОЗ, так і у клінічну практику, а також оцінити вплив цієї методології на стан розвитку стратегічного менеджменту в медичних закладах України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. Москва: Центр экономики и маркетинга, 1996. 207 с.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент: классическое издание / пер. с англ. О. Литун. Санкт-Петербург: Питер, 2009. 343 с.
3. Белашапка В.А., Загорий Г.В. Стратегическое управление: принципы и международная практика. Київ: Абсолют-В, 2008. 352 с.
4. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации : учеб. пособ. / Москва: ТЕИС, 2011. 239 с.
5. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / пер. с англ. Ю.Н. Каптуревского. Санкт-Петербург: Питер, 2009. 560 с.
6. Лехан В.М., Слабкий Г.О., Шевченко М.В. Стратегія розвитку системи охорони здоров'я: Український вимір. Україна. Здоров'я нації. Київ, 2009. 56 с.
7. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Москва: Вильямс, 2009. 672 с.
8. Мошенський С.З., Олійник О.В. Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей ВНЗ. Житомир: ПП «Рута», 2007. 704 с.

9. Шершньова, З.Є. Стратегічне управління: підручник. Київ: КНЕУ, 2004. 699 с.

10. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник / За ред. Л.В. Балабанової. Київ: Знання, 2005. 301 с.

11. Cole G.A. Strategic management. Business Degree, 2004. 241 p.

12. Peter F. Drucker The Practice of Management. HarperBusiness; Reissue edition, 2006. 416 p.

13. Harrison J.S. Strategic management of organizations and stakeholders. Theory and cases. Saint Paul, MN :West Publishing Co., 2004. 1052 p.

14. Thompson A.A., Strickland A.J. Strategic management: concepts and cases. New York : McGraw-Hill, 2007. 1088 p.

REFERENCES:

1. Azoev G.L. (1996) Konkurentsia: analiz, strategiya i praktika [Competition: analysis, strategy and practice]. Moscow: Center for Economics and Marketing.
2. Ansoff I. (2009) Strategicheskii menedzhment: klassicheskoe izdanie [Strategic management: a classic edition] / trans. with English. O. Litun. St. Petersburg: Peter.
3. Beloshapka V.A., Zagoriy G.V. Strategicheskoe upravlenie: printsipy i mezhdunarodnaya praktika [Strategic Management: Principles and International Practice]. Kiev: Absolute-B.
4. Gurkov I.B. Strategicheskii menedzhment organizatsii [Strategic management of the organization]: textbook. help / Moscow: TEIS.
5. Doyle P. Menedzhment: strategiya i taktika [Management: strategy and tactics] / trans. with English. Yu.N. Kapturevsky. St. Petersburg. : Peter, 560 p.
6. Lehan V.M., Slabkiy G.O., Shevchenko M.V. (2009) Stratehiia rozvytku systemy okhorony zdorovia: Ukrainyky vymir [Strategy of health care system development: Ukrainian dimension]. Ukraine. The health of the nation. Kiev, pp. 56 .
7. Mescon M.H., Albert M., Hedouri F. (2009) Osnovy menedzhmenta [Fundamentals of Management]. Moscow.: Williams.
8. Moshensky S.Z., Oliynyk O.V. (2007) Ekonomichnyi analiz [Economic analysis]. Zhytomyr: PE "Ruta".
9. Shershnev Z.E. (2004) Stratehichne upravlinnia [Strategic Management]. Kiev: KNEU.
10. SWOT-analiz – osnova formuvannia marketynhovyykh stratehii (2005): Tutorial / Ed. L.V. Balabanova. K.: Knowledge.
11. Cole G.A. (2004) Strategic management. Business Degree, 241 p.
12. Peter F. (2006) Drucker The Practice of Management. HarperBusiness; Reissue edition.
13. Harrison J.S. (2004) Strategic management of organizations and stakeholders. Theory and cases. Saint Paul, MN: West Publishing Co.
14. Thompson A.A., Strickland A.J. (2007) Strategic management: concepts and cases. New York: McGraw-Hill.

ДОКУМЕНТАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ, НАЦІЛЕНОЇ НА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ МОДИ

DOCUMENTATION OF THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE FASHION INDUSTRY

У статті розглянуто документацію системи управління, націленої на якість продукції на підприємстві індустрії моди. Запропоновано до використання термін «система управління, націлена на якість продукції». Документація системи управління, націленої на якість, є важливим елементом системи управління, оскільки забезпечує комунікації в системі та передачу інформації. Запропоновано підходи до формування інформаційної бази даних системи управління, націленої на якість продукції. Документація є зовнішньою та внутрішньою. Під час розроблення й оновлення задокументованої інформації підприємство повинно забезпечувати належні ідентифікацію та опис, формат і носії, аналіз та схвалення з погляду придатності та адекватності. Документація повинна бути доступною для всіх співробітників у комп'ютерній мережі підприємства. Сьогодні на підприємстві індустрії моди доцільно мати систему повної інформатизації та електронного документообігу.

Ключові слова: система управління, націлена на якість продукції, міжнародний стандарт ISO 9001:2015, індустрія моди, документація, задокументована інформація.

В статье рассмотрена документация системы управления, нацеленной на каче-

ство продукции на предприятии индустрии моды. Предложен к использованию термин «система управления, нацеленная на качество продукции». Документация системы управления, нацеленной на качество продукции, является важным элементом системы управления, так как обеспечивает коммуникации в системе и передачу информации. Предложены подходы к формированию информационной базы данных системы управления, нацеленной на качество продукции на предприятии индустрии моды. Документация может быть внешней и внутренней. При разработке и обновлении документированной информации предприятие должно обеспечивать надлежащее идентификацию и описание, формат и носители, анализ и одобрение с точки зрения пригодности и адекватности. Документация должна быть доступной для всех сотрудников в компьютерной сети предприятия. Сегодня на предприятии индустрии моды целесообразно иметь систему полной информатизации и электронного документооборота.

Ключевые слова: система управления, нацеленная на качество продукции, международный стандарт ISO 9001: 2015, индустрия моды, документация, задокументированная информация.

УДК 658.5.011

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-21>

Бондаренко С.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Київський національний університет
технологій та дизайну

Bondarenko Svitlana

Kyiv National University
of Technology and Design

In the context of European integration, to win the competition the enterprises of the fashion industry need to raise level of products quality and lower prices for them, in order for the consumer to give preference to their products. Therefore, the issues of development, implementation and improvement of advanced control systems at enterprises of fashion industry are particular relevance. Particularly important are the documentation of the quality management system. There can be only one management system at the enterprise that can be targeted at different areas, including product quality, so it is proposed to use the term "product quality management system aimed on the product quality of the fashion industry enterprise". The quality management system covers all the processes that take place on fashion industry enterprise, on which the quality of the products depends. The documentation of the quality management system aimed on quality, is an important element of the management system as it provides communication in the system and information transfer. Approaches to formation of management system information base aimed at product quality are proposed. Documentation is external and internal. In order to effectively manage the internal documentation of the enterprise, it is advisable to group the following levels: quality guidelines, procedures and techniques of the enterprise, working and job descriptions, other documentation. When designing and updating documented information, a fashion business must ensure proper identification and description, format and media, analysis and approval in terms of suitability and adequacy. The documented information required by the quality management system must be monitored to ensure its availability and suitability for use, its adequate protection against loss of confidentiality, misuse or integrity. Documented external source information, which organization deems necessary for the design and operation of a quality management system, needs to be identified and monitored. The quality management system documentation must be accessible to all employees of the enterprise computer network. Today it is advisable to have a system of complete information and electronic document management at the enterprise of the fashion industry.

Key words: quality management system aimed on product quality, international standard ISO 9001: 2015, fashion industry, documentation, documented information.

Постановка проблеми. Зі вступом України до Європейського Союзу відбувається посилення конкуренції на вітчизняному та закордонному ринках товарів та послуг. Для перемоги у конкурентній боротьбі підприємствам індустрії моди необхідно підвищувати рівень якості та знижувати ціни на продукцію, щоб споживач надавав перевагу їхній продукції. Для цього на підприємствах розробляються, впроваджуються та сертифікуються передові системи управління, які відповідають вимогам міжнародних стандартів. В умовах євроінтеграції питання розроблення й удосконалення на підприємствах індустрії моди прогресивних систем управління набувають особливої актуальності та важливості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Управлінням якістю на підприємствах займалися зарубіжні та вітчизняні вчені: А. Ваймерскірх, Л.М. Віткін, Т.В. Ганькевич, В.А. Лапідус, Д.П. Лойко, О.І. Момот, К. Рамперсад, Н.Г. Салухіна, Г.А. Саранча, М.З. Світкін, О.М. Язвінська та ін. Загальні теоретичні та методичні підходи до стандартизації, сертифікації, управління якістю сформовано у працях [2-4; 11; 12]. Висвітленню питань конкурентоспроможності присвячено роботи [1; 5; 8; 10]. Однак створення на підприємствах індустрії моди прогресивних систем управління та їхніх складових елементів, зокрема документації, залишається невирішеною теоретичною та практичною проблемою.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення методологічних підходів до створення й удосконалення документації системи управління, націленої на якість продукції на підприємстві індустрії моди.

Виклад основного матеріалу дослідження. 1 січня 2016 р. набрала чинності Поглиблена та всеосяжна зона вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом, яка відкриває українським виробникам безпрецедентні можливості доступу до багатомільйонного внутрішнього ринку ЄС. До Європейського Союзу входять 28 держав-членів. Ринок ЄС – це один із найбільших ринків у світі, майже у сто разів більший за український. Цей ринок має 500 млн. споживачів, середньорічний дохід кожного з яких становить 39 тис. дол. США. Щоб максимально скористатися цими можливостями, вітчизняна економіка має відносно небагато часу для адаптації до європейських правил, а бізнес – до висококонкурентного європейського ринку та вибагливих смаків європейських споживачів [9].

У таких умовах у вітчизняних підприємств виникла необхідність забезпечення високого рівня якості продукції, що виробляється, та послуг, що надаються. Особливо це стосується підприємств сфери моди, які мають потенційні можливості для того, щоб працювати на європейському ринку не тільки за давальницькими схемами. Для цього на підприємствах індустрії моди України потрібно інтенсивніше запроваджувати прогресивні системи управління, які відповідають вимогам міжнародних стандартів, дія яких поширюється на управлінську діяльність, у тому числі на менеджмент якості, екологічний менеджмент, питання професійної безпеки і здоров'я, системи соціальної відповідальності та ін. Їх називають MSS (Management System Standards) – стандарти на цільові системи управління. Сьогодні у практичній діяльності використовується термін «цільова система управління», зокрема «цільова система управління якістю», «цільова система екологічного управління», «цільова система охорони здоров'я та безпеки персоналу», «цільова система соціальної відповідальності бізнесу», які відповідають вимогам міжнародних стандартів. Але на підприємстві може бути лише одна загальна система управління. Спрямувати, націлювати її можна в різні сфери: на якість продукції, що виробляється, та послуг, що надаються; на захист навколишнього природного середовища; на охорону здоров'я та безпеку персоналу на робочому місці; на соціальну відповідальність бізнесу і т.д. У даному дослідженні використано термін «система управління, націлена на якість продукції, яка відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015».

Як наголошено у працях [11; 12], особливо важливими є питання розроблення документації

системи управління, націленої на якість, та підтримання її в актуальному стані. Розмір документації системи управління, націленої на якість, різний для різних організацій і залежить від розміру організації і виду її діяльності, складності процесів, їх взаємодії, компетентності персоналу та ін. Підприємства індустрії моди в переважній більшості невеликі та середні, тому розміри документації не дуже великі.

Вивчення досвіду провідних підприємств індустрії моди, зокрема Чернігівської взуттєвої фабрики «Берегиня», Запорізької взуттєвої фабрики «Міда», швейної фабрики ВП «ТК-Стиль», дало змогу визнати, що характер документів і міра документування системи управління, націленої на якість, повинні відповідати контрактним та законодавчим вимогам, очікуванням споживачів, а також влаштовувати саме підприємство індустрії моди.

Стандарт ISO 9001:2015 забезпечує гнучкість у підході до розроблення документації системи управління, націленої на якість, за рахунок мінімізації обсягу документації, необхідної для демонстрації результативності планування, функціонування й управління процесами, а також упровадження і постійного поліпшення результативності системи управління, націленої на якість. Стандарт завжди вимагав «документованої системи управління, націленої на якість», а не «системи документів».

У джерелі [11] зазначено, що основними цілями документування системи управління, націленої на якість, на підприємстві сфери моди є:

- Забезпечення комунікації, як інструмента передачі інформації. Тип і обсяг поширення документації залежать від продукції, що випускається, і процесів організації, міри формалізації систем комунікації й рівня досвіду організації, а також рівня її корпоративної культури.
- Обмін знаннями за рахунок поширення і збереження досвіду, що мається в організації.
- Забезпечення доказів відповідності системи управління, націленої на якість, за рахунок наявності свідчень здійсненої діяльності.

Задokumentована інформація – інформація, яку організація має контролювати та підтримувати в актуальному стані, та носій, на якому вона міститься [6]. Термін «зadokumentована інформація» використовується в ISO 9001:2015 і замінює терміни «документ» та «запис», які використовувалися у попередній версії цього стандарту [7].

Система управління, націлена на якість продукції, повинна охоплювати задokumentовану інформацію, яку потребує стандарт ISO 9001:2015 і яку підприємство вважає необхідною для функціонування системи управління.

Документація повинна бути ретельно розроблена, щоб гарантувати простоту, ясність та ефективність управління. Вона повинна бути доступною у комп'ютерній мережі підприємства і розміщуватися

так, щоб гарантувати всім співробітникам вільний доступ до неї. Обов'язковим є внесення змін до задокументованої інформації. Для ефективного управління внутрішню документацію підприємства доцільно групувати за такими рівнями:

- настанови з якості, які включають політику і цілі підприємства з якості;
- процедури і методики підприємства;
- робочі та посадові інструкції;
- інша документація.

Під час розроблення, оновлення та вдосконалення задокументованої інформації підприємство сфери моди повинно забезпечувати належні ідентифікацію й опис, формат і носії, аналізування та схвалення з погляду придатності та адекватності. Задокументовану інформацію, яку потребує система управління, націлена на якість, необхідно контролювати для забезпечення її наявності та придатності до використання, її захищеності від втрати конфіденційності, неналежного використання чи втрати цілісності.

Окрім внутрішніх документів, у системі управління, націленої на якість, повинні використовуватися також документи зовнішнього походження, до яких належать міжнародні і державні стандарти, закони України, постанови уряду, накази, розпорядження держадміністрації та ін. Задокументовану інформацію зовнішнього походження, яку організація вважає необхідною для планування та функціонування системи управління, націленої на якість, потрібно ідентифікувати і контролювати. Задокументовану інформацію, яку зберігають як доказ відповідності, потрібно захищати від ненавмисного змінення.

Вищенаведене дало змогу запропонувати підходи до формування інформаційної бази даних системи управління, націленої на якість продукції на підприємстві індустрії моди (рис. 1). Усю інформацію, яку необхідно внести до інформаційної бази даних, можна умовно розділити на стандартну та специфічну. Стандартна інформація – та, що отримана з офіційних документів, нормативних актів та стандартів усіх рівнів. До специфічної віднесемо

дані ринкового дослідження та внутрішньої звітності підприємства. Збір інформації має бути системним.

Інформаційне забезпечення системи управління, націленої на якість, – це постійно діюча система взаємозв'язків людей, обладнання та методичних прийомів збору, класифікації, аналізу, оцінки, видачі своєчасної та точної інформації для управління якістю на підприємстві.

Збір ринкової інформації є специфічним самостійним етапом управління, оскільки існує необхідність формування баз стратегічних даних про кон'юнктуру ринку та конкурентів. Інформацію про конкурентів доцільно розділити на дві підсистеми: підсистему вивчення та контролю загального профілю конкурентів та підсистему розвідувальної інформації для отримання відповідей на конкретні запити про їхню діяльність та наміри.

Хоча збір ринкової інформації на підприємстві сфери моди здійснюють відділ маркетингу та інформаційна служба, рекомендується також залучення до цього процесу всіх працюючих шляхом стимулювання роботи з надання ними ринкової інформації.

Для обробки інформації на підприємствах сфери моди використовуються Інтернет, локальні й глобальні комп'ютерні мережі, технологічні процесорні системи та ін. Програмне забезпечення інформаційних мереж умовно представляється такими групами: для окремих підрозділів і процесів, для управління підприємством, системи документообігу, бази даних і архівів. Програмне забезпечення може бути універсальне або вузькоспеціалізоване. Серед програмних пакетів найбільш відомими є широкий спектр програм фірми 1С. Найбільш популярні програмні продукти для інформаційного забезпечення відділу кадрів, бухгалтерії, складського господарства та ін.

Сьогодні на підприємстві індустрії моди доцільно мати систему повної інформатизації та електронного документообігу. Такі системи відрізняються високою вартістю, але значно збільшують продуктивність, ефективність і якість процесів управління на підприємствах.



Рис. 1. Інформаційна база даних системи управління, націленої на якість продукції

Висновки з проведеного дослідження. У проведеному дослідженні запропоновано до використання термін «система управління, націлена на якість продукції». Документація системи управління, націленої на якість, є важливим елементом системи управління, оскільки забезпечує комунікації в системі та передачу інформації. Документація є зовнішньою та внутрішньою. Запропоновано підходи до формування інформаційної бази даних системи управління, націленої на якість продукції на підприємстві індустрії моди.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондаренко С.М. Задоволеність споживачів як основа успіху у бізнесі. *Економіст*. 2004. № 12. С. 35–37.
2. Бондаренко С.М. Корпоративна соціальна відповідальність у концепції загального управління якістю на підприємствах легкої промисловості України. *Економічний простір*. 2016. № 105. С. 154–163.
3. Бондаренко С.М., Копя А.В. Управління якістю, стандартизація та сертифікація лісів в Україні. *Економіка та суспільство*. 2017. № 12. С. 185–192.
4. Вайсман В.О., Величко В.О., Гогунський В.Д. Система стандартів підприємства для управління знаннями в проектно-керованій організації. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2011. № 1. С. 256–261. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Popu_2011_1_50 (дата звернення: 04.10.2019).
5. Гончаров Ю.В., Бондаренко С.М. Наноіндустрія як засіб підвищення якості життя людей та конкурентоспроможності національної економіки. *Економіст*. 2010. № 3. С. 26–30.
6. ДСТУ ISO 9000:2015. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. (ISO 9000:2015 IDT). Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 45 с.
7. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги. (ISO 9001:2015 IDT). Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 21 с.
8. Касич А.О., Глущенко Д.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 11. С. 65–70.
9. Мирошніченко О.А., Неліна М.Г., Феленюк О.В., Експорт одягу до Європейського Союзу. Гід для українських підприємців. Київ: ФОП Клименко Ю.Я., 2017. 116 с.
10. Федоряк Р.М., Тимченко О.П. Економіко-математичне моделювання оцінювання конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної кризи. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 12(175). С. 133–137.
11. Ягодзинский В.А., Кабаков Ю.Б. Системы управления качеством и внутренний аудит. Киев, 2009. 201 с.
12. Основные методы менеджмента организаций / В.А. Ягодзинский и др. Киев, 2010. 243 с.

REFERENCES:

1. Bondarenko S.M. (2004) Zadovolenistj spozhyvachiv jak osnova uspihku u biznesi [Consumer satis-

faction as a basis for business success]. *Ekonomist*, no. 12, pp. 35–37.

2. Bondarenko S.M. (2016) Korporativna socialjna vidpovidaljnistj u koncepciji zaghaljnogho upravlinnja jakistju na pidpryjemstvakh leghkoji promyslovosti Ukrainy [Corporate social responsibility in the concept of general quality management at light industry enterprises of Ukraine]. *Ekonomichnyj prostir*, no. 105, pp. 154–163.

3. Bondarenko S.M., Kopa A.V. (2017) Upravlinnja jakistju, standartyzacija ta sertyfikacija lisiv v Ukraini [Quality management, standardization and certification of forests in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 12, pp. 185–192.

4. Vajsman V.O., Velychko V.O., Ghoghunsjkyj V.D. (2011) Systema standartiv pidpryjemstva dlja upravlinnja znannjamy v proektno-kerovanij orghanizaci [The system of enterprise standards for knowledge management in a project-managed organization]. *Praci Odesjkogho politekhnichnogho universytetu*, no 1. pp. 256–261. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Popu_2011_1_50 (accessed 04 October 2019).

5. Ghoncharov Ju.V., Bondarenko S.M. (2010) Nanoindustrija jak zasib pidvyshhennja jakosti zhyttja ljudej ta konkurentospromozhnosti nacionalnojji ekonomiky [Nanoindustry as a means of improving the quality of life of people and the competitiveness of the national economy]. *Ekonomist*, no. 3, pp. 26–30.

6. DP «UkrNDNC» (2016) DSTU ISO 9000:2015 Systemy upravlinnja jakistju. Osnovni položennja ta slovnyk terminiv. (ISO 9000:2015 IDT) [DSTU ISO 9000:2015. Quality management systems. Basic terms and glossary. (ISO 9000:2015 IDT)], Kyjiv : DP «UkrNDNC».

7. DP «UkrNDNC» (2016) DSTU ISO 9001:2015 Systemy upravlinnja jakistju. Vymoghy. (ISO 9001:2015 IDT) [DSTU ISO 9001:2015. Quality management systems. Requirements. (ISO 9001:2015 IDT)], Kyjiv : DP «UkrNDNC».

8. Kasych A.O., Hlushchenko D.O. (2016) Teoretychni ta praktychni aspekty upravlinnja konkurentospromozhnistiu pidpryjemstva [Theoretical and practical aspects of enterprise competitiveness management]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 11, pp. 65–70.

9. Myroshnichenko O.A., Nelina M.Gh., Felenuk O.V. (2017) Eksport odjaghu do Jevropejskoghho Sojuzu. Ghid dlja ukrajinsjkykh pidpryjemciv [Export of clothing to the European Union. A guide for Ukrainian entrepreneurs]. Kyiv : FOP Klymenko Ju.Ja. (in Ukrainian)

10. Fedoryak R.M., Tymchenko O.P. (2015) Ekonomiko-matematyчне modelyuvannya ocynuvannya konkurentospromozhnosti pidpryjemstva v umovah ekonomichnoyi kryzy [Economic and mathematical modeling of enterprise competitiveness assessment in the conditions of economic crisis]. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, no. 12(175), pp. 133–137.

11. Yagodzinskiy V.A., Kabakov Yu.B. (2009) Sistemy upravleniya kachestvom i vnutrennij audit [Quality Management Systems and Internal Audit]. Kyiv. (in Ukrainian)

12. Yagodzinskiy V.A., Gaevskiy O.A., Lubnina T.V., Zorova Zh.V. (2010) Osnovnye metody menedzhmenta organizatsiy [The main methods of organization management]. Kiev. (in Ukrainian)

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ХОЛДИНГОВИМИ КОМПАНІЯМИ
STRATEGIC MANAGEMENT OF HOLDING COMPANIES

УДК 005.7: 005.95/1.96

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-22>**Василига С.М.**аспірант кафедри менеджменту,
публічного управління
та адміністрування
Державний університет інфраструктури
та технологій**Vasylyha Serhii**State University of Infrastructure
and Technology

За сучасних умов жорсткої конкуренції та суттєвого податкового тиску чимало підприємств для мінімізації ризиків своєї діяльності, збільшення рівня конкурентоспроможності та з інших причин створюють об'єднання або ж включаються до складу вже існуючих об'єднань. Чинним законодавством України передбачено такі види об'єднань, як асоціації, корпорації, консорціуми, концерни та інші об'єднання підприємств, передбачені законом, а також холдингові об'єднання як особливий вид об'єднання. Саме про холдингові компанії й йдеться у статті. Розглянуто основні підходи до визначення категорії «стратегічне управління». Наведено висновки зарубіжних науковців щодо поняття стратегічного управління. Систематизовано та розкрито етапи формування механізму стратегічного управління. Визначено поняття холдингових компаній відповідно до законодавства України, а також показано особливості стратегічного управління холдинговими компаніями.

Ключові слова: стратегічне управління, стратегія, холдингові компанії, механізм стратегічного управління.

В современных условиях жесткой конкуренции и существенного налогового давле-

ния многие предприятия для минимизации рисков своей деятельности, повышения уровня конкурентоспособности и по другим причинам создают объединения или включаются в состав уже существующих объединений. Действующим законодательством Украины предусмотрены такие виды объединений, как ассоциации, корпорации, консорциумы, концерны и другие объединения предприятий, предусмотренные законом, а также холдинговые объединения как особый вид объединения. Именно о холдинговых компаниях и идет речь в статье. Рассмотрены основные подходы к определению категории «стратегическое управление». Приведены выводы зарубежных ученых относительно понятия стратегического управления. Систематизированы и раскрыты этапы формирования механизма стратегического управления. Определено понятие холдинговых компаний в соответствии с законодательством Украины, а также показаны особенности стратегического управления холдинговыми компаниями.

Ключевые слова: стратегическое управление, стратегия, холдинговые компании, механизм стратегического управления.

Under the current conditions of fierce competition and significant tax pressure, many companies create mergers or join existing companies – holding companies, in order to minimize the risks of their operations, increase their competitiveness and for other reasons. The current legislation of Ukraine provides for such types of associations as associations, corporations, consortia, concerns and other business associations, as provided by law, as well as holding associations as a special type of association. It is the holding companies that are mentioned in the article. Every business entity, as well as their business entities, conducts their business in order to achieve a primary goal and / or mission that is practically impossible without the use of at least short-term strategic planning. Like any commercial (rarely – for-profit) structure, holding companies have their controls. The concept of strategic management of an ordinary enterprise has now been thoroughly explored. In contrast, the strategic management of holding companies has received relatively little attention, which is at least unfair, given their role in the economy of the country and each of the enterprises. In the context of globalization and, consequently, high competition from international manufacturers, many holding companies have faced problems of slowing growth, lower profitability, and loss of market share. Addressing these challenges requires developing new behavioral strategies in the face of changing circumstances. In this regard, strategic management is now one of the key mechanisms contributing to the efficiency and competitiveness of holding companies. However, it is important not only to have a strategy, but also to implement it consistently. This fact necessitates the study and reflection of existing approaches to defining the concept of "strategic management". The main approaches to the definition of the category "strategic management" are considered in the article. The conclusions of foreign scientists on the concept of strategic management are given. The stages of formation of the strategic management mechanism are systematized and revealed. The concept of holding companies is defined in accordance with the legislation of Ukraine, and features of strategic management of holding companies are shown.

Key words: strategic management, strategy, holding companies, mechanism of strategic management.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації і, відповідно, високої конкуренції з боку міжнародних виробників багато холдингових компаній зіткнулися з проблемами уповільнення зростання, зниження рівня рентабельності, втратою ринкової частки. Вирішення цих проблем вимагає вироблення нових стратегій поведінки в умовах, що змінилися. У зв'язку із цим стратегічне управління стає одним із ключових механізмів, що сприяють підвищенню ефективності й конкурентоспроможності холдингових компаній. Однак важливо не тільки мати стратегію, а й послідовно її реалізувати. Ця обставина викликає необхідність вивчення й осмислення наявних підходів до визначення поняття «стратегічне управління».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стратегічного управління досліджу-

вали такі науковці, як І. Ансофф, В.Н. Родіонова, О.С. Віханський, В.Р. Веснін, М.І. Круглова, Н.Ю. Круглова, Г.Б. Клейнер, А.Л. Гапоненко, В.С. Катькало та ін. Утім, погляди науковців на поняття стратегічного управління дещо різняться. Крім того, у працях науковців приділено значну увагу загальному поняттю стратегічного управління, але не визначено детально способи стратегічного управління господарськими товариствами, зокрема холдинговими компаніями.

Постановка завдання. Мета статті – проаналізувати поняття та методи стратегічного управління підприємством, визначити поняття холдингової компанії, а також визначити особливості стратегічного управління холдинговими компаніями.

Виклад основного матеріалу дослідження. І. Ансофф у книзі «Корпоративна стратегія»

стратегічне управління трактує як «методику пізнання, початком якої є стратегічний діагноз, продовженням – шлях до додаткових заходів, а кульмінацією – нові продукти, нові ринки і технології, а також нові можливості [4, с. 20]. В.Н. Родінова стратегічне управління розуміє як «процес розроблення, прийняття і реалізації стратегічних рішень, центральною ланкою якого є стратегічний вибір, заснований на зіставленні власного ресурсного потенціалу підприємства з можливостями і загрозами зовнішнього оточення» [5, с. 3].

О.С. Віханський вважає, що «стратегічне управління можна визначити як управління організацією, яке спирається на людський потенціал як основу організації, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, гнучко реагує і здійснює своєчасні зміни в організації, що відповідають виклику з боку оточення і дають змогу досягти конкурентних переваг, вижити і досягти своїх цілей у довгостроковій перспективі [6, с. 18–20].

Стратегічне управління, згідно з визначенням В.Р. Весніна, являє собою діяльність із розроблення та реалізації стратегії в масштабі реального часу. До основних завдань, які вирішує стратегічне управління, він відносить:

- подолання кризового стану фірми, викликаного розбіжністю її можливостей і вимог середовища;
- заняття лідируючого положення на ринку (в галузі) в перспективі;
- забезпечення життєздатності в будь-якій найнесподіванішій ситуації;
- створення умов довгострокового розвитку з урахуванням зовнішніх і внутрішніх можливостей [7, с. 8–9].

На думку М.І. Круглова та Н.Ю. Круглової, «стратегічне управління покликане розширити горизонти передбачення, посилити далекозорість і тим самим створити можливість своєчасної реакції підприємства на ті зміни, які відбуваються у зовнішньому середовищі: на ринках товарів і технологій, у науково-технічній, економічній, соціальній та політичній сферах [8, с. 7]. Згідно з визначенням Г.Б. Клейнера, «стратегічне управління – це система поглядів і рекомендацій з управління підприємством на базі процесів формування, реалізації і зміни стратегії підприємства з метою досягнення його ділового успіху» [9, с. 273]. Схожу думку висловлює й А.Л. Гапоненко, визначаючи процес стратегічного управління як логічний, систематичний підхід для усвідомлення головних рішень в організації [10, с. 7]. В.С. Катькало у роботі «Еволюція теорії стратегічного управління» під стратегічним управлінням розуміє «проактивний стиль управління, заснований на баченні майбутнього образу фірми і на її динамічних організаційних здібностях до оновлення з урахуванням змін зовнішнього середовища, своєї бізнес-моделі, що забезпечує привласнення недоступних конкурентних економічних вигід (рент)» [11, с. 61].

Незважаючи на відмінності у визначеннях категорії «стратегічне управління», дослідники дотримуються єдиної думки в тому, що трактують стратегічне управління як процес розроблення і реалізації стратегії, заснований на зіставленні зовнішнього оточення й організації. Під стратегічним управлінням розуміється процес установлення відповідності здібностей компанії можливостям зовнішнього середовища, заснований на розробленні ефективного механізму стратегічного управління.

Аналіз наукової літератури [5, с. 13; 3, с. 23–25; 4, с. 9–10; 9, с. 23–24] дав змогу систематизувати етапи реалізації механізму стратегічного управління:

- аналіз середовища;
- визначення місії і цілей організації;
- формування і вибір стратегії;
- реалізація стратегії;
- стратегічний контроль.

Аналіз середовища вважається початковим етапом стратегічного управління, оскільки він забезпечує базу для формулювання місії, цілей і вироблення стратегій поведінки організації. Аналіз середовища дає змогу визначити сильні й слабкі сторони організації і виявити можливості і загрози зовнішнього середовища [6, с. 23].

На другому етапі визначаються місія і цілі організації, на підставі яких стає зрозумілим, навіщо існує організація і до чого вона прагне.

Наступним (третім) етапом стратегічного управління є формулювання стратегій, розгляд альтернатив і остаточний вибір стратегії [7, с. 9].

На четвертому етапі відбувається реалізація вибраної стратегії. А.Л. Гапоненко вважає: «Реалізація стратегії припускає, що організація встановлює тактичні цілі, мотивує працівників і розподіляє ресурси так, щоб можна було досягнути стратегічної мети. При цьому формується, розвивається і підтримується корпоративна культура, яка сприяє реалізації стратегії. Також створюється певна організаційна структура управління, розподіляються маркетингові зусилля, готуються бюджети, розвивається відповідна інформаційна система, а також установлюється відповідна система оплати праці» [10, с. 9].

П'ятий етап передбачає оцінку і контроль виконання стратегії за допомогою розробленої системи показників.

Щодо поняття холдингової компанії, то це не може бути предметом суперечок науковців, оскільки таке поняття в Україні визначено на законодавчому рівні. Так, Господарський кодекс України [1], закони України «Про холдингові компанії» [3] та «Про акціонерні товариства» [2] дають такі визначення (рис. 1).

Таким чином, урахувавши всі визначення в законодавстві України, холдингова компанія – це об'єднання двох і більше юридичних осіб, пов'язаних між собою відносинами економічної

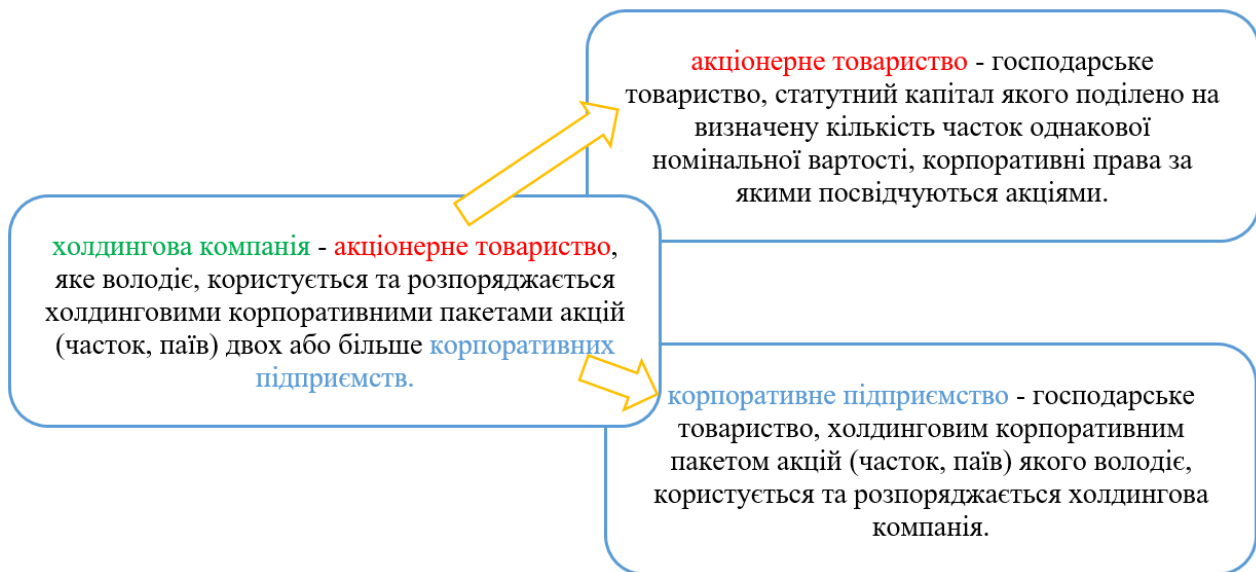


Рис. 1. Законодавче визначення поняття холдингової компанії

Джерело: сформовано автором

та/або організаційної залежності у формі участі в статутному капіталі та/або управлінні, що утворене на договірних засадах відповідно до законодавства України, статутний капітал якого сформований із вкладів засновників та поділений на акції та які несуть субсидіарну відповідальність за зобов'язання всіх учасників холдингової компанії. Органом управління такої компанії є загальні збори.

Слід зазначити, що процес формування механізму стратегічного управління холдингової компанії потребує врахування особливостей холдингової форми організації, а саме: наявності у підприємств-учасників у складі холдингового товариства відповідної освіти; можливості надавати суттєвий вплив на діяльність дочірніх і залежних товариств; наявності диверсифікованих видів бізнесу і різноманіття форм економічної взаємодії всередині холдингу; існування різних економічних інтересів підприємств-учасників та ін. [13, с. 14]. Так, для холдингової форми організації бізнесу, по-перше, стратегія повинна визначатися централизованно для всіх учасників із боку керуючої компанії на протигагу ринковому підходу, коли кожен учасник відокремлено розробляє стратегію, враховуючи власні інтереси. Такий підхід забезпечує збалансований розвиток усіх учасників холдингової компанії. По-друге, реалізація етапів механізму стратегічного управління повинна забезпечуватися зусиллями як керуючої компанії, так і підприємств – учасників холдингової компанії відповідно до рівня їхніх повноважень. По-третє, керуюча компанія покликана розробити цільові орієнтири, розставити пріоритети в розподілі реінвестицій, забезпечити ресурсний потенціал холдингу, а також розробити механізм економічної взаємодії і збалансовані індикатори для різних етапів роз-

витку для підприємств-учасників. По-четверте, підприємства-учасники, своєю чергою, повинні здійснювати виконання планових завдань і забезпечити реалізацію ефективної економічної діяльності по всьому виробничому ланцюжку.

Таким чином, облік вищевикладених особливостей стратегічного управління дасть змогу в кінцевому підсумку створити передумови для ефективного розвитку та забезпечення конкурентоспроможності холдингових компаній.

Висновки з проведеного дослідження. Холдингова компанія – це об'єднання суб'єктів господарювання з метою досягнення спільної мети. Досягнення такої мети має здійснюватися організовано. Кінцева мета (або ж місія) холдингової компанії має розглядатися та затверджуватися на загальних зборах компанії. Враховуючи, що цілі, які ставлять перед собою холдингові компанії, є занадто великими для кожного окремого суб'єкта господарювання, необхідно розділити її на елементи, відповідальність за які має нести кожен з учасників холдингової компанії. При цьому необхідно, щоб кожен з учасників холдингової компанії, погоджуючись із кінцевою метою та усвідомлюючи її важливість, на її основі розробляв власну стратегію управління підприємством, визначав завдання, необхідні для її досягнення, та доводив до відповідних менеджерів підприємства та/або відповідних виконавців, а також забезпечував постійний контроль над належним виконанням поставлених завдань.

Таким чином, стратегія управління холдинговою компанією – це складна ієрархічна структура, яка залежить, передусім, від кожного працівника учасників холдингової компанії. Субсидіарна відповідальність учасників дає змогу зменшити ризики для кожного окремого суб'єкта господарювання,

що зменшує ризики від прийняття рішень, але, своєю чергою, учасники мають усвідомлювати важливість досягнення кінцевої мети та діяти спільно задля її досягнення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України, станом на 10 жовтня 2019 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18. Ст. 144.
2. Про акціонерні товариства : Закон України (станом на 10 жовтня 2019 р.). *Відомості Верховної Ради України*. 2008. №№ 50–51. Ст. 384.
3. Про холдингові компанії : Закон України (станом на 10 жовтня 2019 р.). *Відомості Верховної Ради України*. 2006. № 34. Ст. 291.
4. Міддлтон Д. Бібліотека вибраних праць про стратегію бізнесу: п'ятдесят найбільш впливових ідей всіх часів. Москва : Олімп. Бізнес, 2006. 258 с.
5. Родіонова В.М. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник. Москва : РІОР: ИНФРА, 2013. 78 с.
6. Виханський О.С., Наумов А.І. Менеджмент: навчальний посібник. Москва : Магістр, 2009. 285 с.
7. Веснін В.Р. Стратегічне управління : навчальний посібник. Москва : Проспект, 2004. 328 с.
8. Круглова Н.Ю., Круглов М.І. Стратегічний менеджмент : навчальний посібник ; 2-е вид., перероб. і доп. Москва : Вища освіта, 2007. 492 с.
9. Клейнер Г.Б. Стратегія підприємства. Москва : Справа, 2008. 567 с.
10. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегічне управління : навчальний посібник. Москва : Омега-Л., 2010. 463 с.
11. Катякало В.С. Еволюція теорії стратегічного управління : монографія. Санкт-Петербург : С.-Петербур. держ. ун-т, 2006. 548 с.
12. Фляйшнер К., Бенсуссан Б.Є., Конькова Д.П. Стратегічний і конкурентний аналіз: методи і засоби конкурентного аналізу в бізнесі / за заг. ред. І.М. Степнова, Ю.А. Ковальчук. Москва : БІНОМ, Лаб. знань, 2009. 541 с.
13. Бекетов Н.В. Інституційний підхід до теорії сучасної корпорації. *Економічний аналіз: теорія і практика*. 2008. № 21. С. 13–16.

REFERENCES:

1. *Hospodarskyi kodeks Ukrainy* [Business Code of Ukraine]. Kyiv, Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy Publ 2003 r. № 18, stattia 144.
2. *Pro aktsionerni tovarystva* [About Joint Stock Companies]: Kyiv, Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy Publ 2008 r., № 50, / № 50–51 /, stor. 2432, stattia 384.
3. *Pro kholdynhovi kompanii* [About holding companies]. Kyiv, Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy Publ 2006 r., / № 34, stor. 1253, stattia 291.
4. Middleton D. *Biblioteka vybranykh prats pro stratehiiu biznesu: piatdesiat naibilsh vplyvovykh idei vsikh chasiv* [The Library of Selected Works on Business Strategy: The 50 Most Powerful Ideas of All Time]: [per. z anhl.] / D. Middleton. – Moscow, Olimp – Biznes Publ, 2006.
5. Rodionova V.M. (2013) *Stratehichniy menedzhment* [Strategic management]. Ysyr. i pererab. Moscow, RIOR: YNFRA Publ.
6. Vykhanskyi O.S., Naumov A.I. (2009) *Menedzhment* [Management]. Moscow, Mahistr Publ.
7. Vesnin V.R. (2004) *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]. Moscow, Prospekt Publ.
8. Kruhlova N.Iu., Kruhlov M.I. (2007) *Stratehichniy menedzhment* [Strategic management]. Moscow, Vyshcha osvita Publ.
9. Kleiner H.B. (2008) *Stratehiia pidpriemstva* [Enterprise strategy]. Moscow, Sprava Publ.
10. Haponenko A.L., Pankrukhyn A.P. (2010) *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]. Ster. – Moscow, Omega L. Publ.
11. Katkalo V.S. (2006) *Evolutsiia teorii stratehichnoho upravlinnia* [Evolution of the theory of strategic management]. SPb. : S.-Peter. State university Publ.
12. Fliaishner K., Bensussan B.Ye., Konkova D.P. (2009) *Stratehichniy i konkurentnyi analiz: metody i zasoby konkurentnoho analizu v biznesi* [Strategic and competitive analysis: methods and tools of competitive analysis in business]. Moscow, BINOM Publ.
13. Beketov N.V. (2008) *Instytutsiinyi pidkhid do teorii suchasnoi korporatsii* [Institutional approach to the theory of modern corporation]. *Ekonomichniy analiz: teoriia i praktyka*. no. 21, pp. 13–16.

КООПЕРАЦІЯ В ТУРИЗМІ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

TOURISM COOPERATION: STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS

УДК 338.48:334.73

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-23>

Вислободська Г.П.

к.е.н., старший викладач кафедри історії України, економічної теорії та туризму Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького
Макаруха С.Р.
аспірант кафедри обліку та оподаткування Львівський національний аграрний університет

Vyslobodska Halyna

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv
Makarukha Stepan
Lviv National Agrarian University

У статті розглянуто трактування поняття «туризм» у контексті міжнародного (Всесвітньої туристичної організації) та вітчизняного (Закону України «Про туризм») законодавства. Розглянуто поняття «кооперація» та «кооперація в туризмі». Представлено загальні риси кооперації. Визначено стан туристичної кооперації в сучасному українському суспільстві. Описано можливості створення туристичних кооперативів. На основі проведеного нами анкетного опитування показано позицію населення та надавачів туристичних послуг щодо кооперації в туристичній галузі. Одним із ключових чинників, що виступає на користь туристичної кооперації, є логістика туризму, що й показано у статті. Окреслено переваги створення туристичних кооперативів, зокрема у сільській місцевості. Визначено загальні перспективи розвитку вітчизняної туристичної кооперації. На основі проведеного дослідження зроблено висновки щодо можливості подальшої діяльності туристичних кооперативів в Україні.

Ключові слова: кооперація, туризм, туристична кооперація, туристи, сільські території.

В статье рассмотрены трактовки понятия «туризм» в контексте международного (Всемирной туристической организации) и отечественного (Закона Украины «О туризме») законодательства. Рассмотрены понятия «кооперация» и «кооперация в туризме». Представлены общие черты кооперации. Определено состояние туристической кооперации в современном украинском обществе. Описаны возможности создания туристических кооперативов. На основе проведенного нами анкетного опроса показана позиция населения и поставщиков туристических услуг по кооперации в туристической отрасли. Одним из ключевых факторов, выступающих в пользу туристической кооперации, является логистика туризма, что и показано в статье. Определены преимущества создания туристических кооперативов, в том числе в сельской местности. Определены общие перспективы развития отечественной туристической кооперации. На основе проведенного исследования сделаны выводы о возможности дальнейшей деятельности туристических кооперативов в Украине.

Ключевые слова: кооператив, туризм, туристический кооператив, туристы, сельские территории.

The article deals with the interpretation of the concept of "tourism" in the context of international (World Tourism Organization) and domestic (Law of Ukraine "On Tourism") legislation. In many sectors of the economy (eg. agriculture), producers and sellers cooperate to support each other and share resources for their activities. The tourism industry is not yet developed in this regard, however, tourism co-operation could be one way of addressing resource needs, efficiency of use and reducing the cost of tourism services. The concepts of "cooperation" and "cooperation in tourism" are considered. The problems of cooperatives in tourism are practically not covered in the works of domestic scientists. The purpose of the study is to determine the nature, status, problems and main prospects of tourism cooperation. General features of cooperation are presented in the article. The state of tourism cooperation in modern Ukrainian society is determined. Possibilities of creation of tourist cooperatives are described. Based on our questionnaire, we have shown the position of the population and providers of tourism services in cooperation in the tourism industry. Studies show that most people do not know what a cooperative is and how it can be used in tourism. One of the key factors in favor of tourism cooperation is tourism logistics, as shown in the article. The advantages of setting up tourist cooperatives, in particular in rural areas, are outlined. The general prospects for the development of domestic tourist cooperatives are determined. There is virtually no tourism cooperation in modern Ukrainian society. For both theoretical scholars and tourism market actors, tourism co-operation is a new phenomenon and needs further research. Establishing cooperatives in tourism, mostly among small entities in the tourism market, will allow them to reduce their costs in the tourism industry and will provide a number of benefits, including mutual assistance and support in tourism activities. Tourist cooperatives will promote the socio-economic growth of a certain region and increase the employment of the population in the area. On the basis of the conducted research, it is concluded that there is a possibility of further activity of tourist cooperatives in Ukraine.

Key words: cooperative, tourism, tourist cooperative, tourists, rural territories.

Постановка проблеми. Сьогодні у глобальному економічному просторі ми можемо спостерігати зростання частки не матеріальної сфери, а переважання сфери послуг. Однією з найпопулярніших галузей сфери послуг є туристична галузь. З одного боку, вона є можливістю задовольняти економічні потреби продавців туристичних послуг, а з іншого – виконує важливу суспільну функцію – задовольняє потреби населення у відпочинку, виконує пізнавальну та культурницьку функції. Не завжди надавачі туристичних послуг мають належні ресурси для здійснення своєї діяльності, і, відповідно, у них виникають потреби у їх забезпеченні.

У багатьох галузях народного господарства (наприклад, у сільському господарстві) виробники та продавці кооперуються для підтримки один одного та спільного використання ресурсів для своєї діяльності. Туристична галузь поки що не є розви-

неною у цьому плані, проте кооперування в туризмі могло б стати одним зі шляхів вирішення питання потреб у ресурсах, ефективності їх використання та зменшення собівартості туристичної послуги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематика туризму є досить популярною серед сучасних науковців та дослідників. Вивченню туристичної проблематики присвячено окремі праці М. Мальської [10], О. Любіцевої [7], О. Бейдика [1], В. Липчука [5], Р. Лозинського [6] та ін. Вони розглядають туризм із багатьох точок зору: економічної, культурної, психологічної, як об'єкт державного регулювання, як окремий елемент розвитку сільських територій, історико-етнографічних зон тощо.

Тематикою діяльності кооперативів займалися Ю. Ушкаренко [15], М. Малік [9], О. Крисальний, М. Молдаван, Ф. Горбонос [4], М. Малік та ін.

Проблематика діяльності кооперативів у туризмі практично не висвітлюється у працях вітчизняних науковців.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення суті поняття «туристична кооперація». Важливим питанням також є визначення поточного стану та виявлення головних проблем діяльності туристичної кооперації в Україні. Окрім того, за мету дослідження поставлено також окреслення основних перспектив розвитку туристичної кооперації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Науковці, розглядаючи туристичну галузь, зосереджують свою увагу на економічній ефективності такої діяльності, закономірностях розміщення туристичних об'єктів, динаміку кількості візних та виїзних туристів і т.п. Щодо кооперації, то тут описують здебільшого споживчі та сільськогосподарські кооперативи. Сучасне суспільство характеризується масштабними глобалістичними процесами в економіці, більшість галузей та сфер тісно переплітаються та функціонують як один механізм. Між туризмом та коопераційними процесами також існують взаємозв'язки [3; 4].

Всесвітня туристична організація (ВТО) ідентифікує туризм як подорож у вільний час та як один із видів активного відпочинку.

Закон України «Про туризм» визначає це явище як «...тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою або професійно-діловою метою без зайняття оплачуваною» [13].

За своєю суттю туризм є відпочинком, формою проведення вільного часу подорожуючих, що дає їм змогу ознайомитися з культурним, історичним, етнографічним та природним потенціалом певної місцевості, відчувати місцевий колорит.

Науковці розглядають туризм у двох аспектах: вузькому та широкому. У першому випадку до туризму можна віднести будь-який маршрут переміщення людини у просторі, що виходить за рамки буденного існування чи за межі рутинних щоденних справ. Тому, звичайно, щоденне переміщення з дому на роботу і навпаки до туризму не належить, як і буденний похід до крамниці, а от поїздка до лісу, на рибалку чи, скажімо, на пікнік – уже туризм.

У вузькому значенні до туризму відносять спеціально організовані маршрути з переміщення громадян, що здійснюються за їхній рахунок (або за кошти організацій, що їх делегували), окрім переміщень, пов'язаних із виконанням професійних обов'язків. На практиці організацією туризму у цьому (другому) значенні займаються спеціальні організації (туристичні агентства, бюро, фірми та ін.), які загалом називаються суб'єктами туристичної діяльності [13].

Отже, суб'єкти туристичної діяльності – надавачі туристичних послуг обслуговують своїх клієнтів (туристів), які тимчасово виїхали зі свого постійного місця проживання [2].

Із позиції економіки сім'ї – надавачі туристичних послуг можуть отримувати такі доходи від туристичної діяльності [8]:

- облаштовуючи власні туристичні маршрути;
- її члени можуть також працювати гідями чи екскурсорами своєї малої батьківщини;
- надаючи послуги з транспортних перевезень туристів;
- егерська діяльність (полювання, аматорське та спортивне рибальство);
- прокат туристичного спорядження;
- поселення туристів у своїх садибах;
- харчування подорожуючих;
- проведення майстер-класів народних промыслів та ремесл, притаманних даній території;
- продаж сувенірів;
- продаж власних екологічно чистих продуктів харчування, включаючи зібрані власноруч гриби та ягоди.

Також у сільській місцевості для туристів можуть, за наявності відповідної інфраструктури, організовувати кінні та велосипедні прогулянки.

Розвиток туризму, особливо це актуально для малих форм господарювання, потребує вирішення низки проблематичних питань, включаючи питання капіталозабезпечення своєї діяльності та питання, як залишатися «на плаву» за умов обмежених ресурсів. Одним із таких способів подолання даних проблем могла б стати кооперація в туризмі.

Загалом кооперацію ідентифікують як «... добровільне об'єднання власності та праці для досягнення спільних цілей у різних сферах господарської діяльності» [12]. Найважливішими рисами кооперації є самостійність (передусім від бюрократичної держави) та економічна свобода її діяльності, спільність економічних інтересів членів кооперації, демократичність управління.

Створення кооперативів у туристичній галузі дало б змогу забезпечити туристичну діяльність членам такого об'єднання.

Ми провели анкетне опитування щодо кооперації в туризмі серед жителів Львівщини.

Дані рис. 1 та 2 свідчать, що більшість людей, що надають туристичні послуги, не знає, що таке кооперація й як її можна застосувати у туристичній діяльності.

На рис. 3 зображено основні напрями, за якими можуть діяти туристичні кооперативи.

Основними перевагами створення туристичних кооперативів є:

- зменшення витрат на транспорт, логістику, утримання місцевих культурних та історичних пам'яток шляхом розподілення їх між членами туристичної кооперації;
- за необхідності фінансова підтримка учасників кооперативу;
- оперативність вирішення проблем під час розселення туристів;

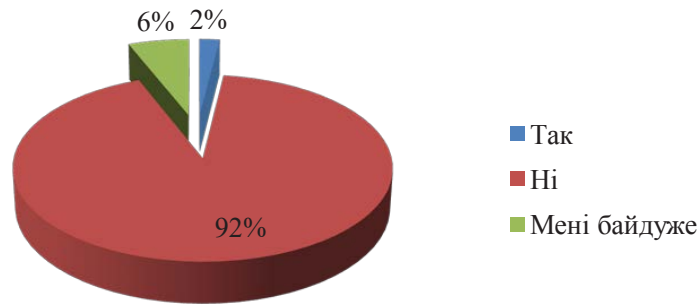


Рис. 1. Розподіл відповідей респондентів на питання: «Чи чули Ви що-небудь про кооперацію в туризмі?»

- Так, бажаю
- Ні, ми здатні самостійно забезпечити свою садибу усім необхідним
- Ні, не бажаю в принципі ні з ким об'єднуватися
- Важко відповісти

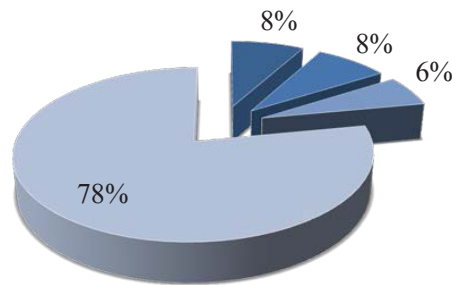


Рис. 2. Розподіл відповідей респондентів (фізичних осіб – підприємців, що надають туристичні послуги) на питання: «Чи маєте бажання стати членом кооперативної спілки в сільському туризмі?»

Джерело: сформовано авторами на основі власного анкетного опитування

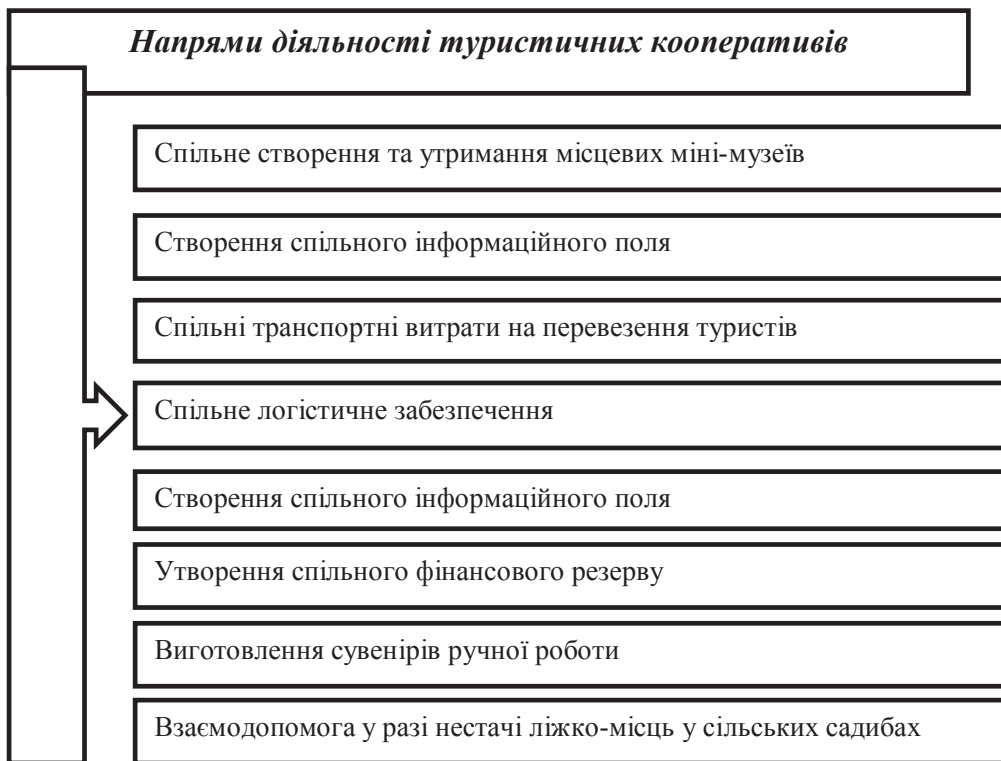


Рис. 3. Основні напрями діяльності туристичних кооперативів у сільській місцевості

Джерело: власна розробка авторів

– можливість компенсації туристам деяких видів послуг, відсутніх у даного господаря;

– комплексний соціально-економічний розвиток даної місцевості.

Ще одним позитивним явищем, що свідчить на користь кооперування в туризмі, є розвиток логістики туризму.

Логістика туризму є, по суті, відносно новим науково-практичним напрямом, що досліджує логістичні галузі туризму, у тому числі включає раціональну організацію формування, збуту та організації споживання туристичного продукту і супроводження цих процесів проходженням інформаційних потоків [11; 14].

Кооперація надавачів туристичних послуг, особливо це стосується сільської місцевості, та створення у них спільної інформаційної бази сприятимуть удосконаленню системи управління логістикою туризму території, що, відповідно, дасть змогу підвищити ефективність та якість обслуговування споживачів, зменшить витрати, пов'язані з управлінням інформаційними потоками.

Висновки з проведеного дослідження.

На основі вище поданого матеріалу можна зробити такі висновки:

1) Туристична кооперація в сучасному українському суспільстві практично відсутня. Як для науковців-теоретиків, так і для суб'єктів туристичного ринку кооперування в туризмі є явищем новим і потребує подальших досліджень.

2) Створення кооперативів у туризмі, здебільшого серед малих суб'єктів туристичного ринку, дасть змогу зменшити свої витрати у туристичній галузі та надасть низку переваг, зокрема взаємодопомогу та підтримку в здійсненні туристичної діяльності.

3) Туристичні кооперативи сприятимуть соціально-економічному зростанню певного регіону та дадуть змогу підвищити зайнятість населення у цій місцевості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бейдик О.О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму) *Географія та туризм*. 2010. Вип. 8. С. 45–49.

2. Вислободська Г.П., Макаруха С.Р. Перспективи розвитку туристичної кооперації в сільській місцевості. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 4(26). С. 56–59.

3. Вислободська Г. Послуги в сільському господарстві: суть, роль та значення. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія «Економіка АПК»*. 2015. № 22(1). С. 175–178.

4. Горбонос Ф.В. Кооперація: методологічні та методичні основи. Львів : Львівський аграрний державний університет, 2003. 264 с.

5. Липчук В.В., Липчук Н.В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку. Львів : СПОЛОМ, 2008. 160 с.

6. Лозинський Р.М., Зінько Ю.В. Вплив недержавних організацій на розвиток туристичної галузі (на прикладі спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні). *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія «Географія»*. 2012. № 1. С. 138–143.

7. Любіцева О. Туризм в Україні: виклики і кризи. *Вісник КНТЕУ. Держава та економіка*. 2015. С. 5–15.

8. Львовська Т.А. Сільський зелений туризм як перспективний напрям розвитку села. *Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи»*. Кам'янець-Подільський : Медобори-2006, 2016. С. 142–144.

9. Малік М.Й. Кооперація в сільському господарстві: стан та перспективи. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2009. Вип. 6(1). С. 55–65.

10. Мальська М. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму в Україні з урахуванням міжнародного досвіду. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2012. С. 143–151.

11. Михайліченко Г.І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі: дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 ; Київський торговельно-економічний університет. Київ, 2001.

12. Міракін В.В. Сучасні тенденції розвитку сільськогосподарських кооперативів в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. № 16. С. 173–180.

13. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 31. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 5.12.2019).

14. Смирнов І.Г. Логістика туризму: комплексний підхід. *Матеріали конференції «Наука и образование без границ»*. 2007. С. 26–31.

15. Ушкаренко Ю. Концептуальні засади забезпечення ефективного розвитку кооперації в Україні. *Економічний простір*. 2017. № 117. С. 119–128.

REFERENCES:

1. Beidyk O.O. (2010) Rozvytok kulturno-rozvazhalnoho turizmu v Ukraini (na prykladi festyvalnoho turizmu) [Development of cultural and leisure tourism in Ukraine (for example, festival tourism)] *Heohrafiia ta turizm*. Vol. 8. pp. 45–49.

2. Vyslobodska H.P., Makarukha S.R. (2019) Perspektyvy rozvytku turystychnoi kooperatsii v silskii mistsevosti [Prospects for the development of tourism cooperation in rural areas]. *Rehionalna ekonomika ta upravlinnia*. vol. 4(26), pp. 56–59.

3. Vyslobodska H. (2015) Posluhy v silskomu hospodarstvi: sut, rol ta znachennia [Services in agriculture: essence, role and meaning]. *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho ahrarynoho universytetu. Seriiia : Ekonomika APK*. vol. 22(1), pp. 175–178.

4. Horbonos F.V. (2003) Kooperatsiia metodolohichni ta metodychni osnovy [Cooperation: methodological and methodological basis]. *Lviv: Lvivskiy ahraryni derzhavnyi universytet*. (in Ukrainian)

5. Lypchuk V.V. and Lypchuk N.V. (2008) Ahroturizm: orhanizatsiino-ekonomichni zasady rozvytku [Agritourism: organizational and economic principles of development]. *Lviv : SPOLOM*. (in Ukrainian)

6. Lozynskiy R.M. and Zinko Yu.V. (2012) Vplyv nederzhavnykh orhanizatsii na rozvytok turystychnoi haluzi (na prykladi spilky sprianniia rozvytku silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini) [Impact of non-governmental organizations on the development of the tourism industry]. *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnogo pedahohichnogo universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka. Seriiia : Heohrafiia*. pp. 138–143.

7. Liubitseva O. (2015) Turyzm v Ukraini: vyklyky i kryzy [Tourism in Ukraine: Challenges and Crises]. *Visnyk KNTEU. Derzhava ta ekonomika*. pp. 5–15. (in Ukrainian)

8. Lvovska T.A. (2016) Silskiy zeleniy turyzm yak perspektyvnyi napriam rozvytku sela [Rural green tourism as a promising direction for rural development]. *Zbirnyk materialiv za rezultatamy IV naukovo-praktychnoi konferentsii studentiv ta molodykh vchenykh «Stalyi rozvytok Ukrainy: problemy i perspektyvy»*. Kamianets-Podilskiy: Medobory-2006, pp. 142–144. (in Ukrainian)

9. Malik M.Y. (2009) Kooperatsiia v silskomu hospodarstvi: stan ta perspektyvy [Cooperation in agriculture: the state and prospects]. *Ekonomichni nauky. Seriiia: Oblik i finansy*. Vol. 6(1). pp. 55–65.

10. Malska M. (2012) Udoskonalennia derzhavnogo rehuliuвання rozvytku turyzmu v Ukraini z urakhuvan-

niam mizhnarodnogo dosvidu [Improvement of state regulation of tourism development in Ukraine taking into account international experience]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia mizhnarodni vidnosyny*. pp. 143–151.

11. Mykhailichenko H.I. (2001) Informatsiina ta zbutova lohistyka v turyzmi [Information and marketing logistics in tourism]: dys. kand. ekon. nauk: 08.06.02. K.: Kyivskiy torhovelno-ekonomichnyi universytet. (in Ukrainian, unpublished)

12. Mirakin V.V. (2018) Suchasni tendentsii rozvytku silskohospodarskykh kooperatyviv v Ukraini [Current tendencies of development of agricultural cooperatives in Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo*. vol. 16, pp. 173–180.

13. Pro turyzm: Zakon Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (accessed 5 December 2019).

14. Smyrnov I.H. (2009) Lohistyka turyzmu: kompleksnyi pidkhid [Tourism logistics: an integrated approach] Proceedings of the Conference «*Nauka y obrazovanye bez hranyts*». pp. 26–31. (in Ukrainian)

15. Ushkarenko Yu. (2017) Kontseptualni zasady zabezpechennia efektyvnogo rozvytku kooperatsii v Ukraini [Conceptual principles for ensuring the effective development of cooperation in Ukraine]. *Ekonomichnyi prostir*. vol. 117, pp. 119–128.

РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ REGULATION OF ADVERTISING ACTIVITIES IN UKRAINE

УДК 338.58:65.014

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-24>

Некрасова Х.С.

студентка

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Шуба Т.П.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу,

менеджменту та підприємництва

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Євтушенко В.А.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу,

менеджменту та підприємництва

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Nekrasova Khrystyna

V.N. Karazin Kharkiv National University

Shuba Tetiana

V.N. Karazin Kharkiv National University

Yevtushenko Viktoriia

V.N. Karazin Kharkiv National University

У статті розглянуто важливість детального вивчення регулювання рекламної діяльності в сучасних умовах економіки України. Під час використання різних методів рекламної діяльності на підприємстві можна розробити чітко організоване комплексне управління рекламою та вдосконалити структуру управління підприємством для забезпечення вироблення довгострокової стратегії, щоб досягти цілей підприємства та створити управлінські механізми реалізації маркетингової стратегії через систему планів. Можна відзначити, що реклама є одним із важливих складників рекламної діяльності підприємства й інструментом для вирішення різних важливих проблем. Для ефективної роботи компанії під час планування рекламної діяльності важливо прийняти низку важливих рішень, які випливають зі стратегії компанії. Рекламна діяльність, виконувана компанією, повинна бути оптимальною, тобто мати максимальну ефективність за заданої вартості або мінімальну вартість за необхідного рівня ефективності. Вибір найбільш підходящого варіанту вдосконалення реклами є одним з основних напрямів розвитку компанії. **Ключові слова:** реклама, рекламна діяльність, управління, принципи, методологія, ефективність, підприємство, структура, стратегічне управління, стратегія, маркетингова діяльність, конкурентоспроможність.

В статті розглянуто важливість детального вивчення регулювання рекламної

діяльності в сучасних умовах економіки України. При використанні різних методів рекламної діяльності на підприємстві можна розробити чітко організоване комплексне управління рекламою та удосконалити структуру управління підприємством для забезпечення вироблення довгострокової стратегії, щоб досягти цілей підприємства та створити управлінські механізми реалізації маркетингової стратегії через систему планів. Можна відзначити, що реклама є одним із важливих складників рекламної діяльності підприємства й інструментом для вирішення різних важливих проблем. Для ефективної роботи компанії під час планування рекламної діяльності важливо прийняти низку важливих рішень, які випливають зі стратегії компанії. Рекламна діяльність, виконувана компанією, повинна бути оптимальною, тобто мати максимальну ефективність за заданої вартості або мінімальну вартість за необхідного рівня ефективності. Вибір найбільш підходящого варіанту вдосконалення реклами є одним з основних напрямів розвитку компанії. **Ключевые слова:** реклама, рекламная деятельность, управление, принципы, методология, эффективность, предприятие, структура, стратегическое управление, маркетинговая деятельность, конкурентоспособность.

Ключевые слова: реклама, рекламная деятельность, управление, принципы, методология, эффективность, предприятие, структура, стратегическое управление, маркетинговая деятельность, конкурентоспособность.

This article says about the importance of a detailed study of regulation of the advertising activity in modern conditions of the Ukrainian economy. When using different methods of advertising in a private enterprise, it is possible to develop a clear organized integrated advertising management and improve the structure of enterprise management, to ensure the development of a long-term strategy to achieve the goals of the enterprise and create management mechanisms for marketing strategy through a system of plans. It can be noted that advertising is one of the important components of advertising activity of the enterprise and it is a tool for solving various important problems. For effective company activity, when planning advertising activities, it is important to make a number of important decisions that come from the company's strategy. The advertising activity performed by the company must be optimal, ie have maximum efficiency at a given cost or minimum cost at the required level of efficiency. Choosing the most appropriate option for improving advertising is one of the main directions of company development. It is revealed that in Ukraine there is not enough control over other markets that interact with marketing (direct marketing, exhibitions, fairs, internet marketing, event marketing), so it is necessary to create a central government body to deal with this issue. At the same time, it is necessary to leave within the competence of the Antimonopoly Committee of Ukraine the provisions on the advertising market in the field of competition against unfair competition. It can be noted that in developed countries, control over advertising is not only ensured by legal acts on advertising, there are also separate laws on the prohibition of discounts and other privileges in the field of advertising and promotion, the mandatory indication on packaging and product labeling of relevant indicators and some other laws governing the quality of certain types of products. However, if some countries do not have separate laws on advertising, this does not affect the advertising business very much, because it operates within the general legal field of entrepreneurship and it provides for penalties for breaches of relevant legal and ethical standards by business and entrepreneurs.

Key words: advertising, advertising, management, principles, methodology, efficiency, enterprise, structure, strategic management, strategy, marketing, competitiveness.

Постановка проблеми. Важливість детального вивчення регулювання рекламної діяльності в сучасних умовах економіки України зумовлена потребою активізувати рекламну діяльність на вітчизняних підприємствах, щоб посилити конкуренцію. Сьогодні реклама – це форма активного впливу на ринок. Використання цієї форми вимагає науково обґрунтованого планування реклами, постійного вдосконалення механізму розроблення та реалізації планів реклами.

Рекламна діяльність компанії вирішує не лише пасивні завдання вивчення вимог цільового ринку та адаптації виробленої продукції до них. Важли-

вим напрямом використання реклами є активне створення та стимулювання попиту на товари.

Вирішенням цієї складної проблеми є використання реклами як одного з основних елементів маркетингового впливу на споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Істотний внесок у теорію та практику використання маркетингу зробили такі вчені: Ф. Котлер, Р.Б. Ноздрьова, Л.І. Цигічко, А.А. Браверман, А.А. Горячев, П. Друкер, Т. Левітт, Г.Г. Абрамшвілі, В.Г. Хруцький, Е. Роджерс та ін. Завдяки роботам цих та інших учених детально вивчено організацію рекламного процесу, реалізацію функцій

рекламних підрозділів, використання різних каналів та засобів поширення інформації, загальні принципи планування рекламних кампаній тощо. Водночас аналіз ділової практики свідчить про те, що деякі важливі аспекти реклами ще не відображено в дослідженнях як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Передусім це стосується проблем управління рекламним процесом у контексті формування ринкових відносин, економічного обґрунтування процесу формування та розподілу рекламного бюджету компанії й визначення ефективності реклами.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття важливості та значення питань рекламної діяльності для українських підприємств. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: дослідити теоретичні основи організації рекламної діяльності; визначити зміст, структуру, послідовність розроблення та реалізації рекламної кампанії підприємства; узагальнити зарубіжний досвід планування й організації рекламної діяльності підприємства; дати оцінку важливості рекламної діяльності. Важливість та значення цих питань для українських підприємств призвели до вибору теми дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи регулювання рекламної діяльності як систему заходів на підприємстві, спершу потрібно пояснити значення терміна. У широкому значенні під поняттям «рекламна діяльність» розуміють такий вид діяльності, без якої людство не змогло б створити як культуру у цілому, так і сучасне виробництво.

Реклама у своєму значенні являє собою неособисті форми комунікації, які здійснюються за платного засобу поширення інформації, за якого чітко зазначають джерело фінансування. Таке визначення запропонував американський маркетинголог Ф. Котлер [1].

Реклама – це одночасно процес, бізнес, результат, рекламна творчість. Усі названі ознаки можна сприймати разом як ціле, проте в різних наукових дослідженнях [2].

З іншого боку, реклама – це цілеспрямована передача неособистих даних для просування інформації на ринку за певну плату. Закон України «Про рекламу» (ст. 1) містить таке визначення цієї категорії: реклама – це конкретна інформація про людину чи товар, яка поширюється в будь-якій формі та будь-яким способом для отримання зиску прямо чи опосередковано [3].

Реклама є засобом маркетингової комунікації й уважається дією для задоволення всіх потреб споживачів. Це встановлює зв'язки між споживачами та торговцями, які можуть бути безпосередньо виробниками чи торговими посередниками. Іншими словами, реклама полягає у створенні рекламного продукту та неособистісної доставці його потенційним покупцям.

У цьому разі рекламні комунікації слід трактувати як управління процесом просування товарів на всіх етапах: перед продажем, під час продажу, у процесі споживання, після споживання.

Відмінність реклами та рекламної діяльності полягає у тому, що реклама є засобом, а рекламна діяльність виступає практикою застосування цього засобу на підприємстві.

Існують такі складники маркетингової діяльності:

1. Робота з товаром чи послугою.
2. Цінова політика.
3. Канали розподілу.

Ці складники обслуговуються рекламною комунікацією. Також можна сказати, що вони пояснюють двобічність процесу рекламної комунікації. Рекламні комунікації – це процес, що передбачає вплив на цільову аудиторію та який водночас допомагає отримати зустрічну інформацію, яка дасть змогу зрозуміти реакцію аудиторії на здійснений вплив дій підприємства. Ці дії однаково важливі, адже вони дають змогу говорити про маркетингову комунікацію як про систему [4].

Серед визначених традиційних завдань рекламної діяльності слід відокремити три основні (рис. 1).

Важливість планування реклами для забезпечення обґрунтованості та ефективності маркетингового плану зумовила велике значення та складність формування плану рекламної діяльності.

Слід зазначити, що рекламну діяльність можна аналізувати з різних боків: економічного, технологічного, психологічного, соціокультурного тощо.

Із погляду економіки – це вид бізнесу. Його мета – розроблення та виробництво різних видів рекламної продукції для продажу. Як і будь-яка інша виробнича діяльність, реклама має експериментальні, творчі й інші етапи з виготовлення продукції та його реалізації.

Із погляду соціальної психології реклама – це, насамперед, спілкування та взаємодія, як пряма, так і опосередкована, один із видів людської діяльності та водночас найсильніший психологічний регулятор соціальних відносин між ними [6].

Створюючи попит, реклама стимулює споживача купувати товари, це прискорює процеси купівлі-продажу, а отже, оборот капіталу. У цьому разі реклама має економічну функцію. Ця функція також працює за підтримки конкуренції, розширення ринків збуту. Окрім сильного впливу на всю економіку, реклама розвивається сама й є важливою частиною народного господарства.

З упровадженням нових товарів на ринок реклама розповсюджує знання з різних сфер людської діяльності, сприяє і прищеплює споживачам конкретні практичні навички та освітні функції.

Правила регулювання реклами розроблені для запобігання та стримування недобросовісної реклами, яка може завдати шкоди як майновим,

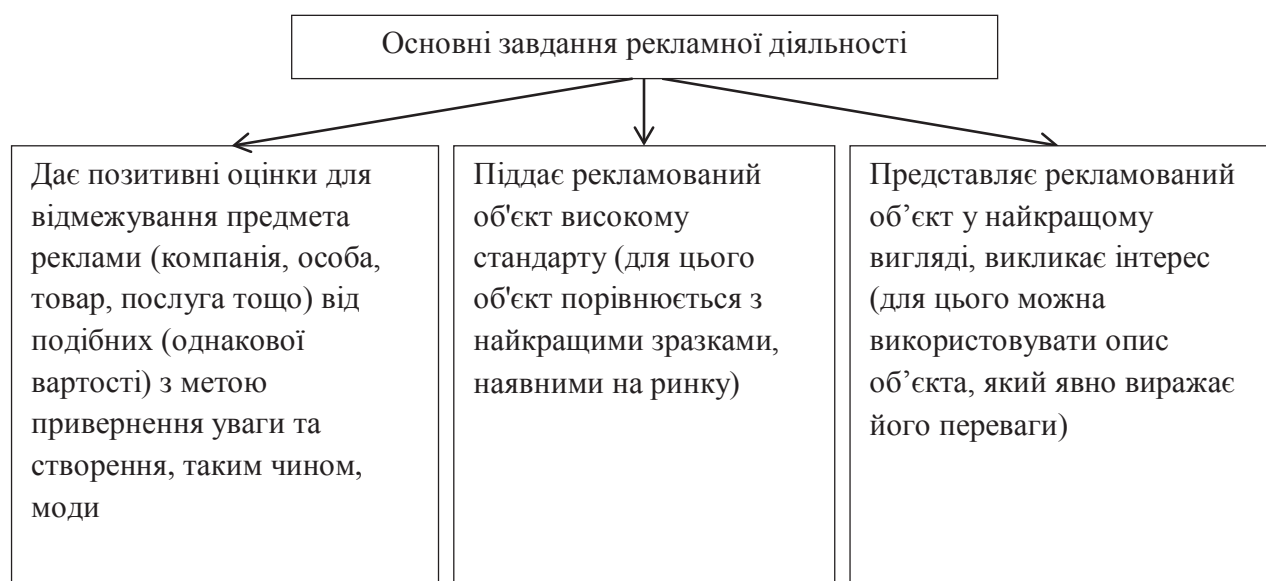


Рис. 1. Основні завдання рекламної діяльності

Джерело: сформовано на основі [5]

так і немайновим правам громадян та юридичних осіб, а також суспільним інтересам.

Основний нормативний акт, що регулює рекламну діяльність у країні, – Закон України від 3 липня 1996 р. «Про рекламу» (далі – Закон «Про рекламу»).

Згідно зі ст. 1 Закону «Про рекламу», реклама – це спеціальна інформація про особу чи товар, яка розповсюджується у будь-якій формі та будь-яким способом із метою прямого чи опосередкованого отримання прибутку.

На практиці регулювання рекламної діяльності ділять на жорсткий (правовий) контроль та добровільний контроль (саморегулювання).

Правовий контроль стосується втручання держави у сферу реклами, що характеризується розвиненою законодавчою системою. Саморегулювання здійснюється незалежними професійними установами, громадськими організаціями відповідного напрямку, які встановлюють стандарти ведення бізнесу у цих «темних» сферах, на які регулювання не має прямого впливу. Ефективна взаємодія державних та недержавних підсистем регулювання реклами є запорукою динамічного розвитку ринку реклами. Водночас державний контроль над сферою маркетингової комунікації – це «фундамент», який дає змогу в подальшому розбудовувати сферу саморегуляції галузі.

Основною проблемою всієї національної системи державного контролю над рекламною діяльністю є невизначеність меж повноважень державних органів, до яких, серед іншого, належить регулювання маркетингових комунікацій. Така невизначеність є результатом недосконалої законодавчої бази. Перелік державних установ із коротким зазначенням їх сфер компетенції на

рекламному ринку знаходиться у ч. 1 ст. 26 Закону «Про рекламу» [7]. Жодна із семи урядових установ, згаданих у цій статті законодавцем, не має обсягу повноважень для систематично виконання функції регулювання та контролю над учасниками рекламного ринку. Державна інспекція України із захисту прав споживачів стежить за дотриманням правил реклами, вживає заходів у виробництві та розповсюдженні соціальної реклами, вирішує, чи слід визнавати рекламу недобросовісною. Державна інспекція України може вимагати від рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами надати інформацію, необхідну для своєї діяльності, та публікувати пояснення щодо нечесних рекламних оголошень. Державна споживча інспекція може також порушити позов проти незаконної діяльності рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами, щодо заборони відповідної реклами та її публічного спростування.

Український антимонопольний комітет у межах своїх повноважень забезпечує моніторинг дотримання правил реклами щодо контролю над дотриманням Закону про захист від недобросовісної конкуренції. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення впливає на ринок реклами, регулюючи діяльність організацій радіомовлення всіх форм власності. Відповідно до ст. 26 Закону України «Про рекламу» [7], Міністерство фінансів України, Державна комісія із цінних паперів та бірж та низка інших органів мають розрізнені повноваження у сфері регулювання ринку реклами.

Систему державного регулювання ринку реклами України представлено на рис. 2. Повноваження Державної споживчої інспекції поширюються на всіх учасників рекламного процесу; Антимонопольний комітет стежить за правами

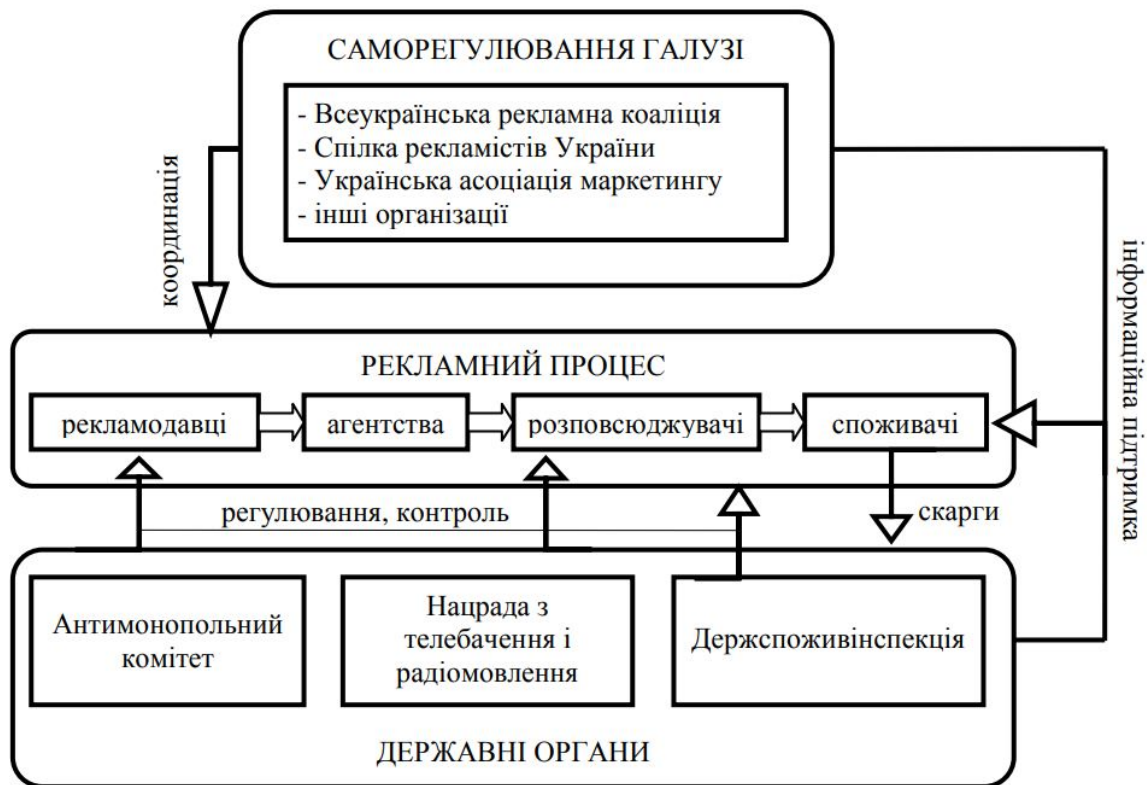


Рис. 2. Регулювання рекламної діяльності в Україні

рекламодавців; Національна рада з мовлення може накладати санкції на ЗМІ, які розповсюджують невідповідні рекламні матеріали. Саморегулювання реклами в Україні недостатньо розвинене і відіграє невелику координаційно-консультативну роль. Велика кількість агентств, що займаються регулюванням рекламного ринку, значно ускладнює і бюрократизує процеси державного контролю, що робить його неефективним.

Нині в Україні не існує жодного центрального органу, що регулює ринок реклами та маркетингу. Таким чином, окрім вищезазначених державних органів, більшість повноважень Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Міністерства закордонних справ України, місцевих органів влади та низки інших державних установ чітко не визначено.

Висновки з проведеного дослідження. Для ефективної діяльності компанії під час планування рекламної діяльності необхідно приймати низку важливих рішень, що впливають зі стратегії компанії. Управлінням рекламної діяльності називають процес взаємодії основних учасників рекламної діяльності, який включає у себе інформаційне забезпечення та коригування.

Щодо регулювання рекламної діяльності в Україні, то варто реструктурувати наявну в Україні систему державних регуляторів реклами, створивши Державну комісію з регулювання ринку маркетингових комунікацій, яка б включала повноваження щодо регулювання реклами та інших засобів комунікації зі споживачем.

Ураховуючи, що світові тенденції вказують на поступову інтеграцію різних інструментів маркетингової комунікації, буде доцільним створити центральний урядовий орган, компетенція якого буде обмежена не лише рекламним ринком, а й іншими ринками, що взаємодіють із маркетингом (прямий маркетинг, виставки, ярмарки, Інтернет-маркетинг, маркетинг подій). Разом із тим необхідно залишати в межах компетенції Антимонопольного комітету України положення про ринок реклами у сфері захисту від недобросовісної конкуренції.

Саморегулюючі органи сфери реклами, відповідно до європейських тенденцій, повинні частково взяти на себе контроль над рекламним ринком. Окрім того, стосовно українських організацій саморегулювання доцільно включити в Європейський альянс саморегулювання стандарти реклами, що дасть змогу ширше застосовувати європейські кодекси поведінки на вітчизняній території.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник. Київ : Знання, 2004. 645 с.
2. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій. Київ : МАУП, 2002. 240 с.
3. Друкер П. Бизнес и инновации / пер. с англ. Москва : Вильямс, 2007. 432 с.
4. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством : монографія. Київ : Експерт, 2001. 383 с.

5. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход / пер. с 2-го англ. изд. Киев : Знання-Прес, 2003. 796 с.

6. Скибінський С.В., Кайструков С.Є. Організація рекламної діяльності : підручник для студентів кооперативних ВНЗ. Львів, 1994. 160 с.

7. Про рекламу : Закон України від 03 липня 1996 р. № 3253-IV. URL : <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 15.10.2019).

REFERENCES:

1. Balabanova L.V. (2004) Marketing [Marketing]. Kiev: Znannya. (in Ukrainian)

2. Obrytko B.A. (2002) Reklama i reklamna diyalnist [Advertising and Advertising Activity]. Kyiv: MAUP. (in Ukrainian)

3. Drucker P. (2007) Business and Innovation / Transl. from English to Russian. Moscow. (in Russian)

4. Primak T.O (2001) Marketingovi komunikatsii v systemi upravlinnya pidpnyemstvom [Marketing communications in enterprise management system]. Kiev. (in Ukrainian)

5. Smith P.R (2003) Marketing communications: an integrated approach / transl. from English. Kiev. (in Russian)

6. Skibinsky S.V., Kastrukov S.E. (1994) Organizatsiya reklamnoi diyalnosti [Organization of advertising activity]. Lviv.

7. Pro reklamu [About advertising] : Law of Ukraine dated July 03, 1996 № 3253-IV. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua> (accessed 15 October 2019).

АНАЛІЗ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА В ХОДІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ¹

NETWORK FACTOR OF INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT OF INNOVATION DEVELOPMENT STRATEGIES

Метою дослідження є аналіз особливостей цифрової трансформації бізнес-процесів у результаті реалізації завдань цифрового маркетингу. Відповідно до цілей дослідження, проблематику впливу цифрової трансформації розглянуто на основі управління бізнес-процесами. Напрями цифрової трансформації бізнес-процесів розглянуто на прикладі цифрового маркетингу. Визначено, що перевагами цифрової трансформації є більш широкі можливості, оскільки сучасні технології дають змогу більш ефективно змінювати товар (послугу) під потреби клієнтів або створювати кардинально нову продукцію. Показано, що зміни організаційних можливостей виникають у результаті ефектів технологічних платформ. Визначено, що основною проблемою сучасного цифрового маркетингу експерти та практики вважають фрагментований підхід до вирішення завдань клієнта. Для усунення даної проблеми розглянуто практичні аспекти використання всіх фізичних (офлайн) і цифрових (онлайн) каналів комунікацій, що дає інноваційну можливість повністю прослідкувати шлях клієнта.

Ключові слова: цифровий маркетинг, бізнес-процеси, цифрова трансформація, стратегія, інновації.

нес-процесов в результате реализации задач цифрового маркетинга. Согласно целям исследования, проблематика влияния цифровой трансформации рассмотрена на основе управления бизнесами-клиентами. Направления цифровой трансформации бизнес-процессов рассмотрены на примере цифрового маркетинга. Определено, что преимуществами цифровой трансформации являются более широкие возможности, поскольку современные технологии позволяют более эффективно менять товар (услугу) под потребности клиентов или создавать кардинально новую продукцию. Показано, что изменения организационных возможностей возникают в результате эффектов технологических платформ. Определено, что основной проблемой современного цифрового маркетинга эксперты и практики считают фрагментированный подход к решению задач клиента. Для устранения данной проблемы рассмотрены практические аспекты использования всех физических (офлайн) и цифровых (онлайн) каналов коммуникаций, что дают инновационную возможность полностью проследить путь клиента.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, бизнес-процессы, цифровая трансформация, стратегия, инновации.

УДК 631: 330.341.1

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-25>

Омельяненко О.М.

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

Omelyanenko Olena

Sumy State Pedagogical University
named after A.S. Makarenko

Целью исследования является анализ особенностей цифровой трансформации биз-

Business digital transformation is shaping a new reality that requires a radical revision of business processes and approaches to working with clients. To make effective use of digital data, businesses need to constantly innovate, test, and leverage their potential to better adapt and be prepared for the challenges of the future. The purpose of the study is to analyze the features of digital transformation of business processes as a result of the implementation of digital marketing tasks. According to the goals of the research, the issues of the impact of digital transformation on the basis of business process management were considered. The directions of digital transformation of business processes on the example of digital marketing were considered. It is determined that the benefits of digital transformation are greater opportunities, as modern technologies allow to change the product (service) more efficiently for the needs of customers or to create dramatically new products. Changes in organizational capabilities have been shown as a result from the effects of technology platforms. It is determined that the main problem of modern digital marketing is considered by experts and practitioners as a fragmented approach to solving client's tasks. The logic of digital transformation requires the business to look deeper into customer business and engage in its processes, from marketing as an organized customer engagement process to sales promotion. Thus, there is a need to treat clients' business comprehensively, focus on implementing business management methodologies, streamlining business processes and automating their elements. Practical aspects of using all physical (offline) and digital (online) communication channels to eliminate this problem, which gives an innovative opportunity to fully follow the client's path, were considered. The components of a comprehensive approach to the promotion of the company, its products and services in the digital environment, which also includes offline consumers using games, mobile phones and other digital communication means, and involves the integration of a large number of different technologies with sales and customer service; ensuring constant quality two-way communication between the advertiser and the end-user of the product / service; ability to combine technology and human resources, keeping the right balance based on the needs of the target audience and the properties of the product offered; the ability to be relevant to the market, evaluate and analyze the results of the promotion, respond flexibly to customer needs and adjust their product (service).

Key words: digital marketing, business processes, digital transformation, strategy, innovation.

Постановка проблеми. Цифрова трансформація бізнесу формує нову реальність, що вимагає від радикального перегляду бізнес-процесів та підходів до роботи з клієнтами. Для ефективного використання цифрових даних підприємства повинні постійно впроваджувати нові технології, тестувати їх та ефективно використовувати їхній потенціал, щоб краще адаптуватися та бути готовими до завдань майбутнього. Згідно з доповіддю

Forrester «Кращі можливості для прискорення цифрової трансформації» (2018 р.), у багатьох організаціях виникають труднощі із цифровізацією через те, що вони приділяють багато уваги супутнім технологіям і недостатньо – організаційним питанням та можливостям. У звіті вказується, що корпоративний чинник є одним основних перешкод для успіху цифрової трансформації, оскільки без плану реорганізації всієї сфер

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за проектом № 0119U100179 «Розробка науково-методичних засад та практичного інструментарію оцінювання комерційних (ринкових) перспектив товарних інновацій».

компанії неможливо успішно провести цифрову трансформацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню особливостей цифрової трансформації присвячено праці таких учених та практиків, як О. Феоклістова [1], А.С. Чарикова, Е.А. Федосєєва [2], О.В. Артамонова [3], О.І. Піжук [4] та ін. Практичний аспект указаної проблематики більше розглядається в іноземних дослідженнях. Так, у дослідженні [5] застосовано інституціональну теорію, щоб дослідити стимули для розвитку підприємництва, та показано особливості роботи підприємців в цифровому середовищі.

Дослідження [6] розглядає зміни у створенні вартості агентства/клієнта, оскільки цифрова трансформація значною мірою впливає на процеси маркетингових комунікацій. Теоретична основа дослідження стосується спільного створення цінності (value co-creation) в «наданні послуг для надання послуг» (service-for-service provision). Цей аспект був названий одним із найважливіших елементів Service-Dominant Logic (S-D Logic) теорії. Окреслено характер надання service-for-service між клієнтами та агенціями та виділено особливості цифрового маркетингу, цінність якого формується як у рамках бізнесу, так і в його зовнішньому середовищі.

Дослідження [7] розглядає теорію цифрових перетворень та теорію елементів екосистем на прикладі проблем розвитку fintech-сектору, який радикально змінюється в результаті його цифрової трансформації.

У дослідженні [8] розглянуто основні чинники успіху, пов'язані із цифровою трансформацією. Більшість проаналізованих чинників успіху пов'язана з організаційним виміром, що відображає одночасно як виклик, так і шанс для компаній керувати власною цифровою трансформацією. Було показано, що зовнішнє середовище компанії також впливає на успіх його цифрової трансформації. Автором обґрунтовано, що підприємствам потрібно працювати разом, щоб створити більш ефективні ланцюжки створення вартості цифрової трансформації. Середовище цифрової трансформації складається з обох кінців ланцюга вартості – постачальника та клієнта, високий взаємозв'язок яких дає змогу розширити обмін ідеями.

У вказаних дослідженнях недостатньо уваги приділяється маркетинговим аспектам. У дослідженнях [9; 10] нами було визначено сучасні тренди інноваційного розвитку, які ґрунтуються на маркетинговому складнику. Маркетинг відіграє ключову роль у цифровій трансформації організації. Робота маркетингологів із даними клієнта робить маркетинг унікальним інструментом для управління цифровізацією. Згідно з доповіддю Forrester Challenge Traditional Leadership To Win at Digital Transformation, 62% респондентів, чиї компанії проходять цифрову

трансформацію під керівництвом директора з маркетингу, підтверджують, що їхній бізнес переживає двозначний ріст порівняно з 50% респондентів, де цифровізація здійснюється ІТ-директорами [11].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз особливостей цифрової трансформації бізнес-процесів у рамках цифрового маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Відповідно до цілей дослідження проблематику впливу цифрової трансформації варто розглянути на основі управління бізнес-процесами. У середині 90-х років ХХ ст. концепція процесоорієнтованого управління підприємством позиціонувалася як альтернатива традиційній ієрархічно-функціональній схемі існування компанії в ситуації ринку, що динамічно розвивається. Варто відзначити, що в ті часи управління бізнес-процесами не розглядалося в контексті впровадження інформаційних технологій, які розглядалися лише як допоміжні інструменти розвитку підприємства. Однак уже з 2000-х років ІТ-інновації стали одним із ключових концептуально-технологічних напрямів розвитку бізнес-процесів та їх цифрової трансформації.

Сучасне визначення цифрової трансформації розглядає її як процес зміни бізнесу за рахунок перегляду бізнес-стратегії та впровадження моделей маркетингового підходу на основі технологій і data-driven-походів [1].

Перевагами цифрової трансформації є більш широкі можливості, оскільки сучасні технології дають змогу більш ефективно змінювати товар (послугу) під потреби клієнтів або створювати кардинально нову продукцію. Прикладами таких можливостей є Інтернет-речей та інноваційні інструменти аналізу інформації, що дають змогу одержати конкурентні переваги.

Важливим аспектом цифрової трансформації є те, що з даними, зібраними та впорядкованими у цифровому виді, набагато простіше працювати. Автоматична фіксація всіх бізнес-процесів полегшує їх координацію та спрощує контроль над компанією. Якщо говорити про хмарні рішення, то їх плюси – це доступність даних та їх надійне збереження.

Цифрова трансформація змінює формат комунікацій зі споживачами через мобільні додатки, мережі, онлайн-рекламу, що підвищує шанси донесення меседжів. Із використанням технологій усі процеси протікають швидше, а ймовірність помилок знижується. Цифрові системи можуть збирати, обробляти більші обсяги інформації і навіть самостійно ухвалювати рішення. Наприклад, сервіси для управління контекстною рекламою. Використовуючи системи для оптимізації робочих процесів та аналітики, з'являється можливість ухвалювати більш ефективні рішення.

Умовно цифрову трансформацію можна розділити на три напрями [12]:

- 1) взаємодія з клієнтами;

- 2) оптимізація операційних процесів;
- 3) зміна бізнес-моделі.

Розглянемо напрями цифрової трансформації бізнес-процесів на прикладі цифрового маркетингу в розрізі таких його аспектів:

- комплексний підхід до просування компанії, її продуктів і послуг у цифровому середовищі, що охоплює також офлайн-споживачів, що використовують ігри, мобільні телефони та інші цифрові засоби зв'язку;
- інтеграція великої кількості різних технологій (соціальні, мобільні, веб, CRM-системи і т.д.) з продажами та клієнтським сервісом;
- забезпечення постійного якісного двостороннього зв'язку між рекламодавцем та кінцевим споживачем продукту/послуги;
- вміння поєднувати технології і людські ресурси, дотримуючись правильного балансу виходячи з потреб цільової аудиторії і властивостей пропонованого продукту;
- феноменальна динаміка зростання і досягнення будь-яких маркетингових цілей;
- можливість бути релевантним вимогам ринку, гнучко реагувати на потреби клієнтів і коригувати свій продукт (послугу).

Сучасний цифровий маркетинг будується на такій основі:

- ресурсна база «клієнтська аудиторія в Інтернеті» вважається бізнес-активом, що стабільно розвивається (невичерпний);
 - сегментація: інтерес до можливостей цифрового маркетингу в сегментації ринку з метою визначення цільових ринків як у B2B, так і в B2C.
- Особливу роль під час реалізації функцій цифрового маркетингу відіграють Digital-агентства, які на відміну від медійних або маркетингових агентств, що надають майданчики для розміщення реклами, пропонують послуги, за якими можна визначити специфіку роботи в digital-сфері:
- стандартні послуги (створення сайтів, медійне і контекстне просування, дизайн, розроблення сайтів);
 - розроблення комплексної стратегії розвитку компанії у цифровому оточенні (експертиза і просування);
 - робота з онлайн-спільнотами (групи і сторінки в соціальних мережах, блогах, на форумах, спеціалізованих майданчиках);
 - організація event-заходів, конкурсів (стратегія, креатив, виконання, аналіз результативності) в комбінаціях онлайн/офлайн-просування;
 - перехід споживача з онлайн в офлайн-сферу і назад (акції тощо);
 - експериментальний маркетинг, QR-коди, геолокаційні сервіси, RFD, WOW-дзвінки, доповнена реальність і т.д.

Виходячи із цих послуг, першорядним завданням digital-маркетингу є виявлення та залучення

як трафіку, так і потенційних клієнтів. Зробити це можна через перегляд організаційних можливостей (стратегія, культура, управління змінами, управління інноваціями та картами шляхів клієнтів).

Зміни організаційних можливостей виникають у результаті ефектів технологічних платформ [13]:

- базові активи стають не потрібні. Набагато простіше та ефективніше мати якусь платформу, яка зведе разом усіх учасників ринку. Наприклад, Uber, найбільша у світі компанія таксі, не є власником транспортних засобів, а Alibaba не має товарного запасу;

- новим ефектом маркетингу стає машинне навчання в процесі спостереження за споживачем для вирішення маркетингових завдань. Створення програм, які самі навчаються, дає змогу передбачити поведінку споживача та підказує як йому, так і підприємцю оптимальні рішення.

Важливим інструментом стає omni-channel – одночасне використання всіх фізичних (офлайн) і цифрових (онлайн) каналів комунікацій, що дає інноваційну можливість повністю прослідкувати шлях клієнта. У результаті організації, розвиток яких базується на цифрових технологіях, створюють на базі технологічних платформ мережі, що поєднують споживачів та можуть підвищувати доходи за рахунок масштабування.

Основною проблемою сучасного цифрового маркетингу експерти та практики вважають фрагментований підхід до вирішення завдань клієнта, у рамках якого основна увага приділяється виключно цифровому маркетингу, розробленню рішень для електронної комерції. Логіка цифрової трансформації вимагає від бізнесу глибше розглядати бізнес клієнтів та включатися в його процеси починаючи з маркетингу як організованого процесу взаємодії з клієнтом і закінчуючи стимулюванням продажів. Таким чином, з'являється необхідність розглядати бізнес клієнтів комплексно, фокусуватися на впровадженні методологій управління бізнесом, оптимізації бізнес-процесів та автоматизації їхніх елементів. На основі вищевикладеного практики визначають ключові драйвери цифрового бізнесу:

1. Клієнтові пропонуються не послуги, а результати.

2. Компанія зосереджує зусилля на певних сегментах і вибирає основні технології для роботи.

3. Замість горизонтальної структури компанії необхідно застосувати підхід холакратії.

Система, побудована на принципах холакратії, дає змогу максимально швидко й гнучко діяти в умовах зростаючого ринку. Особливістю холакратичного підходу є те, що IT-команда бере участь у зустрічах із клієнтом і може безпосередньо впливати на хід спілкування, просувати власне бачення та оперативно пропонувати найкращі рішення.

Висновки з проведеного дослідження. Цифрова трансформація вимагає від підприємств

перегляду пріоритетів у проектах з урахуванням нових бізнес-потреб, а також виявлення недоліків та пробілів, які можуть стати перешкодою на шляху цифрової трансформації. Однією зі сфер, що формують основу для даного перегляду, є маркетинг, який вимагає комплексного підходу до просування компанії, її продуктів і послуг у цифровому середовищі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Феоклистова О. Digital Transformation – что это? URL: <https://blog.ringostat.com/ru/digital-transformation-chto-eto/> (дата звернення: 01.12.2019).
2. Чарыкова А.С., Федосеева Е.А. Digital-маркетинг в определении качества. *Молодой ученый*. 2017. № 18. С. 189–192.
3. Артамонова О.В. Актуальность использования digital-инструментов при продвижении продукта на современном рынке. *Молодой ученый*. 2017. № 10. С. 184–187.
4. Піжук О.І. Цифрова трансформація економіки як основа формування її конкурентоспроможності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 6(17). С. 79–83.
5. Hansen B. The digital revolution – digital entrepreneurship and transformation in Beijing. *Small Enterprise Research*. 2019. № 26:1. P. 36–54. DOI: 10.1080/13215906.2019.1570321.
6. Hughes T., Vafeas M. Marketing Agency/Client Service-For-Service Provision in an Age of Digital Transformation. *Journal of Business-to-Business Marketing*. 2019. № 26:3–4. P. 265–280. DOI: 10.1080/1051712X.2019.1611080.
7. Boratyńska K. Impact of Digital Transformation on Value Creation in Fintech Services: An Innovative Approach. *Journal of Promotion Management*. 2019. № 25:5. P. 631–639. DOI : 10.1080/10496491.2019.1585543.
8. Vogelsang K., Liere-Netheler K., Packmohr S. & Hoppe U. Success factors for fostering a digital transformation in manufacturing companies. *Journal of Enterprise Transformation*. 2019. DOI: 10.1080/19488289.2019.1578839.
9. Artyukhov A.Ye., Omelyanenko V.A., Artyukhova N.O. Strategic framework and methodical bases of technological package development management. *Marketing and Management of Innovations*. 2016. № 3. P. 170–179.
10. Omelyanenko V. Innovation priorities optimization in the context of national technological security ensuring. *Marketing and Management of Innovations*. 2016. № 4. P. 226–234.
11. Hambelton K. Transforming The Transformative: The CMO's Role In Leading Digital Transformation. *Forbes*. 2018. URL : <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/09/13/transforming-the-transformative-the-cmos-role-in-leading-digital-transformation/#2452d9f31e4d> (дата звернення: 01.12.2019).
12. Чернев Е. Цифровая трансформация. Что делать бизнесу? *НВ Бизнес*. 11 февраля 2019 г. URL: <https://nv.ua/biz/experts/cifrovaya-transformaciya-chto-delat-biznesu-50005679.html> (дата звернення: 01.12.2019).

13. Герасименко В.В. Цифровая трансформация рынков и маркетинга. URL: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=50441&p=attachment> (дата звернення: 01.12.2019).

14. Omelyanenko V. Conceptual basis of information exchange in concurrent engineering. *Technological Complexes*. 2017. № 1(14). P. 15–21.

15. Как автоматизировать хаос. Принципы цифровой трансформации от украинского агентства BITEGRICO. URL: <https://ain.ua/2018/09/03/kak-avtomatizirovat-haos-principy-cifrovoj-transformacii-ot-ukrainskogo-agentstva-bitegrico/> (дата звернення: 01.12.2019).

REFERENCES:

1. Feoklistova O. Digital Transformation – what is it? [Digital Transformation – what is it?]. Available at: <https://blog.ringostat.com/ru/digital-transformation-chto-eto/> (accessed 01 December 2019).
2. Charykova A.S., Fedoseeva E.A. (2017) Digital-marketing v opredelenii kachestva [Digital Marketing in Quality Definition]. *Molodoj uchenyj*, no. 18, pp. 189–192.
3. Artamonova O.V. (2017) Aktualnost ispolzovaniia digital-instrumentov pri prodvzhenii produkta na sovremennom rynke [The relevance of using digital tools in promoting a product on the modern market]. *Molodoj uchenyj*, no. 10, pp. 184–187.
4. Pizhuk O.I. (2018) Tcifrova transformaciia ekonomiki iak osnova formuvannia ii konkurentosproможnosti [Digital transformation of economy as a basis of forming its competitiveness]. *Skhidna Evropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, no. 6(17), pp. 79–83.
5. Hansen B. (2019) The digital revolution – digital entrepreneurship and transformation in Beijing. *Small Enterprise Research*, 26:1, pp. 36–54, DOI: 10.1080/13215906.2019.1570321
6. Hughes T., Vafeas M. (2019) Marketing Agency/Client Service-For-Service Provision in an Age of Digital Transformation. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 26:3-4, pp. 265–280, DOI: 10.1080/1051712X.2019.1611080
7. Boratyńska K. (2019) Impact of Digital Transformation on Value Creation in Fintech Services: An Innovative Approach. *Journal of Promotion Management*, 25:5, pp. 631–639, DOI: 10.1080/10496491.2019.1585543
8. Vogelsang K., Liere-Netheler K., Packmohr S. & Hoppe U. (2019). Success factors for fostering a digital transformation in manufacturing companies. *Journal of Enterprise Transformation*, DOI: 10.1080/19488289.2019.1578839
9. Artyukhov A.Ye., Omelyanenko V.A., Artyukhova N.O. (2016) Strategic framework and methodical bases of technological package development management. *Marketing and Management of Innovations*, no. 3, pp. 170–179.
10. Omelyanenko V. (2016) Innovation priorities optimization in the context of national technological security ensuring. *Marketing and Management of Innovations*, no. 4, pp. 226–234.
11. Hambelton K. (2018) Transforming The Transformative: The CMO's Role In Leading Digital Transformation. *Forbes*. Available at: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/09/13/transforming-the-transformative-the-cmos-role-in-leading-digital-transformation/#2452d9f31e4d> (accessed 01 December 2019).

12. Chernev E. (2019) Tcifrovaia transformatsiia. Chto delat biznesu? [Digital transformation. What to do business?] *NV Business*. 11 february 2019. Available at: <https://nv.ua/biz/experts/cifrovaya-transformatsiya-chto-delat-biznesu-50005679.html> (accessed 01 December 2019).

13. Gerasimenko V.V. Tcifrovaia transformatsiia rynkov i marketinga [Digital transformation of markets and marketing]. Available at: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=50441&p=attachment> (accessed 01 December 2019).

14. Omelyanenko V. (2017) Conceptual basis of information exchange in concurrent engineering. *Technological Complexes*, no. 1(14), pp. 15–21.

15. Kak avtomatizirovat khaos. Printsipy tsifrovoi transformatsii ot ukrainskogo agentstva BITEGRICO [How to automate chaos. The principles of digital transformation from the Ukrainian agency BITEGRICO]. Available at: <https://ain.ua/2018/09/03/kak-avtomatizirovat-khaos-principy-cifrovoj-transformatsii-ot-ukrainskogo-agentstva-bitegrico/> (accessed 01 December 2019).

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ЯК ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE APPLICATION OF REGULATION AS A FUNCTION OF THE ORGANIZATION MANAGEMENT

УДК 371.14+316.485

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-26>

Панченко В.А.

д.е.н., доцент, доцент кафедри педагогіки та менеджменту освіти Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка

Черненко О.В.

к.п.н., доцент кафедри права та соціально-економічних відносин Кіровоградський інститут розвитку людини

Panchenko Vladimir

Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University

Chernenko Alexander

Kirovograd Institute for Human Development

В даній статті описано теоретико-методологічні аспекти застосування регулювання як функції менеджменту організації. Відображено погляди вчених на зміст управлінської функції регулювання і координацію робіт в організації. Розкрито значення терміну «регулювання», визначено роль, зміст і принципи регулювання як функції менеджменту. Регулювання покликане усунути всі недоліки, відхилення, збої, виявлені у процесі контролювання. Охарактеризовано взаємозв'язок між регулюванням і контролем в організації. Доведено, що функція регулювання, надзвичайно важлива, що визначає ефективність сучасного менеджменту. Розкрито особливості практичного застосування функції регулювання в системі управління персоналом організації. Наведено класифікацію видів управлінського регулювання. Визначено, що координація забезпечує узгодженість у часі й просторі дій органів управління та посадових осіб, а також між системою в цілому і зовнішнім середовищем.

Ключові слова: менеджмент, персонал, організація, регулювання, контроль, координація роботи.

В данной статье описано теоретико-методологические аспекты применения

регулювання як функції менеджменту організації. Отражено взгляды ученых на содержание управленческой функции регулирования и координации работ в организации. Раскрыто значение термина «регулирование», определена роль, содержание и принципы регулирования как функции менеджмента. Регулирование призвано устранить все недостатки, отклонения, сбои, выявленные в процессе контроля. Охарактеризована взаимосвязь между регулированием и контролем в организации. Доказано, что функция регулирования, чрезвычайно важна, что определяет эффективность современного менеджмента. Раскрыты особенности практического применения функции регулирования в системе управления персоналом. Приведена классификация видов управленческого регулирования. Определено, что координация обеспечивает согласованность во времени и пространстве действий органов управления и должностных лиц, а также между системой в целом и внешней средой.

Ключевые слова: менеджмент, персонал, организация, регулирование, контроль, координация работы.

The article describes the theoretical and methodological aspects of the application of regulation as a function of the organization management. The scientists' opinions on the essence of a management function of regulation and coordination of work in the organization are indicated. The meaning of the term "regulation" is described, its role, essence and principles of regulation as the function of management are defined. The regulation is aimed to eliminate all the shortcomings, deviations, failures, identified during the control process. The interrelation between regulation and control in the organization is designated. It is proved that the regulation function is primary for assessment the effectiveness of the modern management. The features of practical application of the regulation function of the personnel management system of the organization are described. The classification of the management regulation types is given. It is determined that the coordination provides chronotopic conformity of actions of control authorities and officials, as well as the external environment and the system itself. The function of management regulation also combines the coordination of work of the enterprise's personnel and the very regulating influence on the production system, which allows bringing into compliance the actual and planned performance indicators. Any other function of management (planning, organizing, motivating, controlling, management decision-making) cannot be directed to the managed enterprise system ignoring the function of regulation. In consequence of performing the function of regulation it is possible to provide a permanent connection of subject of management (manager) and object of management (subordinate employees). It is extremely important for the manager to be able to use in the function of regulation in practice to provide the qualitative management process. The practical implications of received results of the research are in the possibility for students, lecturers, scientists to undertake an in-depth research of the theoretical background of the management activity, and for the managers of commercial enterprises to use them as an advisory information for taking measures and actions of regulatory influence on the personnel of the organization to make chronotopic conformity of actions of departments and officials.

Key words: management, personnel, organization, regulation, control, coordination of work.

Постановка проблеми. Досягнення успішної діяльності організації забезпечуються ефективним плануванням та реалізацією добре продуманих управлінських рішень.

Регулювання виступає основною функцією, так як жодна інша функція не може бути спрямована до керованого об'єкта, проминувши функцію регулювання. Тільки через виконання функції регулювання може бути здійснений зв'язок суб'єкта управління з керованим об'єктом. У зв'язку з цим дуже важливо знати види регулювання і їхню роль у процесі управління [10].

Реалізація управлінських рішень неминуче призводить до появи певних помилок і прорахунків, відхилень від планів з боку персоналу – так

виникає потреба у коригуванні. Функція регулювання створює взаємозв'язок між суб'єктом (менеджером) і об'єктом управління (персоналом). Лише завдяки регулюванню можливий вплив менеджера на об'єкт управління для забезпечення його стабільності та усунення виявлених недоліків.

Необхідно уточнити деякі теоретико-методологічні аспекти здійснення регулювання як функції менеджменту, для розуміння її сутності та ролі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вчені А.П. Балашов, В.Р. Веснін, Г.В. Осовська, І.Н. Герчікова, Г.М. Козлова, В.А. Кравченко, Ф.І. Хміль розглядають регулювання лише в системі загальних функцій управління, що звучує

суть і розуміння практичних аспектів застосування регулюючого впливу з боку керівника організації.

Практичні аспекти застосування регулюючого впливу в організації вивчали такі вчені як: О.І. Мармаза, О.А. Карлова, І.О. Щебликіна та інші.

Однак, спроб класифікації видів регулюючого впливу зроблено лише у працях О.Є. Кузьміна, М.М. Мартиненка і О.Г. Мельник.

У зв'язку з цим, подальшого вивчення потребують теоретико-методологічні аспекти застосування регулювання як функції менеджменту.

Постановка завдання. Метою статті є уточнення сутності, мети, ролі, цілей і завдань функції менеджменту регулювання. Важливим завданням є вивчення механізму здійснення регулюючого впливу керівника. Необхідно дослідити відображення зв'язку функції регулювання із управлінським контролем і координацією роботи персоналу організації. Варто пояснити різницю між науковими категоріями: «регулювання» і «координація».

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішна діяльність організації значною мірою залежить від ефективності застосування менеджером регулюючих заходів, що направлені на усунення конкретних недоліків і помилок в господарській діяльності чи роботі персоналу підприємства щоб запобігти можливим збиткам.

О.І. Мармаза справедливо вважає, що «функція регулювання має посісти належне місце в управлінському циклі з огляду на те, що саме вона покликана усувати перешкоди й відхилення від цілей діяльності, забезпечувати розвиток організацій та якість управління» [5, с. 463].

Регулювання – це функція управління, сутність якої полягає в коригуванні за наслідками контролю. Ця функція дозволяє підтримувати систему організації на оптимальному рівні, упорядковувати всі підсистеми, забезпечувати умови для подальшого вдосконалення, не припускати надмірного активного управління (за наслідками та відхиленнями) [5, с. 464].

Зауважимо, що чим більший склад персоналу підприємства, тим складніше менеджерам управляти людьми, і тим важче контролювати якість і кількість виконаної роботи, складнішим і відповідальнішим є процес регулювання трудової діяльності.

Регулювання дозволяє менеджерам досягти запланованих цілей.

Основними цілями функції регулювання є:

- усунення недоліків, відхилень, збоїв, проблем, невідповідностей;
- забезпечення реагування на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищах функціонування з метою досягнення цілей організації;
- забезпечення динамічної рівноваги організації як системи;
- приведення параметрів функціонування фірми до бажаного стану;
- стабілізація діяльності підприємства [4, с. 5].

Основними критеріями, що дозволяють виокремити регулятивну діяльність у функцію управлінського регулювання О.І. Мармаза вважає:

- специфічність мети діяльності, яка має відносно самостійне значення. Саме самостійність, особливість, відмінність мети зумовлює всі інші критерії функції;

- характер даного виду діяльності. Це об'єктивно необхідний критерій, що ґрунтується на показниках: а) без цієї діяльності управління не буде якісним, повноцінним; б) без цієї діяльності не будуть досягнуті цілі управління; в) без цієї діяльності не буде завершеним (замкненим) управлінський цикл;

- однорідність операцій, що формують зміст виду діяльності. Дії, форми, методи, результати функції об'єднуються однаковою цілеспрямованістю, характерною для даного виду діяльності;

- специфіка структури функції. Різні дії, операції, що складають вид діяльності, пов'язані між собою. Характер зв'язків, особливості структури функції зумовлюються особливостями та цілями певного виду діяльності;

- інтегративність функції. Це означає, що незважаючи на певну відносну самостійність, своє призначення, вона може реалізуватись у повній мірі тільки за умов щільної взаємодії з іншими функціями;

- наскрізний характер виду діяльності засвідчується обов'язковою присутністю функції під час виконання будь-яких управлінських завдань, робіт, на різних етапах управлінського процесу. Може змінюватись обсяг виду діяльності, але об'єктивно незмінним залишається цільове призначення функції;

- системний зміст. Той чи інший вид діяльності має право бути функцією, якщо він укладається в поняття системи [5, с. 465].

Отже, регулювання – це операційна функція управління, сутність якої полягає в коригуванні (виправлення помилок) за наслідками контролю.

Мета регулювання – збереження стійкості організації шляхом підтримки необхідного співвідношення між різними її елементами, своєчасної ліквідації можливих відхилень від установлених норм у функціонуванні об'єктів управління; забезпечення позитивних змін та розвитку [5, с. 465–466].

Визначимо суть терміну «регулювання трудової діяльності персоналу».

О.П. Дяків і В.М. Остоверхов наводять таке визначення даного поняття: «регулювання трудової діяльності персоналу – організаційний процес забезпечення та підтримки високоефективної праці кожного працівника і персоналу загалом» [2, с. 170].

П.А. Стрельбіцький, О.В. Рарок і Л.А. Рарок розуміють регулювання як процес, зокрема вони наводять таке визначення: «регулювання трудової діяльності персоналу – це системно організований процес

забезпечення і підтримання високоефективної праці кожного окремого працівника і трудового колективу в цілому; це найважливіше і постійне завдання менеджменту персоналу в організації» [7, с. 85].

Основними завданнями регулювання трудової діяльності персоналу є:

- забезпечення високопродуктивної праці всіх категорій персоналу;
- підтримання якості продукції та послуг на конкурентоспроможному рівні;
- створення безпечних умов праці;
- підтримання у трудовому колективі сприятливого соціально-психологічного клімату [7, с. 85].

Вивчивши праці вітчизняних [3; 6; 8] та зарубіжних вчених [11; 12] з менеджменту, можна зробити важливі висновки, що наведені нижче.

Особливість функції менеджменту регулювання полягає в тому, що, на відміну від інших управлінських функцій (планування, організування, мотивування, контролювання, прийняття управлінського рішення), які здійснюються менеджерами безпосередньо в керуючій системі організації, регулювання і контроль є завершальними заходами управління які здійснюються ними в керованій системі.

Виявлені під час контролю проблеми і порушення процесу виробничо-господарської діяльності, а також негативні його результати, вимагають від менеджерів здійснення регулюючих заходів.

Саме функція регулювання направлена на виправлення відхилень фактичних показників від запланованих, а також усунення недоліків і помилок виявлених в процесі контролю.

На рисунку 1 зображено місце і роль функції менеджменту регулювання.

Менеджери вдаються до коригуючих дій, що ґрунтуються на виборі таких управлінських рішень:

1. Усунення відхилень за допомогою управлінських дій, заходів;
2. Перегляд стандартів, нормативів, показників, критеріїв, оцінок;
3. Усунення відхилень з переглядом стандартів, планів і відхилень.

Проте, зауважимо, що виявлення у процесі контролю недоліків, неточностей, порушень, відхилень, збоїв, поломок тощо є необхідною, але не достатньою умовою для повної стабілізації господарської діяльності організації. Менеджеру необхідно розробити виважене управлінське рішення і зможти реалізувати комплекс дієвих заходів щодо виправлення поточної ситуації. Після цього, необхідно провести повторний контроль і перевірити одержані результати. За потреби потрібно провести нові регулюючі заходи.

Група вчених О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник і Л.С. Ноджак [4] виділили суб'єкт, об'єкт та інструменти регулювання, а також дали цим поняттям наукове тлумачення.

Суб'єктами регулювання є особи, котрі ініціюють та реалізують коригуючі заходи. Це можуть бути представники внутрішнього середовища (керівники усіх рівнів управління, управлінці, власники) та зовнішнього середовища (споживачі, постачальники, державні органи влади тощо).

Суб'єкти регулювання спрямовують коригувальні дії на об'єкти регулювання.

Об'єктами регулювання є певні процеси (планування, організування, мотивування, контролювання), види діяльності (виробнича, фінансова, маркетингова, інноваційна тощо), підрозділи та працівники підприємства, продукція, ресурси, технології тощо.

До інструментів регулювання належать: вказівки, доручення, зауваження, вимоги, пояснення, доручення, нагадування, резолюції, накази, розпорядження, інструкції, рекомендації тощо [4, с. 7].

Часто, деякі бізнесмени ототожнюють поняття «регулювання» і «координація» тоді, коли іде мова про спрямування роботи персоналу у потрібне русло. Однак, це не вірно, пояснимо нижче чому.

Дослідниця Л.В. Алекперова, доводить, що: «координація забезпечує організацію ефективного використання всіх видів ресурсів (фінансових, трудових, виробничих), якими володіє підприємство. Найважливішими інструментами тут

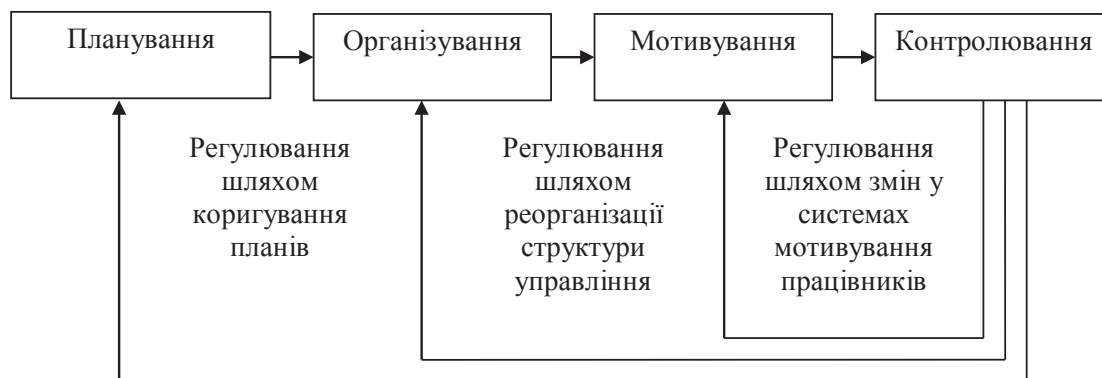


Рис. 1. Регулювання діяльності організації

Джерело: [9, с. 74]

виступають стратегічне, довгострокове планування та бюджетування» [1, с. 165].

Термін «координація» доцільно вживати коли йде мова про спрямування роботи персоналу (соціальної системи) у потрібному напрямку, оптимізуючи використання усіх ресурсів підприємства, а також корегуючи поточні дії процесу праці в роботі персоналу. Координація постійно забезпечує узгодженість у часі й просторі певних дій працівників цехів, відділів, служб та органів управління підприємства.

Зауважимо, що термін «регулювання» стосується лише виробничої системи, оскільки, ця функція направлена на виправлення виявлених в процесі контролю помилок, неточностей, збоїв, поломок в роботі обладнання (верстатів, установок, агрегатів). Функція менеджменту регулювання забезпечує правильне виконання поточних завдань, пов'язаних з усуненням відхилень від заданого режиму роботи виробничої системи підприємства. Регулювання є діяльністю із підтримки в системі управління виробництвом заданих показників, параметрів, норм. Дана функція здійснюється менеджером у процесі оперативного управління шляхом диспетчеризації завдань на основі контролю та аналізу господарської діяльності підприємства.

Тому, ми вважаємо, що регулювання і координація роботи стосуються соціально-виробничої системи підприємства (персонал і обладнання), і повинні здійснюватися менеджером одночасно в залежності від ситуації (тут реалізується ситуативний підхід до управління організацією).

Логічно відзначити, що регулювання і координація пов'язані між собою і здійснюються за результатами управлінського контролю.

За результатами контролю господарської діяльності підприємства, тобто, фактично отриманих показників (Φ_p) і планових показників (Γ_n), можливі такі варіанти дій менеджера:

1) $\Phi_p < \Gamma_n$ – якщо планових показників не досягнуто – тоді менеджер застосовує функції регулювання (обладнання) і координації (дії персоналу), щоб досягти планових результатів, тобто відбувається активізація роботи.

2) $\Phi_p = \Gamma_n$ – якщо фактично отримані показники співпадають із плановими показниками – тоді потреба у регулюванні відпадає.

3) $\Phi_p > \Gamma_n$ – якщо фактично отримані показники є більшими за планові – тоді можливі два варіанти дій менеджера:

а) Якщо на виході операційної системи отримано більше продукції (виконано робіт, надано послуг) і були перевитрати ресурсів підприємства – тоді менеджер повинен скоротити виділення ресурсів в наступному плановому періоді.

б) Якщо на виході операційної системи отримано більше продукції (виконано робіт, надано

послуг) і не було перевитрат ресурсів підприємства (або вони дуже незначні) – то менеджер повинен переглянути існуючий план виробництва у наступному плановому періоді в сторону збільшення отриманих результатів.

Менеджер повинен уважно стежити за можливими відхиленнями фактичних показників від запланованих.

Відхилення, залежно від причин виникнення, поділяють на дві групи:

– відхилення, зумовлені плануванням (пов'язані з помилками та прорахунками під час формування прогнозів, розроблення норм, стандартів, критеріїв, інструкцій, кошторисів, бюджетів, недостовірністю чи неповнотою вхідної інформації);

– відхилення, зумовлені діяльністю (пов'язані з непередбачуваними чи малопрогнозованими змінами у внутрішньому та зовнішньому середовищах функціонування підприємства) [4, с. 5].

Зауважимо, що менеджер повинен діяти по ситуації і приймати обґрунтовані управлінські рішення, виходячи з комерційних цілей підприємства і планів, враховуючи виробничі потужності, а також наявні ресурси і фінансові можливості.

Вчені П.А. Стрельбіцький, О.В. Рарок і Л.А. Рарок застерігають менеджерів, що «недостатня увага до будь-якого елементу регулювання діяльності, яким би малозначущим і дріб'язковим він комусь не здавався, може суттєво зашкодити виробництву, а витрати на інші елементи перетворити на непоправні збитки» [7, с. 85].

Дослідження, проведені вченими О.Є. Кузьміном, О.Г. Мельник і Л.С. Ноджак [4] дали змогу виокремити такі види регулювання:

1. За етапами технології менеджменту:

– регулювання на етапі планування: перегляд планів, стандартів, норм, цільових показників, заходів, бюджетів тощо:

– регулювання на етапі організування: зміна форми, типу організаційної структури управління, перерозподіл завдань, функцій, повноважень, відповідальності, усунення дублювання функцій, звільнення працівників;

– регулювання на етапі мотивування: перегляд форм та систем оплати праці для різних категорій працівників, призначення премій, доплат, надбавок, стягнень за результатами діяльності;

– регулювання на етапі контролювання: зміна форм проведення контролю, методів, засобів, інструментів, суб'єктів контролювання.

2. За обов'язковістю:

– директивне регулювання: є обов'язковим, чітко визначає масштаб та характер коректив;

– індикативне: є рекомендаційним, окреслює можливі варіанти змін, але нав'язує жодного із них.

3. За приналежністю до середовища функціонування:

– регулювання у внутрішньому середовищі організації: пов'язане зі змінами цілей, завдань, технологій, працівників, структури тощо;

– регулювання у зовнішньому середовищі: пов'язане з переглядом умов співпраці із поставальниками, споживачами, фінансово-кредитними установами, транспортними, страховими, юридичними організаціями, ліквідацією конфліктних ситуацій із державними органами влади.

4. За причиною:

– регулювання, спричинене негативними проявами (проблемами, браком, перевитратами, втратами тощо);

– регулювання, спричинене позитивними проявами (новими можливостями, покращанням кон'юнктури ринку).

5. За формою:

– активне регулювання (реалізується на засадах наказів, вказівок, розпоряджень, інструкцій, резолюцій);

– пасивне регулювання (реалізується на засадах рекомендацій, побажань, інформування, пропозицій, пояснень, переконань).

6. За рівнем формалізації:

– регулювання формалізоване: чітко визначає характер, масштаб та параметри заходів регулювального характеру в алгоритмічній, інструктивній, розпорядчій формах;

– регулювання неформалізоване: базується на багатоваріантності регулювальних заходів, відсутності їх алгоритмізації.

7. За рівнем адаптування до змін середовища функціонування:

– гнучке регулювання: враховує зміни середовища функціонування та альтернативність варіантів розвитку ситуації;

– жорстке регулювання: розглядає лише єдиний жорсткий варіант регулювальних заходів, які не переглядаються у міру зміни параметрів середовища функціонування.

8. За сферою регулювання:

- регулювання виробничої сфери;
- регулювання фінансової сфери;
- регулювання сфери постачання;
- регулювання маркетингової сфери;
- регулювання кадрової сфери;
- регулювання інноваційної сфери;
- регулювання інвестиційної сфери тощо

[4, с. 6-7].

На практиці в організаціях часто виникає опір серед виконавців під час реалізації регулювальних заходів внаслідок таких причин:

– небажання працівників переробляти уже зроблену роботу;

– незгода працівників зі змістом регулювальних заходів;

– небажання визнавати працівниками власні помилки та прорахунки;

– виникнення додаткового обсягу робіт без належного мотивування;

– несвоєчасність доведення до виконавців регулювальних заходів;

– нечіткість формулювання регулювальних заходів;

– недостатність досвіду та кваліфікації виконавців у виконанні регулювальних заходів;

– виникнення конфліктних ситуацій між суб'єктами регулювання та виконавцями стосовно змісту та призначення регулювальних заходів тощо [4, с. 8].

Справедливий висновок робить Г.В. Осовська: «Всі інші функції (планування, організація, мотивація, контроль) не досягнуть своєї мети, якщо не буде результативно здійснюватися функція регулювання. Вона виконує з'єднуючу роль між менеджментом і об'єктом, на який спрямована його діяльність. Тільки через здійснення регулювання можливий вплив менеджера на об'єкт управління для забезпечення його динамічної рівноваги» [6, с. 433].

Координація забезпечує узгодженість у часі й просторі дій органів управління та посадових осіб, а також між системою (фірмою) в цілому і зовнішнім середовищем [6, с. 430].

Висновки з проведеного дослідження. Функція менеджменту регулювання завжди поєднує в собі координацію роботи персоналу підприємства і власне регулюючий вплив на виробничу систему, що дозволяє привести у відповідність фактичні показники до запланованих.

Будь-яка інша функція менеджменту (планування, організування, мотивування, контролювання, прийняття управлінського рішення) не може бути спрямована на керовану систему підприємства, ігноруючи функцію регулювання. Завдяки виконанню функції регулювання є можливим постійний зв'язок суб'єкта управління (керівника) з об'єктом керування (підлегли). Менеджеру надзвичайно важливо вміти застосовувати на практиці функцію регулювання щоб забезпечити якісний управлінський процес.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у можливості їх використання студентами, викладачами, науковцями для поглибленого вивчення теоретичних засад управлінської діяльності, а також менеджерами комерційних підприємств – як матеріал рекомендаційного характеру при здійсненні заходів і дій регулюючого впливу на персонал організації щоб досягти узгодженості у часі й просторі дій відділів та посадових осіб.

Викладені результати дослідження не вичерпують усіх аспектів застосування функції менеджменту регулювання, тому перспективним напрямком подальших досліджень може бути побудова моделі механізму регулювання і координації соціально-виробничої системи організації в умовах економічної кризи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алекперова Л.В. Кадровий контролінг на підприємстві. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2013. № 1(37). С. 163–167. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2013_1_50 (дата звернення: 17.10.2019).
2. Дяків О.П., Остоверхов В.М. Управління персоналом: навчально-методичний посібник. Тернопіль: ТНЕУ. 2018. 288 с.
3. Карлова О.А. Основи менеджменту: конспект лекцій. Харків. ХНАМГ. 2008. 138 с.
4. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Ноджак Л.С. Регулювання в системі процесно-структурованого менеджменту: Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Львів. 2011. № 720. С. 3-9.
5. Мармаза О.І. Теоретичні аспекти регулювання як функції управління: Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. Суми. 2015. № 7. С. 462–469.
6. Осовська Г.В., Осовський О.А. Менеджмент організацій: навчальний посібник. Київ: Кондор. 2009. 378 с.
7. Стрельбіцький П.А., Рарок О.В., Рарок Л.А. Управління персоналом: навчальний посібник. Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я.І. 2015. 180 с.
8. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. Київ: Академвидав. 2005. 608 с. (Альма-Матер).
9. Шевченко В.С. Конспект лекцій з дисципліни «Менеджмент та адміністрування (Менеджмент)». Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. 2016. 104 с.
10. Щебликіна І.О., Грибова Д.В. Основи менеджменту: навчальний посібник. Мелітополь: ВБ «ММД». 2015. 479 с.
11. Dessler Gary Human Resource Management: Student Value Edition. Florida: Floridas International University. 15th Edition. 2016. 720 p.
12. Herbert G., Heneman I. Staffing Organizations. Kindle Edition. 8th Edition. 2014. 768 p.

REFERENCES:

1. Alekperova L.V. (2013) Kadrovij kontrolingh na pidpryjemstvi. Reghionaljna biznes-ekonomika ta upravlinnja [Personnel control at the enterprise. Regional

Business Economics and Management]. no. 1(37), pp. 163–167. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2013_1_50 (accessed 17 October 2019).

2. Djakiv O.P., Ostoverkhov V.M. (2018) Upravlinnja personalom [Personnel management]. Ternopilj: TNEU.

3. Karlova O.A. (2008) Osnovy menedzhmentu: konspekt lekcij. [Fundamentals of Management: lecture notes]. Kharkiv. KhNAMGh.

4. Kuzjmin O.Je., Meljnyk O.Gh., Nodzjak L.S. (2011) Reghuljuvannja v systemi procesno-strukturovanogho menedzhmentu: Visnyk Nacionaljnogho universytetu «Ljvivsijka politehnika» [Regulation in the Process-Structured Management System: Bulletin of the National University of Lviv Polytechnic]. Ljviv. no. 720. pp. 3-9.

5. Marmaza O.I. (2015) Teoretychni aspekty reghuljuvannja jak funkciji upravlinnja: Pedagoghichni nauky: teorija, istorija, innovacijni tekhnologhiji [Theoretical aspects of regulation as a function of management: Pedagogical sciences: theory, history, innovative technologies]. Sumy. no. 7, pp. 462–469.

6. Osovsjka Gh.V., Osovsjkyj O.A. (2009) Menedzhment orghanizacij [Organizations management]. Kyjiv: Kondor.

7. Streljbicjkyj P.A., Rarok O.V., Rarok L.A. (2015) Upravlinnja personalom [Personnel management]. Kam'janecj-Podiljsjkyj: FOP Sysyn Ja.I.

8. Khmilj F.I. (2005) Osnovy menedzhmentu: pidruchnyk. [Fundamentals of management: a textbook]. Kyjiv: Akademvydav. 608 с. (Aljma-Mater).

9. Shevchenko V.S. (2016) Konspekt lekcij z dyscypliny «Menedzhment ta administruvannja (Menedzhment)» [Lecture notes in the discipline "Management and Administration (Management)"]. Kharkiv: KhNUMGh im. O.M. Beketova.

10. Shheblykina I.O., Ghrybova D.V. (2015) Osnovy menedzhment. [Management basics]. Melitopolj: VB «MMD».

11. Dessler Gary (2016) Human Resource Management: Student Value Edition. Florida: Floridas International University. 15th Edition.

12. Herbert G., Heneman I. (2014) Staffing Organizations. Kindle Edition. 8th Edition.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

DIRECTIONS FOR IMPROVEMENT OF TOURISM DEVELOPMENT BASED ON INNOVATIVE MARKETING TECHNOLOGIES

У статті досліджено питання створення та ефективного використання системи інноваційного маркетингу на туристичних підприємствах. Визначено характерні риси інновації у туризмі. Розглянуто особливості продуктових, ресурсних, техніко-економічних та організаційних інновацій, а також проблеми їх взаємозв'язку та переплетіння в процесі освоєння нових туристичних ресурсів. Досліджено зміст впливу потреби споживачів туристичного продукту щодо розроблення та вдосконалення властивостей і характеристик пропонованого туру. Вивчено передумови виникнення та особливості нового напрямку туристичної діяльності – подієвого туризму. Обґрунтовано необхідність використання в умовах конкуренції потужних інструментів і методів управління, зокрема застосування найбільш прогресивного, радикального й універсального методу – реінжинірингу бізнес-процесів, де важливою є взаємодія бізнес-процесів туристичного підприємства, ринку і споживачів. Окреслено перспективи розвитку туристичної галузі щодо підвищення економічних показників діяльності туристичних підприємств та їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому туристичних ринках.

Ключові слова: інновації, інноваційний продукт, бізнес-інструменти, туристичні послуги, туристичний продукт, маркетингові технології, туристична індустрія.

В статье исследованы вопросы создания и эффективного использования системы

инновационного маркетинга на туристических предприятиях. Определены характерные черты инноваций в туризме. Рассмотрены особенности продуктовых, ресурсных, технико-экономических и организационных инноваций, а также проблемы их взаимосвязи и переплетения в процессе освоения новых туристических ресурсов. Исследованы вопросы влияния потребности потребителей туристического продукта на разработку и усовершенствование свойств и характеристик предлагаемого тура. Изучены предпосылки возникновения и особенности нового направления туристической деятельности – туризма, связанного с определенным событием. Обоснована необходимость использования в условиях конкуренции мощных инструментов и методов управления, в частности наиболее радикального, прогрессивного и универсального метода – реинжиниринга бизнес-процессов, где важным фактором является взаимодействие бизнес-процессов туристического предприятия, рынка и потребителей. Очерчены перспективы развития туристической отрасли относительно повышения экономических показателей деятельности туристических предприятий и их конкурентоспособности на внутреннем и на внешнем туристических рынках.

Ключевые слова: инновации, инновационный продукт, бизнес-инструменты, туристические услуги, туристический продукт, маркетинговые технологии, туристическая индустрия.

УДК 338.487:659.1

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-27>

Пилипенко О.С.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
ДВНЗ «Донбаський державний
педагогічний університет»

Pylypenko Olena

SHEI «Donbas State Pedagogical
University»

The article investigates the issues of creation and effective use of the innovative marketing system at tourism enterprises. The characteristic features of innovations in tourism are determined. The peculiarities of product, resource, technical-economic and organizational innovations, as well as the problems of their interconnection and intertwining in the process of development of new tourist resources are considered. The content of the impact of the need of the tourism product consumers on developing and improving the properties and characteristics of the proposed tour is investigated. The prerequisites of emergence and peculiarities of new direction of tourist activity – event tourism are studied. The measures are proposed that can be taken to combat seasonality in tourism. The necessity to use under the conditions of competition powerful tools and methods of management, in particular applying the most progressive, radical and universal method – reengineering of business processes, where the interaction of business processes of the tourist enterprise, the market and consumers is substantiated. A special direction of the innovative activity in tourism is the offer of a new event market. Moreover, organizing such events during the low season is one way of combating seasonality in tourism. New approaches to business organization, concentration processes in the tourism sector necessitate the systematization of advanced approaches to the marketing activities of tourism enterprises. Information-innovation technologies, modern business tools provide support for marketing by providing information on innovations necessary for making marketing decisions, directions of using marketing information in tourism. Introducing product, resource, technical-technological, organizational and marketing innovations into the practice of domestic enterprises in the tourism industry will not only attract additional tourist flow, improve the economic indicators of the activity of tourism enterprises and increase their competitiveness both at domestic and foreign tourist markets but will also improve the quality of service of guests, more fully meet their needs, taking into account the specific requests of individual groups of consumers. The perspectives of the development of the tourism industry on improving the economic indicators of tourism enterprises and increasing their competitiveness at both domestic and foreign tourism markets are outlined.

Key words: innovations, innovative product, business tools, tourism services, tourism product, marketing technologies, tourism industry.

Постановка проблеми. У сучасних умовах жорсткої конкуренції на ринку туристичних послуг довгостроковий успіх компанії нерозривно пов'язаний з її здатністю безперервно впроваджувати інновації. Інноваційна діяльність передбачає не лише практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, а й включає зміни в продуктах, процесах, маркетингу, організації та управлінні виробництвом. Інноваційна діяльність у туризмі

знаходить своє втілення у створенні нових або поліпшенні існуючих турпродуктів, удосконаленні транспортних, готельних та інших послуг, освоєнні нових ринків, упровадженні провідних інформаційних, телекомунікаційних технологій, сучасних форм організаційно-управлінської діяльності, нових підходів до задоволення потреб туристів.

На даному етапі розвитку туристичної діяльності істотне значення має підвищення ефективності

розвитку сфери туризму на основі інноваційних маркетингових технологій, що сприятиме створенню конкурентоспроможного туристичного продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження у галузі маркетингу послуг відносяться до третьої чверті ХХ ст. Сьогодні існують десятки науково-дослідних груп в університетах за кордоном, що вивчають менеджмент і маркетинг послуг. Маркетинг послуг та проблеми маркетингової концепції розглядаються у працях вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків: Ф. Котлера, К.Л. Келлера, Т.О. Примак, А.М. Костюченко, Е.В. Новаторова, О.С. Телетова, Н.Є. Косолап, С.Я. Касян, М.А. Донченко, Н.Є. Кудли та ін. У дослідженнях указаних авторів виконано глибокий аналіз сутності та проблем маркетингу туристичних послуг [3; 5].

Сьогодні багато наукових розробок присвячено проблемам інноваційного розвитку в туристичному бізнесі. Науковий підхід до розвитку інноваційної діяльності розглядається в роботах учених: В.С. Новікова, М.М. Малахової, Д.С. Ушакова, В.М. Аньшина, Л.С. Александрової, І.Г. Балабанова, А.А. Дагаєва, О.В. Федорова, Д. Аакера, В.Ю. Колесова, Н.Г. Кузнєцова, С.Г. Тягліва, В.Л. Горбунова, Т.А. Фролової.

Тем не менше у наукових працях цих учених недостатньо повно розкрито питання створення та ефективного використання системи інноваційного маркетингу на туристичних підприємствах.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення практичного досвіду використання туристичних послуг та визначення шляхів підвищення ефективності розвитку сфери туризму на основі інноваційних маркетингових технологій; дослідження особливості продуктових, ресурсних, техніко-економічних та організаційних інновацій, а також проблем їх взаємозв'язку та переплетіння в процесі освоєння нових туристичних ресурсів; вивчення передумови виникнення та особливості нового напрямку туристичної діяльності – подієвого туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В умовах конкурентного ринкового середовища кожна фірма використовує ефективні інструменти маркетингу з метою успішного функціонування, задоволення попиту ринку та досягнення прибутковості.

Маркетинг в індустрії туризму покликаний виявити потреби туристів, створити привабливі для них туристичні послуги, ознайомити потенційних туристів із доступними для них туристичними продуктами, поінформувати їх про місце, де можна ці послуги придбати [2].

До інновацій у туризмі слід віднести передусім ті нововведення, які супроводжуються:

- відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів;
- якісно новими змінами туристичного продукту;
- підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму;

- підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг, прогресивними змінами чинників виробництва.

Більшість дослідників інноваційних процесів у туризмі відзначає, що туризм є активним споживачем технічних інновацій, вироблених іншими галузями: спеціального туристського спорядження на основі сучасних матеріалів, системи клімат-контролю в готелях, електронних гідів-наставників, супутникових навігаторів, комп'ютерних систем управління та обліку, електронної реклами та комерції. Разом із тим питання про те, чи здійснюють підприємства туристичної індустрії нововведення самостійно і що вважати інновацією у туризмі, залишається відкритим [1; 3]. По суті, проблема звужується до наявності сервісних інновацій у туризмі, що не цілком правомірно, оскільки індустрія туризму включає також і підприємства виробничої сфери (з виробництва туристського інвентарю, спорттоварів, одягу для відпочинку та туризму, сувенірів тощо), які мають найбільш широкі можливості впровадження інновацій.

Інновації безпосередньо у сфері послуг (сервісні інновації) можуть бути визначені як нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу й технологічні рішення, які найчастіше сильно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і потребують структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми [1; 6].

Продуктові, ресурсні, техніко-технологічні та організаційні інновації взаємопов'язані та перетікають одна в одну. Наприклад, розроблення нових турів часто будується на освоєнні нових туристичних ресурсів, при цьому новий турпродукт може орієнтуватися на нові групи споживачів. Якщо зупинитися на продуктових і ресурсних інноваціях у туризмі, можна зазначити, що успіх комерційної діяльності на ринку туризму визначається, передусім, привабливістю пропонованого туристичного продукту. Розроблення нових турів і вдосконалення існуючих туристичних продуктів є головними напрямками інноваційної діяльності туроператорів. Туристичний продукт (тур) – це туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо) [3].

Основу будь-якого туристичного продукту становить необхідність задоволення будь-якої потреби, адже насправді споживач купує не продукт як такий, а його здатність задовольнити певну потребу, тому «серцевиною» продукту є його спрямованість на вирішення проблеми, задоволення конкретної потреби споживача. Отже, для туристичного підприємства величезне значення має виявлення цієї потреби, стосовно якої конкретні

властивості турпродукту (рівень якості, комфорт, престиж, економічність) відіграють другорядну роль. Наприклад, зміна способу життя людей останнім часом призвела до інтенсивного розвитку таких видів туризму, як пригодницький, екстремальний, екологічний.

Розроблення турів, основу яких становить нова потреба споживачів, становить сутність базисних продуктових інновацій у туризмі. Удосконалення окремих властивостей і характеристик пропонованого турпродукту становить сутність поліпшувачих продуктових інновацій (розміщення туристів у більш комфортних номерах, включення в пакет додаткових послуг). Оскільки тур являє собою подорож за визначеним маршрутом, то освоєння нових напрямків поїздок (у нові країни, регіони) також є продуктовою інновацією.

Матеріальну основу турпродукту становлять певні туристичні ресурси: об'єкти природи, історії, культури, поточні події, явища. Особливу категорію туристських ресурсів становлять певні події, які хоча й мають короткочасний характер (декілька днів на рік), але здебільшого відбуваються регулярно, що дає змогу формувати тури на більш-менш постійній основі. Подієвий туризм – порівняно молодий напрям у туризмі, що поєднує традиційний відпочинок та участь у різноманітних видовищних заходах: національних фестивалів та святах, театралізованих шоу та карнавалах, фестивалів кіно і театру, гастрономічних фестивалів і виставках квітів, модних показах, фестивалів музики й музичних конкурсах, спортивних подіях, міжнародних технічних салонах тощо.

Особливість подієвого туризму полягає у тому, що щороку він поповнюється новими подієвими турами, які з випадкових переходять у розряд регулярних. Таким чином, особливим напрямом інноваційної діяльності в туризмі є пропозиція ринку нової події. Причому організація таких подій під час низького сезону є одним зі способів боротьби із сезонністю у туризмі [6].

Нові підходи до організації бізнесу, концентраційні процеси у сфері туризму зумовлюють необхідність систематизації передових підходів до маркетингової діяльності туристичних підприємств. Інформаційно-інноваційні технології, сучасні бізнес-інструменти забезпечують підтримку маркетингу шляхом надання інформації щодо інновацій, необхідних для прийняття маркетингових рішень, напрямів використання маркетингової інформації в туризмі: засобами реклами в Інтернеті, новим тлумаченням поняття «електронний бізнес» (е-маркетинг, е-комерція), які більш детально характеризуються з урахуванням галузевої специфіки [1; 5].

Необхідність використання в умовах конкуренції потужних інструментів і методів управління зумовлює застосування найбільш прогресивного,

радикального й універсального методу – реінжинірингу бізнес-процесів із застосуванням інтеграційного характеру інструментальних засобів підтримки реінжинірингу, де важливою є взаємодія бізнес-процесів туристичного підприємства, ринку і споживачів. Інноваційна реклама будується на використанні в промо-акціях сучасного технічного забезпечення, новітніх комп'ютерних технологій і нестандартних способів подачі інформації. Однією з нових маркетингових інновацій є використання інтерактивних столів, надсучасних інтерактивних проекцій, телевізорів нового покоління, новітніх комп'ютерних технологій.

Висновки з проведеного дослідження. Упровадження продуктових, ресурсних, техніко-технологічних, організаційних та маркетингових інновацій у практику вітчизняних підприємств в індустрії туризму не тільки дасть змогу залучити додатковий туристичний потік, поліпшити економічні показники діяльності туристичних підприємств і підвищити їх конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і зовнішньому туристичних ринках, а й забезпечить підвищення якості обслуговування гостей, більш повне задоволення їхніх потреб з урахуванням специфічних запитів окремих груп споживачів.

На сучасному етапі в міждержавних і національних системах управління туристичною діяльністю почали проходити інноваційні процеси: настав час освоєння та застосування нових технологій (електронна торгівля, створення віртуальних туристичних фірм); удосконалюються форми маркетингу та створення туристичного продукту. Використання нових технологій приносить великий ефект для діяльності підприємств туристичної індустрії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Давидова О.Г. Особливості інноваційних процесів у сфері туристичних послуг. *Проблеми науки*. 2013. № 5. С. 19–24.
2. Маркетинг турпродукту / Ю.О. Карегін та ін. Київ, 2009. 394 с.
3. Касян С.Я., Донченко М.А. Управління маркетинговою діяльністю туристичної компанії на основі технологічних інновацій. *Вісник Дніпропетровського Національного університету імені О. Гончара*. 2010. Вип. 4(3). С. 97–102.
4. Михайліченко Г.І. Методологічні основи оцінювання інноваційного потенціалу туристичного підприємства. *Економічний часопис*. 2013. № 1-2. С. 80–83.
5. Телетов О.С., Косолап Н.Є. Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні. *Маркетинг і інноваційний менеджмент*. 2012. № 1. С. 21–34.
6. Федулова Л.І. Інноваційні контури розвитку туризму: Основні світові тенденції розвитку інноваційної діяльності туризму. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 137–147.

REFERENCES:

1. Davydova O.H. (2013) Osoblyvosti innovatsiinykh protsesiv u sferi turystychnykh posluh [Peculiarities of innovative processes in the sphere of tourism services]. *Problems of Sciences*, no. 5, pp. 19–24.
2. Karehin Yu.O., Tymoshenko Z.I., Demura T.O., Munin H.B. (2009) *Marketynh tur produktu* [Marketing tour of the product]. Kyiv: Kondor. (in Ukrainian)
3. Kasian S.Ia., Donchenko M.A. (2010) Upravlinnia marketynhovoio diialnistiu turystychnoi kompanii na osnovi tekhnolohichnykh innovatsii [Managing marketing activity of a tourist company based on technological innovations]. *Bulletin of Dnipropetrovsk National University named after O. Honchar*, vol. 4(3), pp. 97–102.
4. Mykhailichenko H.I. (2013) Metodolohichni osnovy otsiniuvannia innovatsiinoho potentsialu turystychnoho pidpriemstva [Methodological bases for estimating the innovation potential of a tourism enterprise]. *Economic Bulletin*, no. 1-2, pp. 80–83.
5. Tielietov O.S., Kosolap N.Ie. (2012) Osoblyvosti ta perspektyvy marketynhu turystychnykh posluh v Ukraini [Peculiarities and prospects of marketing of tourism services in Ukraine]. *Marketing and Innovation Management*, no. 1, pp. 21–34.
6. Fedulova L.I. (2014) Innovatsiini kontury rozvytku turyzmu: [Osnovni svitovi tendentsii rozvytku innovatsiinoi diialnosti turyzmu] [Innovative contours of tourism development: [Basic world tendencies of development of innovative activity of tourism]. *Relevant Problems of Economy*, no. 2, pp. 137–147.

ОСНОВНІ ПРИЧИНИ ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОЇ СФЕРИ

THE BASIC REASONS FOR LABOR CONFLICT ON DOMESTIC AGRICULTURAL ENTERPRISES

УДК 658.3

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-28>

Помаз О.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія

Помаз Ю.В.

к.і.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія

Коробкіна В.М.

магістрант
Полтавська державна аграрна академія

Pomaz Oleksandr

Poltava State Agrarian Academy

Pomaz Julia

Poltava State Agrarian Academy

Korobkina Viktoria

Poltava State Agrarian Academy

У статті розглянуто основні причини трудових конфліктів на вітчизняних підприємствах аграрної сфери. Доведено, що ефективне управління конфліктами неможливе без розуміння їх сутності та походження, першопричини, якою б прихованою вона не була. Обґрунтована причинно-наслідкова діаграма основних причин виникнення трудових конфліктів на підприємствах України, побудова якої дає змогу спланувати діяльність із вирішення існуючих проблем. Такими групами причин (факторів) є загальні причини, ментальні причини, організаційно-управлінські та людський чинники. Особливу увагу приділяється ролі та діям керівника в процесі розвитку конфлікту. Проаналізовано особливості національного менталітету вітчизняних працівників та керівників, його слабкі сторони та вплив на управління конфліктами. Звернено увагу на загальні причини виникнення трудових конфліктів, до яких, зокрема, належить суттєвий рівень агресії в суспільстві у цілому, викликаний порушенням базових потреб людини, почуттям небезпеки, зниженням рівня життя.

Ключові слова: трудові конфлікти, національний менталітет, трудовий менталітет, характер, управління конфліктами, організація, організаційна культура.

В статье рассмотрены основные причины трудовых конфликтов на отечественных

предприятиях аграрной сферы. Доказано, что эффективное управление конфликтами невозможно без понимания их сущности и происхождения, первопричины, какой бы скрытой она ни была. Обоснована причинно-следственная диаграмма основных причин возникновения трудовых конфликтов на предприятиях Украины, построение которой позволяет спланировать деятельность по решению существующих проблем. Такими группами причин (факторов) являются общие причины, ментальные причины, организационно-управленческие и человеческий факторы. Особое внимание уделяется роли и действиям руководителя в процессе развития конфликта. Проанализированы особенности национального менталитета отечественных работников и руководителей, его слабые стороны и влияние на управление конфликтами. Обращается внимание на общие причины возникновения трудовых конфликтов, к которым, в частности, относится существенный уровень агрессии в обществе в целом, вызванный нарушением базовых потребностей человека, чувством опасности, снижением уровня жизни.

Ключевые слова: трудовые конфликты, национальный менталитет, трудовой менталитет, характер, управление конфликтами, организация, организационная культура.

Crises in political, economic and social life, instability in all sectors of the economy lead to the emergence of social and psychological tensions in society, in enterprises, between managers and subordinates. This tension manifests itself in the form of labor conflicts, which significantly worsen the socio-psychological climate in labor collectives and reduce labor productivity. The article deals with the main causes of labor conflicts at domestic agricultural enterprises. It is proved that effective management of conflicts is impossible without understanding their essence and origin, the root cause, whatever their hidden nature. The cause and effect diagram of the main causes of labor conflicts at Ukrainian enterprises is substantiated, the construction of which allows to plan activities for solving existing problems. These groups of causes (factors) are common causes, mental causes, organizational and managerial factors, and human factors. Particular attention is paid to the role and actions of the leader in the conflict development process. The peculiarities of the national mentality of domestic workers and managers, its weaknesses and the impact on conflict management are analyzed. Attention is drawn to the common causes of labor conflicts, which include, in particular, a significant level of aggression in society as a whole, caused by a violation of basic human needs, a sense of danger, and a decrease in the standard of living. The considerable burden of the "Soviet experience" inherent in many executives, especially the elderly, is manifested in the authoritarian style of leadership, the use of predominantly administrative methods of government, and the power held on insurance penalties. Such outdated views on managing the workforce often lead to conflicts. The task of managing conflicts is to gain control over the process and forms of the conflict, in order to reduce costs and minimize negative consequences, as well as maximize positive outcomes. The process of conflict resolution is the elimination of the contradictions that led to the conflict and the establishment of normal relations between the opposing parties. Contemporary views on social and labor relations suggest the development of a qualitatively new type of coordination of workers' activities, which in modern economic literature is defined as teamwork. Of course, teamwork can only be successful if there is no conflict between team members.

Key words: labor conflicts, national mentality, labor mentality, character, conflict management, organization, organizational culture.

Постановка проблеми. Кризові явища в політичному, економічному і соціальному житті України, нестабільність у всіх галузях економіки не тільки в нашій країні, а й у всьому світі призводять до виникнення соціальної та психологічної напруги в суспільстві, на підприємствах, між керівниками та підлеглими тощо. Ця напруга не може не мати проявів, зокрема у вигляді трудових конфліктів, що значною мірою погіршують соціально-психологічний клімат у трудових колективах та знижують продуктивність праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню теоретичних та практичних аспек-

тів управління трудовими конфліктами присвячено праці багатьох дослідників, до яких можна віднести О.А. Біловодську, Т.В. Кириченко [1], О.Й. Крису [5], І.В. Міщук, В.Б. Пасічнюк [6], В.М. Никоничук, К.С. Цимбріляк [7], М.В. Примушу [9], М.В. Семікіну [11], І.П. Сівчук [12] та багатьох інших. Вітчизняні й закордонні науковці зробили значний внесок у дослідження сутності конфліктів та їхніх складників, методів управління конфліктами.

Постановка завдання. Метою статті є визначення основних причин виникнення конфліктів, що впливають на економічну діяльність вітчизняних

підприємств аграрної сфери з метою попередження їхніх негативних наслідків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конфлікт – це відсутність згоди між двома і більше сторонами, які можуть бути конкретними особами або групами. У господарських відносинах конфлікти мають особливе значення, оскільки їх перебіг суттєво впливає, з одного боку, на стан економіки держави у цілому, а з іншого – зачіпає інтереси окремих учасників цих відносин [12].

Виявлення причин конфлікту є одним із першочергових завдань під час побудови схеми управління конфліктами загалом чи окремим конфліктом зокрема. Безумовно, причини конфліктів можуть бути різноманітними [10]. Для того щоб ефективно управляти конфліктами, слід розуміти їх сутність та походження, першопричину, якою б прихованою вона не була.

Трудові конфлікти виникають на підприємствах, установах, організаціях незалежно від форми власності: приватної (індивідуальна, особиста, приватно-трудова, приватно-капіталістична), колективної (кооперативна, акціонерна, громадські організації), державної (комунальна, загальнодержавна – усього народу) [12].

Також варто звернути увагу на те, що сучасні погляди на конфлікти на відміну від традиційних визначають конфлікт не лише як однозначно негативне явище. Підхід до усвідомлення ролі конфлікту стає більш прагматичним: конфлікт – безумовно, невід’ємна частина будь-якої організації, конфліктом варто управляти [10, с. 362].

І. Сівчук головними причинами виникнення колективних трудових спорів на підприємстві визначає: дефіцит ресурсів (матеріальних, людських, інформаційних тощо); взаємопов’язаність поставлених завдань; розбіжності в інтересах, цілях, життєвих цінностях; особливості характеру особистості, манери поведінки та накопичений життєвий досвід [12].

Вагомі причини виникнення трудових конфліктів пов’язані з особливостями менталітету вітчизняних працівників. Г. Дмитренко та А. Гошко відзначають такі їхні ментальні якості, як правовий нігілізм, бажання «спіймати рибку» без праці, звичка працювати абияк, невміння цінувати робочий час, а також поширена безвідповідальність у системі управління [2; 11].

Також варто уваги те, що ментальність значної частини громадян, переважно старшого віку, несе відбиток радянського менталітету, що склався протягом семи десятиліть на всій території СРСР незалежно від національної приналежності. Її головними рисами є опір змінам, пасивність, безініціативність, бажання мати над собою сильного лідера, вислужитися перед керівництвом, завищені очікування від нього, комплекс меншовартості, у роботі – «зрівнялівка», вдавана діяльність,

надія на зовнішню допомогу («керівник завжди правий», «як би чого не вийшло...») [8].

Однією з негативних рис характеру українських працівників низка вчених вважає недостатню дисциплінованість, точність та педантичність у роботі. При цьому відзначається, що суттєвим мотиваційним стимулом для персоналу може бути неодноразове засудження, яке викликає відчуття сорому і бажання реабілітуватися в очах колективу та керівництва [14, с. 287].

З огляду на особливості сторін, виділяються такі трудові конфлікти:

- між трудовим колективом і адміністрацією;
- між трудовим колективом і профспілковим комітетом підприємства;
- між адміністрацією і профспілкою;
- між трудовими колективами різних підприємств;
- між трудовими колективами й органами управління держави [9].

Нами обґрунтовано причинно-наслідкову діаграму основних причин виникнення трудових конфліктів на підприємствах України (рис. 1), побудова якої дає змогу спланувати діяльність із вирішення існуючих проблем, створюючи декілька пластів категорій (груп), які можуть бути чинниками, що викликають проблеми.

Такими групами причин (факторів) є загальні причини, ментальні причини, організаційно-управлінські й людський чинники. Слід відзначити, що деякі з причин, що відносяться до різних груп, можуть певним чином перекликатися між собою або призводити до спільних наслідків. Межі між деякими причинами можуть бути розмитими, наприклад між особливостями характеру керівника і стилем його керівництва.

Низка науковців, зокрема В.М. Никоничук і К.С. Цимбріляк звертають увагу на роль та дії керівника в процесі розвитку конфлікту. Зокрема, вони зазначають, що необ’єктивність керівника, яка викликає конфлікт, може бути наслідком заниженої та завищеної оцінки результатів діяльності й поведінки підлеглих співробітників. Серед типових помилок завищення оцінок вони називають дружнє ставлення на основі неформального спілкування, бажання бути добрим й великодушним, переваги особисто симпатичним людям тощо [7].

Заниження оцінок стає можливим у результаті навмисного прагнення до покарання, особистої антипатії чи поганої репутації, невміння співробітника ефективно представити виконану роботу.

Несправедливість із боку керівника в оцінці роботи та поведінки своїх підлеглих виявляється, зокрема, у застосуванні заохочень і покарань, установленні посадових окладів і розмірів додаткових виплат, заповненні вакансій і часто бездоказовій критиці за уявні помилки, спробах приховати неприємну інформацію, нехтуванні переконливими аргументами [7].

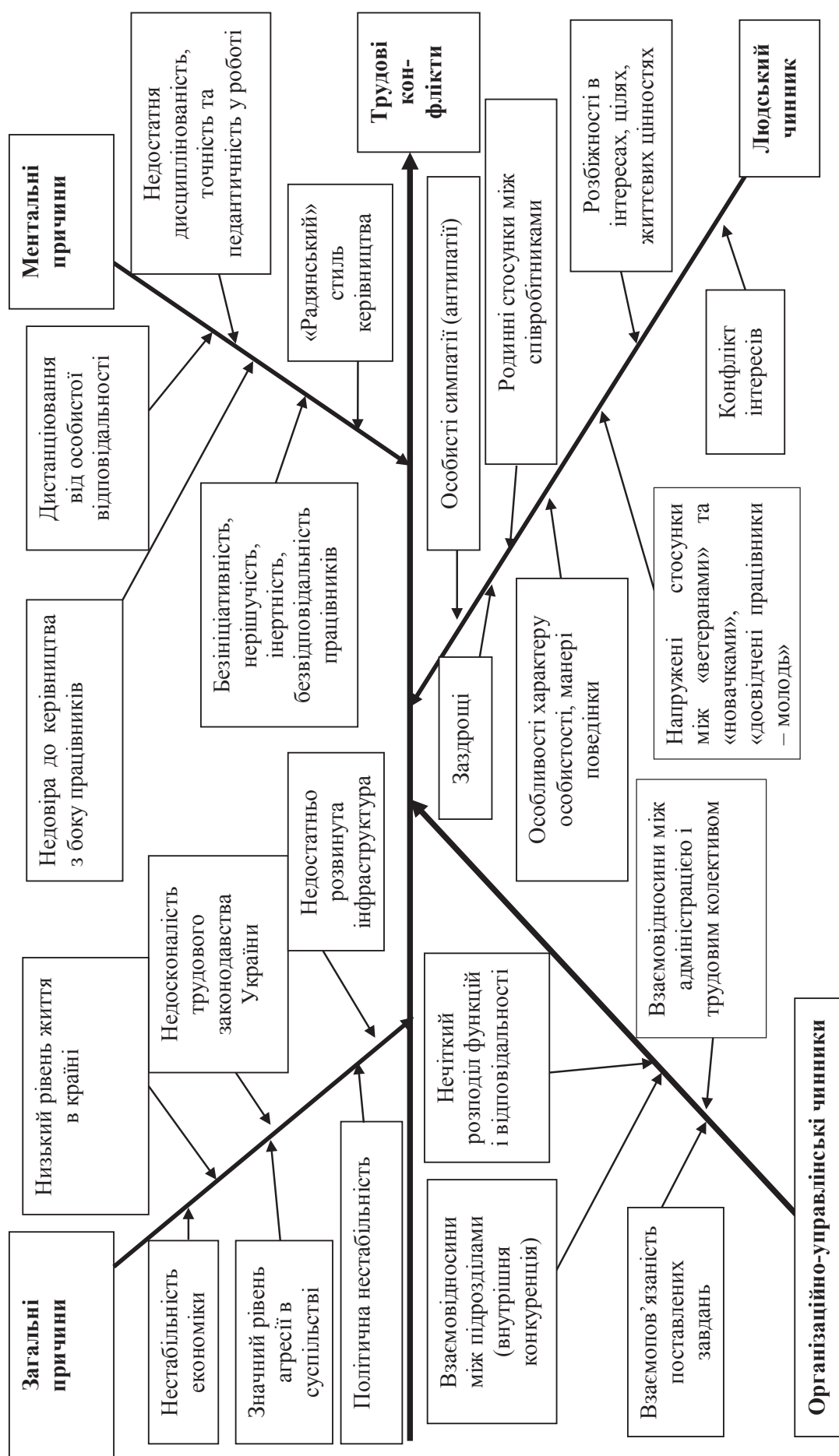


Рис. 1. Причинно-наслідкова діаграма трудових конфліктів на підприємствах України

Джерело: власна розробка

Значний тягар «радянського досвіду», притаманний багатьом керівникам, особливо старшого віку, виявляється в авторитарному стилі керівництва, використанні переважно адміністративних методів управління, владі, що тримається на страхові покарання. Такі застарілі погляди на управління трудовим колективом часто призводять до конфліктних ситуацій.

Водночас і ментальність значної частини працівників, переважно старшого віку, несе відбиток радянського менталітету, що складався протягом семи десятиліть на всій території СРСР незалежно від національної приналежності. Її головними рисами є опір змінам, пасивність, безініціативність, бажання мати над собою сильного лідера, вислужитися перед керівництвом, завищені очікування від нього, комплекс меншовартості, у роботі – «зрівнялівка», вдавана діяльність, надія на зовнішню допомогу («керівник завжди правий», «як би чого не вийшло...») [8].

Як справедливо відзначає М.В. Семикіна, з урахуванням процесів інтеграції України до Європейського Союзу та тенденцій глобалізації світової економіки визріває необхідність перегляду консервативних уявлень щодо розвитку постіндустріального суспільства, які носять відбиток минулої ідеологізації суспільства. Усе більшої ваги набуватимуть своєчасний аналіз динаміки та перспектив трансформації трудової свідомості в Україні, відповідний перегляд кадрової стратегії, побудова гнучкої системи вітчизняного мотиваційного менеджменту, спрямованого на адаптацію трудового менталітету до ринкових умов та розвиток конкурентоспроможності персоналу [11].

Соціальні наслідки перехідного періоду полягають у тому, що втрата певної стабільності впливає на світогляд особистості. Людина починає метушитися, не знаходить свого місця. У період кінця 1980-х – початку 2000-х років український соціум зіткнувся з великою і трагічною невідповідністю своїх уявлень про світ, своїх дій у світі, своїх сподівань на світ.

У зв'язку із цим суттєво зріс рівень агресії в суспільстві у цілому. Психологи стверджують, що агресія тісно пов'язана з тривогою, коли порушуються базові потреби людини, коли виникає почуття небезпеки, коли знижується рівень життя. Це особливо характерно для українського соціуму, який перебуває у середовищі перманентних кризових явищ.

Сучасні погляди на соціально-трудова відносини передбачають розвиток якісно нового типу координації діяльності працівників, який у сучасній економічній літературі визначається як робота в команді (англ. teamwork). Перевагами такого типу колективної діяльності є: активізація творчої ініціативи працівників, стимулювання працівників до інновацій, делегування прийняття відповідальних рішень на нижчий рівень організаційної ієрархії, відкриття найкращих можливостей для колектив-

ної взаємодії творчих особистостей у невеликих мобільних групах працівників (командах), формування єдиних мотиваційних орієнтирів, які поділяються всіма учасниками команди [4]. Звичайно, командна робота може бути успішною лише за умов відсутності конфліктів між членами команди.

Завданням управління конфліктами є отримання контролю над процесом і формами перебігу конфлікту для зменшення витрат та мінімізації негативних наслідків, а також максимізації позитивних результатів. Процес вирішення конфлікту являє собою усунення суперечностей, що зумовили конфлікт, і встановлення нормальних відносин між протидіючими сторонами. Одним зі шляхів цього є усунення джерела конфлікту, а його врегулювання означає припинення конфліктних дій і ворожості, знищення значущості джерела, причин конфлікту. Попередження та профілактика конфліктів повинні полягати у завчасному розв'язанні конфліктної ситуації, підготовці людей і колективу в цілому до адекватного поведіння в конфліктній ситуації [13].

Висновки з проведеного дослідження. Трудові конфлікти являють собою досить поширене явище на вітчизняних підприємствах. Значення та вплив на їхню діяльність підприємства неоднозначні. З одного боку, конфлікт є невід'ємною частиною будь-якої організації, і це не обов'язково негативне явище. З іншого боку, конфлікти значною мірою погіршують соціально-психологічний клімат у трудових колективах та знижують продуктивність праці. У будь-якому разі на підприємствах повинна бути практика профілактики, управління трудовими конфліктами, нівелювання їхнього впливу, подолання негативних наслідків. Для здійснення ефективної діяльності такого роду велике значення має правильне визначення причин виникнення конфліктів, їхньої природи.

Одним з інструментів для визначення основних причин конфліктів на вітчизняних підприємствах було вибрано причинно-наслідкову діаграму (діаграму Ісікави). Згідно з запропонованою діаграмою, до основних груп причин (факторів) виникнення трудових конфліктів на підприємствах України можна віднести загальні причини, ментальні причини, організаційно-управлінські й людський чинники.

Правильне розуміння сутності і походження конфліктної ситуації, її глибинної причини дає змогу набагато ефективніше вирішувати цю проблему, що, безумовно, позитивно впливатиме на соціально-психологічний клімат та результати роботи трудового колективу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Біловодська О.А., Кириченко Т.В. Управління конфліктами в системі управління людським потенціалом підприємств. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 177–182.

2. Гошко А.А., Дмитренко Г.А. Опорная концепция формирования управленческой элиты в Украине (и других восточнославянских государствах). Киев, 2001. 76 с.

3. Костенко Н.В. Український соціум: проблеми трансформації. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2008. Вип. 33. С. 161–168. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpqgvzdia_2008_33_18 (дата звернення: 26.11.2019).

4. Кравчук О. Трансформація соціально-трудових відносин в умовах формування мережевої економіки. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 6. С. 11–21. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2014_6_4 (дата звернення: 15.11.2019).

5. Криса О.Й. Управління конфліктами як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Логістика. 2008. № 633. 915 с.

6. Міщук І.В., Пасичнюк В.Б. Теоретичні аспекти трудових спорів: поняття, значення, причини виникнення. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 6-2. С. 115–118.

7. Никоничук В.М., Цимбріяк К.С. Роль та дії керівника в процесі розвитку конфлікту. *Інноваційна економіка*. 2013. № 9. С. 122–126.

8. Зв'язок національного менталітету працівників з управлінням конфліктами на вітчизняних підприємствах / О.М. Помаз та ін. *Економічний форум*. 2019. № 1. С. 110–114. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> (дата звернення: 28.11.2019).

9. Примуш М.В. Конфліктологія : навчальний посібник. Київ : Професіонал, 2006. 282 с.

10. Ложкін Г.В., Волянчук Н.Ю., Солтик О.О. Психологія праці : навчальний посібник / за заг. ред. Г.В. Ложкіна. Хмельницький : ХНУ, 2013. 191 с.

11. Семикіна М.В. Трансформація трудового менталітету персоналу у ракурсі економічної інтеграції України до Європейського Союзу. *Вісник Тернопільської академії народного господарства*. 2001. Ч. 2. С. 191–197.

12. Сівчук І. Особливості та передумови виникнення конфліктів в регіоні. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2010. Вип. 1(3). С. 99–103.

13. Сокол М. Колективний трудовий спір та конфлікт: відмінності понять. *Історико-правовий часопис*. URL: <http://stationline.org.ua/histori/113/21129-kolektivnij-trudovij-spir-ta-konflikt-vidminnosti-ponyat.html> (дата звернення: 26.11.2019).

14. Радюк І.І. Особливості управління трудовим потенціалом з урахуванням трудового менталітету. *Економічний простір*. 2014. № 92. С. 232–240.

REFERENCES:

1. Bilovods'ka O.A., Kyrychenko T.V. (2017) Upravlinnya konfliktamy v systemi upravlinnya lyudskym potentsialom pidpryyemstv [Conflict management in the enterprise human resource management system]. *Ekonomika i suspil'stvo*. no. 10, pp. 177–182.

2. Hoshko A.A., Dmytrenko H.A. (2001) Opornaya kontseptsyya formirovaniya upravlencheskoy elyty v Ukraine (y druykh vostochnoslavianskykh hosudarstvakh) [Supporting concept of formation of administrative elite in Ukraine (and other East Slavic states)]. Kyiv. (in Ukrainian)

3. Kostenko N.V. (2008) Ukrayins'kyi sotsium: problemy transformatsiyi [Ukrainian society: problems of transformation]. *Humanitarnyy visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi*. vol. 33, pp. 161–168. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpqgvzdia_2008_33_18 (accessed 26 November 2019).

4. Kravchuk O. (2014) Transformatsiya sotsial'no-trudovykh vidnosyn v umovakh formuvannya merezhovoy ekonomiky [Transformation of social-labor relations in the conditions of formation of network economy]. *Ukrayina: aspekty pratsi*. no. 6, pp. 11–21. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2014_6_4 (accessed 15 November 2019).

5. Krysa O.Y. (2008) Upravlinnya konfliktamy yak faktor pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv [Conflict management as a factor of increasing the competitiveness of enterprises]. *Visn. Nats. un-tu «L'vivs'ka politekhnik»*. no. 633: Lohistyka. (in Ukrainian)

6. Mishchuk I.V., Pasichnyuk V.B. (2014) Teoretichni aspekty trudovykh sporiv: ponyattya, znachennya, prychnyny vynyknennya [Theoretical Aspects of Labor Disputes: Concept, Meaning, Causes]. *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*. no. 6-2, pp. 115–118.

7. Nykonychuk V.M., Tsymbrilyak K.S. (2013) Rol' ta diy kerivnyka v protsesi rozvytku konfliktu [Role and actions of the leader in the process of conflict development]. *Innovatsiyana ekonomika*. no. 9, pp. 122–126.

8. Pomaz O.M., Bezuhlyy A.S., Mykots' K.V., Rybalko V.A. (2019) Zv'yazok natsional'noho mentalitetu pratsivnykiv z upravlinnyam konfliktamy na vitchyznyanykh pidpryyemstvakh [Relationship of national mentality of employees with conflict management at domestic enterprises]. *Ekonomichnyy forum*. no. 1, pp. 110–114. Available at: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/> (accessed 28 November 2019).

9. Prymush M. V. (2006) Konfliktolohiya [Conflictology]. *M-vo osvity i nauky Ukrainy*. Kyiv : Vyd. dim «Profesional».

10. Lozhkina H.V. (2013) Psykholohiya pratsi [Labor psychology]. *Khmel'nyts'kyi : KHNU*. (in Ukrainian)

11. Semykina M.V. (2001) Transformatsiya trudovoho mentalitetu personalu u rakursi ekonomichnoyi intehratsiyi Ukrainy do Yevropeys'koho Soyuzu [Transformation of the labor mentality of personnel in the perspective of economic integration of Ukraine into the European Union]. *Visnyk Ternopil's'koyi akademiyi narodnoho hospodarstva*, no. 2, pp. 191–197.

12. Sivchuk I. (2010) Osoblyvosti ta peredumovy vynyknennya konfliktiv v rehioni [Features and prerequisites for conflict in the region]. *Sotsial'no-ekonomichni problemy i derzhava*. vol. 3, pp. 99–103.

13. Sokol M. Kolektyvnyy trudovyy spir ta konflikt: vidminnosti ponyat' [Collective labor dispute and conflict: differences of concepts]. *Istoryko-pravovyy chasopys*. Available at: <http://stationline.org.ua/histori/113/21129-kolektivnij-trudovij-spir-ta-konflikt-vidminnosti-ponyat.html> (accessed 26 November 2019).

14. Radyuk I.I. (2014) Osoblyvosti upravlinnya trudovym potentsialom z urakhuvannyam trudovoho mentalitetu [Features of labor potential management taking into account the labor mentality]. *Ekonomichnyy prostir*. no. 92, pp. 232–240.

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ДП МА «БОРИСПІЛЬ»

STRATEGIC PRIORITIES FOR BORYSPIL AIRPORT DEVELOPMENT

УДК 656.71(477)(045)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-29>

Радченко О.А.

доцент, доцент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет

Гурьянова Н.В.

студентка
Національний авіаційний університет

Radchenko Olena

National Aviation University

Hurianova Nataliia

National Aviation University

Ринок авіаційних перевезень України починає своє відродження після періоду спаду активності протягом останніх кількох років, незважаючи на недосконалість нормативно-правового регулювання діяльності аеропортів України, відсутність комплексного законодавчого пакета, що враховує технологічні особливості аеропортів, зношеність усіх елементів інфраструктури, незабезпеченість сучасним навігаційним та світлосигнальним обладнанням, наземною технікою та обладнанням для наземного обслуговування й забезпечення рівня авіаційної безпеки відповідно до вимог ІКАО. Подальше формування в міжнародному аеропорту «Бориспіль» провідного міжнародного вузлового аеропорту (хаба) Східної Європи, розвиток сучасних термінальних пасажирських та вантажних комплексів (мультимодальних логістичних центрів) за рахунок їх власників або механізмів державно-приватного партнерства із забезпеченням міжнародних стандартів ІКАО та рекомендацій ІАТА приведуть до підвищення рейтингу ДП МА «Бориспіль» в Міжнародній Раді аеропортів Європи (АСІ).

Ключові слова: аеропорт, пасажиропотік, стратегія, розвиток, бізнес.

Рынок авиационных перевозок Украины начинает свое возрождение после периода спада активности в течение последних нескольких лет, несмотря на несовершенство нормативно-правового регулирования деятельности аэропортов Украины, отсутствие комплексного законодательного пакета, учитывающего технологические особенности аэропортов, изношенность всех элементов инфраструктуры, необеспеченность современным навигационным и светосигнальным оборудованием, наземной техникой и оборудованием для наземного обслуживания и обеспечения уровня авиационной безопасности в соответствии с требованиями ИКАО. Дальнейшее формирование в международном аэропорту «Борисполь» ведущего международного узлового аэропорта (хаба) Восточной Европы, развитие современных терминальных пассажирских и грузовых комплексов (мультимодальных логистических центров) за счет их владельцев или механизмов государственно-частного партнерства с обеспечением международных стандартов ИКАО и рекомендаций ИАТА приведут к росту рейтинга ГП МА «Борисполь» в Международном Совете аэропортов Европы (АСІ).

Ключевые слова: аеропорт, пасажиропотік, стратегія, розвиток, бізнес.

Ukraine's aviation market begins to revive after a period of downturn over the past few years, despite the imperfect regulatory regulation of airports in Ukraine, the lack of a comprehensive legislative package that takes into account the technological features of airports, the deterioration of all elements of infrastructure, the lack of modern navigation equipment ground handling equipment and equipment for ground handling and aviation security respectively the requirements of ICAO. Further formation of the leading international hub (hub) of Eastern Europe at the Boryspil International Airport, development of modern terminal passenger and cargo complexes (multimodal logistics centers) at the expense of their owners or public-private partnership mechanisms with provision of ICAO international standards and recommendations Boryspil at the International Airports Council of Europe (ACI). The main trends that characterize the international air transport market in the last two decades are the liberalization of air transport; privatization of state-owned airlines; the appearance of mega carriers; aggravation of competition. Boryspil International Airport has shown steady growth dynamics over the last 5 years, so it can be argued that the chosen directions of development are correctly outlined and give an opportunity to plan the development of the airport in the long run. In order to increase the competitiveness of Boryspil it is necessary to outline directions of development that are in accordance with Boryspil's marketing policy and should focus on: significant expansion and activation of actions in non-aviation activity, making the airport more attractive and accessible (development of new types of business, expansion of the range of accessible non-aviation services) comfort for passengers (including transfers), creating a high international image and achieving a high level of popularity. Boryspil's growth strategy is quite real, based on the plans of the airlines. But the airport needs to agree on various operational processes – luggage handling, passenger service, including transfers. To keep the level of service for airlines and passengers up to business growth. The construction of a new multimodal cargo complex that meets all international cargo handling standards has guided the development of the airport in line with the latest trends in air travel, modern requirements for international airports, including aviation security, quality of service for passengers and airlines. As a result of the development strategy, Boryspil seeks to strengthen its position as one of Europe's leading hub airports in its activities, embodying the ideas of innovative leadership, quality and high economic efficiency, which will increase Kiev's attractiveness as a promising international financial center and raise Ukraine's competitiveness level.

Key words: airport, passenger flow, strategy, development, business.

Постановка проблеми. Більшість стратегічних рішень, які приймає будь-яка компанія, лежить у сфері маркетингу. Створення нового бізнесу, злиття та поглинання, освоєння нової ринкової ніші, дилерська політика, звуження або розширення продуктової лінійки, вибір постачальників і партнерів – всі ці та багато інших рішень приймаються в рамках економічної стратегії. Від адекватності стратегії компанії залежать успіх цілого підприємства, його конкурентоспроможність. Стрімкий розвиток авіаційних перевезень на ринку України приводить до необхідності використання авіакомпаніями, аеропортами ефективних стратегій, адже конкуренція на ринку авіаперевезень дедалі зростає як на внутрішніх перевезеннях, так і на міжна-

родних. В таких ринкових умовах підприємствам авіаційної галузі особливу увагу слід звертати на ефективність маркетингової діяльності, вибір стратегічних напрямів для подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам авіаційних перевезень, функціонування аеропортів та пасажирських терміналів присвячені праці таких вітчизняних учених, як В. Загорулько, Г. Юн, М. Григорак, Ю. Кулаєв, В. Коба, В. Мова, Н. Полянська, І. Русінов, І. Садловська, О. Соколов, Є. Сич, О. Ареф'єва.

Постановка завдання. Метою статті є окреслення напрямів та розроблення заходів для державного підприємства Міжнародного аеропорту «Бориспіль», які дадуть змогу оптимальніше

використовувати ресурси в турбулентному середовищі функціонування аеропорту, як наслідок, підвищити його конкурентоспроможність.

Виклад основного матеріалу дослідження. Авіаційний транспорт зараз є однією з найбільш важливих галузей світової економіки, технічні та сервісні досягнення роблять його високоефективним інструментом розвитку сучасного суспільства.

Основними тенденціями, які характерні для міжнародного ринку авіаперевезень в останні два десятиліття, є лібералізація повітряного транспорту; приватизація державних авіакомпаній; поява мегаперевізників; загострення конкурентної боротьби.

Так, упродовж 2018 року перевезення пасажирів, вантажів та пошти здійснювали 34 українські авіакомпанії, якими виконано 100,3 тис. комерційних рейсів, що на 7,3 тис. більше, ніж у 2017 році. Зауважимо, що кількість перевезених пасажирів збільшилась порівняно з 2017 роком на 12529 тис. ос., тобто на 18,7%.

Комерційні рейси авіакомпаній обслуговували 20 українських аеропортів та аеродромів, у 2018 році кількість відправлених та прибулих повітряних суден склала 182,8 тис., що на 22 тис. більше, ніж у 2017 році.

Міжнародний аеропорт «Бориспіль» протягом останніх 5 років показує сталу динаміку зростання, тому можна стверджувати, що вибрані напрями розвитку є правильно окресленими та дають можливість планувати розвиток аеропорту в довгостроковій перспективі [1]. Очікується, що пасажиропотік у 2019 році складе більше 15 млн. пасажирів (рис. 1).

Аналізуючи динаміку доходів та витрат аеропорту «Бориспіль» за останні 5 років, ми бачимо, що, реформуючи статті витрат та працюючи над збільшенням доходів, аеропорт демонструє прибутковість.

Так, у 2018 році прибуток аеропорту до оподаткування склав 2,3 млрд. грн., що на 8,7% більше, ніж у 2017 році (рис. 2).

За підсумками 2018 року Міжнародний аеропорт «Бориспіль» очолив рейтинг Міжнародної ради аеропортів (ACI Europe). «Бориспіль» посів 1 місце, забезпечивши динаміку зростання пасажиропотоку на рівні 19,4% серед аеропортів, які обслуговують від 10 до 25 мільйонів пасажирів [1].

Згідно з річним рейтингом «Бориспіль» випередив Міжнародний аеропорт Внуково (18,4%) та аеропорт імені Ференца Ліста (Будапешт) (13,5%).

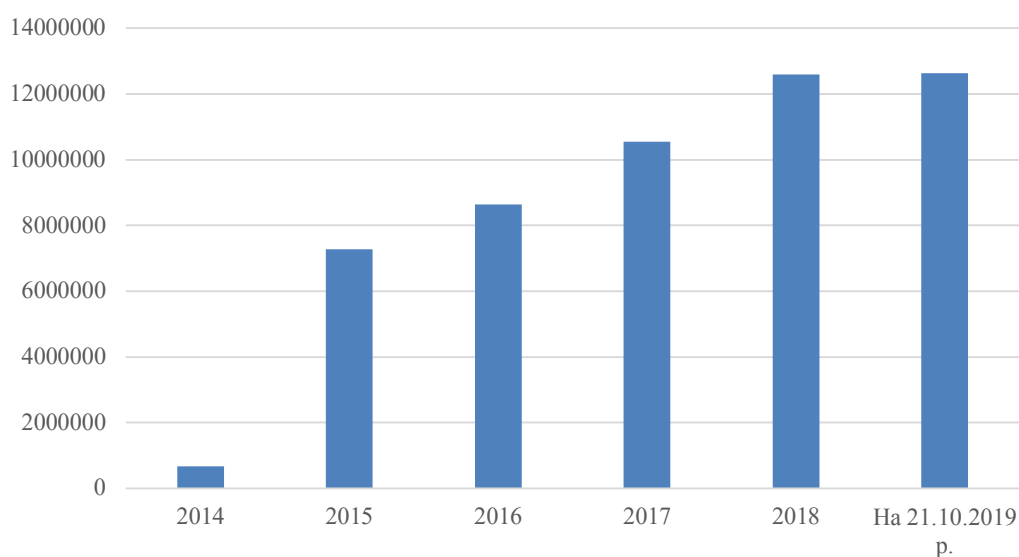


Рис. 1. Динаміка пасажирів, обслугованих ДП МА «Бориспіль»

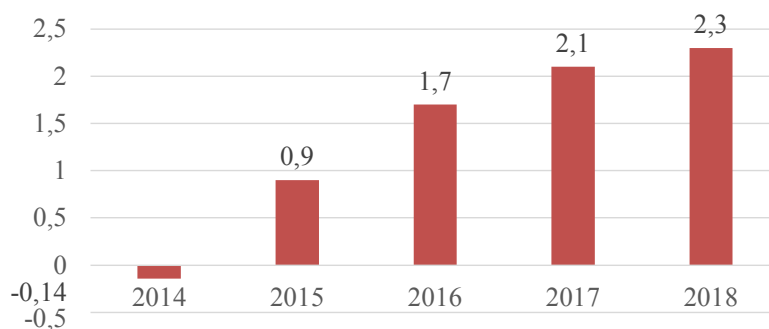


Рис. 2. Прибуток до оподаткування ДП МА «Бориспіль», млрд. грн.

Також у своєму звіті ACI Europe зазначили, що пасажирські перевезення в аеропортах ЄС збільшились на 5,4%. Між тим обсяг вантажних перевезень через європейську мережу аеропортів зріс на 1,8%.

Головна діяльність аеропорту полягає в наданні послуг. Крім авіаційних, тут надаються такі види послуг:

- інфраструктура (готель «Бориспіль», готель «Аеропорт», бізнес-зали, магазини, ресторани й кафе, банки та банкомати, авіакаси, ігровий майданчик для дітей, кімната матері та дитини, медичні пункти);

- транспорт (паркування, оренда авто, автобуси, міжтермінальний автобус Shuttle Bus, таксі, експрес «Бориспіль – Київ», «Київ – Бориспіль»);

- навчання (навчальний центр ICAO, курси, розклад занять, реєстрація на курс, контакти ICAO, аудиторія, обладнання, фотоальбом);

- інші послуги (шлюб за добу, готель «Бориспіль» (онлайн-бронювання), камера зберігання, VIP-обслуговування, Wi-Fi, авіадовідка).

Міжнародна конкуренція у сфері послуг приймає різноманітні форми. Сервісна фірма, як і виробнича, конкурує на світовому ринку тим же шляхом, яким вона розширює свою діяльність на регіональній та глобальній основі, а також координує операції в різних країнах. Через природу більшості послуг багато видів діяльності в ланцюжку цінності сервісної фірми повинні здійснюватися в тому місці, де перебуває покупець. Це пов'язано, звичайно, зі властивими послугам відмінними характеристиками, такими як невідчутність, тобто неможливість відчуття до придбання послуги; невіддільність від джерела; мінливість якості; незбереження, тобто неможливість запасу послуг [2].

Максимальна увага ДП «МА «Бориспіль» акцентується на якості послуг, зокрема, через цілеспрямоване проведення політики впровадження європейських підходів до підвищення якості надання послуг. Підтвердженням орієнтованості на якісні параметри ділової досконалості є девіз аеропорту «В якості – наш успіх» [5].

ДП «МА «Бориспіль» розробляє та впроваджує власну стратегію розвитку, надаючи вагому роль корпоративній соціальній відповідальності, вживаючи заходів, які спрямовані на зовнішнє та внутрішнє середовище авіапідприємства. Розроблена програма організаційно-економічних заходів враховує структурно-функціональну залежність стратегічного розвитку від очікуваних результатів у сфері КСВ аеропорту [6].

Задля підвищення конкурентоспроможності ДП МА «Бориспіль» необхідно окреслити напрями розвитку, які відповідають маркетинговій політиці ДП МА «Бориспіль» та повинні бути зосереджені на істотному розширенні та активізації дій у неавіаційній діяльності, перетворенні аеропорту на більш привабливий та доступний (розвиток нових видів бізнесу,

розширення спектру доступних неавіаційних послуг), підвищенні комфорту для пасажирів (зокрема, трансферних), створенні високого міжнародного іміджу та досягненні високого рівня популярності.

Неавіаційна діяльність в аеропорту може здійснюватися за рахунок власних ресурсів аеропорту або за допомогою передачі цієї діяльності у підпорядкування іншим організаціям, тобто за допомогою здійснення аутсорсингу послуг.

Для ефективної та успішної діяльності аеропорту не вигідно віддавати послуги на аутсорсинг, адже є суттєві переваги здійснювання окремих видів діяльності самостійно, особливо тоді, коли для цього не потрібно значних капіталовкладень та спеціальних знань. Навіть за відсутності досвіду, наприклад, безпосередньо роздрібною торгівлі аеропорти мають можливість отримати більше інформації про вподобання, мотиви, особливості пасажирів на підставі проведення опитувань пасажирів та відвідувачів аеропорту, які дають змогу визначити напрями подальшого розвитку бізнесу. Результати проведених опитувань мотивуватимуть менеджмент аеропорту ретельніше розробляти як стратегії щодо роздрібною торгівлі, так і стратегію розвитку аеропорту загалом, покладаючись на потреби та різний рівень можливостей пасажирів на основі проведеної ретельної сегментації ринку.

ДП МА «Бориспіль» є членом Міжнародної Ради аеропортів Європи (ACI), асоціації «Аеропорти України», Української асоціації досконалості та якості, Клубу лідерів якості України. Методика оцінки Airport Service Quality (ASQ) є основним інструментом оцінювання діяльності аеропортів (всього в програмі на кінець 2017 року брали участь 315 найбільших аеропортів світу) і передбачає щоквартальну оцінку їх роботи за 36 параметрами.

Оцінювання за цими параметрами проводиться методом анкетування, а результатом оцінки є виставлення аеропорту оцінного балу за кожним з 36 критеріїв. Бали виставляються за п'ятибальною шкалою з точністю до сотих часток балу.

Згідно підсумками оцінювання ACI формує рейтинги якості роботи аеропортів за окремими групами. Угрупування аеропортів для оцінювання ASQ проводиться ACI за двома критеріями, а саме територіальним критерієм та розміром пасажиропотоку.

На цій підставі аеропорти діляться на групи зі щорічним пасажиропотоком до 2 млн. пасажирів, від 2 до 5 млн., від 5 до 15 млн., від 15 до 25 млн., від 25 до 40 млн., понад 40 млн. осіб. У 2019 році аеропорт «Бориспіль» з прогнозованим пасажиропотоком більше 15 млн. пасажирів належить до четвертої групи.

Як зазначають І. Хоменко, І. Садчикова та І. Середюк [7], для покращення інвестиційної діяльності авіаційної галузі потрібно створити належні прозорі умови для залучення інвесторів та роботи приватного сектору в авіаційній галузі; забезпечити

ефективне та економічно обґрунтоване розпорядження державним майном, оптимізацію приватизаційних процесів; запровадити гнучку конкурентоздатну тарифну політику в авіаційній галузі; затвердити відповідним нормативним документом консолідовану відповідальність підприємців; удосконалити нормативно-правову базу в галузі авіації, адаптувати її до вимог європейського законодавства; здійснювати будівництво сучасних літаків та їх продаж за кордон; поліпшувати взаємодії різних видів транспорту в транспортних вузлах, створити єдині транспортні вузли надання пасажирських послуг; забезпечити населення доступними, якісними та безпечними послугами з повітряних перевезень; посилити міжнародну діяльність України у галузі цивільної авіації; реформувати систему управління галуззю цивільної авіації.

Сегмент регіональних авіаперевезень залишається найбільш ризикованим за віддачою на вкладені кошти. У середньому на відносно коротких регіональних маршрутах частка туристів нижче, адже регіональний перевізник будує свій фундамент на діловому пасажирі, маючи слабкий попит у сегменті випадкових мандрівників. З урахуванням економіки пошук ділового пасажиря на регіональні маршрути виявляється непростим завданням. Проте можливість знизити ризики та підвищити ефективність аеропортової діяльності в процесі розвитку таких маршрутів існує, тобто ситуація потребує обов'язкового оцінювання ефективності діяльності аеропортового комплексу. Хоча управління ефективністю роботи стосується всіх аспектів діяльності аеропортів, включаючи економічну, управлінську, експлуатаційну й технічну діяльність, особливу увагу необхідно приділити винятково питанням економічної та управлінської ефективності [4].

Стратегія зростання ДП МА «Бориспіль» цілком реальна, заснована на планах авіакомпаній. Однак аеропорту необхідно узгодити різні операційні процеси, а саме оброблення багажу, обслуговування пасажирів, зокрема трансферних, щоби рівень сервісу для авіакомпаній та пасажирів не відставав від зростання бізнесу.

Будівництво нового вантажного мультимодального комплексу, який відповідав би всім міжнародним стандартам у галузі оброблення вантажів, спрямував розвиток аеропорту відповідно до останніх тенденцій в авіаперевезеннях, сучасних вимог до міжнародних аеропортів, включаючи авіаційну безпеку, якість обслуговування пасажирів та авіакомпаній.

Висновки з проведеного дослідження. Задля ефективнішого управління ДП МА «Бориспіль» виділено найбільш перспективні напрями розвитку, які в сучасних реаліях повинні зосереджуватися перш за все на неавіаційній діяльності для формування іміджу аеропорту за рахунок задоволення більшої

кількості потреб пасажирів, як наслідок, досягнення високого рівня конкурентоспроможності.

В результаті реалізації стратегії розвитку ДП МА «Бориспіль» прагне зміцнювати свої позиції як одного з провідних аеропортів-хабів Європи у своїй діяльності, втілюючи ідеї інноваційного лідерства, якості та високої економічної ефективності, що підвищить привабливість Києва як перспективного міжнародного фінансового центру й підніме рівень конкурентоспроможності України загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Міжнародний аеропорт «Бориспіль». URL: <https://kbp.aero> (дата звернення: 21.10.2019).
2. Авіаційна транспортна стратегія України на період до 2030 року. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT3764.html (дата звернення: 21.10.2019).
3. Коваленко Н., Голляк Ю. Сучасні тенденції розвитку конкуренції. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2016. Вип. 54. С. 65–70.
4. Павелко В. Оцінювання ефективності управління аеропортом. *Економічний форум*. 2014. № 3. С. 181–190.
5. Саприкіна М., Ляшенко О., Саєнсус М. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : посібник. Київ : Фарбований лист, 2011. 480 с.
6. Назаренко О., Волинець А. Корпоративна соціальна відповідальність аеропорту. *Молодий вчений*. 2019. № 1(2). С. 493–495.
7. Хоменко І., Садчикова І., Середюк І. Детермінанти фінансування авіаційної галузі в умовах трансформаційних змін. *Фінансові дослідження*. 2017. № 2(3) URL: <https://fr.stu.cn.ua/tmp/pdf/92.pdf> (дата звернення: 21.10.2019)..

REFERENCES:

1. Mizhnarodnyi aeroport "Boryspil". Available at: <https://kbp.aero> (accessed 21 October 2019).
2. Aviatsiina transportna stratehiia Ukrainy na period do 2030 roku. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT3764.html (accessed 21 October 2019).
3. Kovalenko N., Holliak Yu. (2016) Suchasni tendentsii rozvytku konkurentsii [Current trends in competition]. *Problemy systemnoho pidkhdou v ekonomitsi*. vol. 54, pp. 65–70.
4. Pavelko V. (2014) Otsiniuvannia efektyvnosti upravlinnia aeroportom [Assessment of airport management effectiveness]. *Ekonomichnyi forum*, no. 3, pp. 181–190.
5. Saprykina M. (2011) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: modeli ta upravlinska praktyka [Corporate Social Responsibility: Models and Management Practice]. Kyiv : Farbovani lyst. (in Ukrainian)
6. Nazarenko O., Volynets A. (2019) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist aeroportu [Corporate social responsibility of the airport]. *Molodyi vchenyi*, no. 1(2), pp. 493–495.
7. Khomenko I., Sadchikova I., Serediuk I. (2017) Determinanty finansuvannia aviatsiinoi haluzi v umovakh transformatsiinykh zmin finansovi doslidzhennia [Determinants of financing the aviation industry in the face of transformational change financial research], no. 2(3). Available at: <https://fr.stu.cn.ua/tmp/pdf/92.pdf> (accessed 21 October 2019).

СТАН СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКТОВОГО МАГАЗИНУ

STATE OF THE STRATEGIC MANAGEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE GOODS SHOP

УДК 331.101

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-30>

Світлична А.В.

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

Яснолоб І.О.

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

Передерій О.О.

студент
Полтавська державна аграрна академія

Svitlychna Alla

Poltava State Agrarian Academy

YasnoIob Ilona

Poltava State Agrarian Academy

Perederay Oleksandr

Poltava State Agrarian Academy

У статті розглянуто стан стратегічного управління конкурентоспроможністю продуктового магазину. На конкурентоспроможність кожного підприємства впливають чинники, які об'єктивно визначають його життєздатність. Досить широке коло таких чинників звужується зосередженням уваги на так званих конкурентних перевагах підприємства, тобто таких характеристиках чи властивостях, які забезпечують йому переваги над прямими конкурентами. Дохідність магазину зумовлена швидким товарооборотом, а не високими націнками на товар. Окрім того, у магазині продукцію купують постійні споживачі, які вимогливо ставляться до співвідношення «ціна – якість». Магазин якнайближче розташований до найближчих новобудов, тому кількість клієнтів із кожним роком зростає. Магазин «Продукти» займає на досліджуваному сегменті ринку задовільну конкурентну позицію, а гастроном «Петровський» – лідируючу. Для посилення позиції в конкурентній боротьбі магазин має вивчити досвід конкурентів у зменшенні собівартості реалізації продукції.

Ключові слова: магазин, продукти, ціна, мотиви, споживачі, конкуренти, підприємець.

В статье рассмотрено состояние стратегического управления конкурентоспо-

собностью продуктового магазина. На конкурентоспособность каждого предприятия влияют факторы, которые объективно определяют его жизнеспособность. Достаточно широкий круг таких факторов сужается сосредоточением внимания на так называемых конкурентных преимуществах предприятия, то есть на таких характеристиках или свойствах, которые обеспечивают ему преимущества над прямыми конкурентами. Доходность магазина обусловлена быстрым товарооборотом, а не высокими наценками на товар. Кроме того, в магазине продукцию покупают постоянные потребители, которые требовательно относятся к соотношению «цена – качество». Магазин ближе расположен к новостройкам, поэтому количество клиентов с каждым годом растет. Магазин «Продукты» занимает на исследуемом сегменте рынка удовлетворительную конкурентную позицию, а гастроном «Петровский» – лидирующую. Для усиления позиции в конкурентной борьбе магазин должен изучить опыт конкурентов в уменьшении себестоимости реализации продукции.

Ключевые слова: магазин, продукты, цена, мотивы, потребители, конкуренты, предприниматель.

The article examines the state of strategic management competitiveness of the grocery store. On the competitiveness of each enterprise is affected by factors that objectively determine its viability. Therefore, due to the competitiveness of business opportunities, there are problems with the last few days of the security system, the areas of security, which can be used to improve the competitiveness of the brickwork. But in the present minds of state donation, the need to secure the competitiveness of grocery stores has accelerated, so that we can take new steps before they manage to manage it. There are numerous food distribution channels in Poltava: from individual market stalls to the largest supermarket in the city. The Products Store operates in the Bozhenko neighborhood of Poltava. In order to assess the financial strength of the enterprise, the indicators of return on investment, profit dynamics and level of financial stability were selected (depending on external obligations); to evaluate the competitiveness of the company's products, the indicators of the company's share in the market, profitability of sales of products and competitiveness of products. The attractiveness of an industry is determined by its level of profitability, life cycle stage, dependence on the market environment, and industry stability by the stability of profit, the level of innovation and marketing and advertising opportunities. A fairly wide range of such factors narrows the focus on the so-called competitive advantages of the enterprise, that is, those characteristics or properties that provide advantages over direct competitors. The profitability of the store due to the rapid turnover rather than high margins on the product. Also in the store to buy products as regular consumers, who are demanding with regard to the ratio of price-quality. The store is located closer to the nearest buildings, so the number of clients grows every year. Shop «Products» is on the test segment of the market is satisfactory competitive position, and the grocery store «Petrovsky» – leading. To strengthen positions in the competition store needs to learn from the experiences of competitors in reducing the cost of sales.

Key words: shop, products, price, motives, consumers, competitors, entrepreneur.

Постановка проблеми. На конкурентоспроможність кожного підприємства впливають чинники, які об'єктивно визначають його життєздатність. Досить широке коло таких чинників звужується зосередженням уваги на так званих конкурентних перевагах підприємства, тобто таких характеристиках чи властивостях, які забезпечують йому переваги над прямими конкурентами. Отже, забезпечення конкурентоспроможності підприємства стосується сукупності послідовних дій керуючої підсистеми, сфери забезпечення, що взаємно впливають на керовану підсистему для досягнення конкурентоспроможності на ринку. Але в сучасних умовах господарювання завдання забезпечення конкурентоспроможності продуктивних магазинів істотно ускладнилися, що вимагає

нових підходів до обґрунтування засобів управління нею [6, с. 231].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Тему конкурентних переваг протягом багатьох десятиліть досліджувало чимало вчених: Т.Б. Харченко, В. Шкардун, Г.Р. Чупик, І. Коломоєць, А.В. Войчак, Р.В. Камишніков та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз стану стратегічного управління конкурентоспроможністю продуктового магазину.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Місією магазину «Продукти» є організація та розвиток торговельної мережі, забезпечення споживачів необхідними продуктами харчування. Як і будь-який вид підприємницької діяльності, на меті його власник має отримання прибутку.

Це магазин крокової доступності: невеликий магазин наповнюється асортиментом продуктів першої необхідності, що зазвичай люди бажають придбати після роботи. Ця торгова точка найчастіше вдень відвідується пенсіонерами і домогосподарками. Основна перевага подібного роду закладів, які розташовуються у спальних районах міста, полягає у близькості до оселі.

Магазин «Продукти» розташований у м. Полтава і займає перший поверх дев'ятиповерхового житлового будинку. Будівля знаходиться в безпосередній близькості від зупинки громадського транспорту, що забезпечує високу прохідність. Є парковка для автомобілів. Магазин починає роботу о 9:00 і закривається о 22:00, без перерви на обід і вихідних. Зорієнтований магазин на 200 покупців на день із середнім рівнем доходу, кожен з яких робить покупку на 50–150 грн (мінімальна сума чеку).

Даній торговельній точці надано право здійснювати такі види діяльності: діяльність у сфері роздрібної торгівлі та громадського харчування щодо реалізації продовольчих та непродовольчих товарів, алкогольних напоїв, тютюнових виробів; консультаційні послуги; комерційна, маркетингова, посередницька діяльність; складські послуги [5, с. 182].

У м. Полтава присутні численні канали реалізації продуктів харчування – від індивідуальних базарних прилавків до найбільшого в місті супермаркету. Магазин «Продукти» працює в мікрорайоні «Боженко». Розглянемо переваги основних конкурентів магазину на рис. 1.

Поряд із магазином «Продукти» функціонують ринок «Боженківський», гастрономи «Петровський» та «Боженківський», супермаркет «Фуршет».

Хоча це серйозна конкуренція, свою нішу магазин «Продукти» зміг зайняти завдяки широкому асортименту продуктів і демократичним цінам, адже місцеві жителі, відповідно до проведеного нами соціопитування, часто незадоволені якістю продуктів харчування і високою ціною політикою в гастрономах. Тобто дохідність магазину зумовлена швидким товарооборотом, а не високими націнками на товар. Окрім того, у магазині продукцію купують постійні споживачі, які вимогливо ставляться до співвідношення «ціна – якість». Магазин якнайближче розташований до новобудов, тому кількість клієнтів із кожним роком зростає.

Розглянемо застосування SPACE-методу для аналізу ринкової позиції та вибору оптимальної конкурентної стратегії магазину «Продукти» та його найсильнішого конкурента – гастроному «Петровський». Результати бальної оцінки показників за ключовими критеріями наведено в табл. 1.

Для оцінки фінансової сили підприємства вибрано показники рентабельності інвестицій, динаміки прибутку та рівня фінансової стійкості (залежності від зовнішніх зобов'язань); для оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства – показники частки підприємства на ринку, рентабельності реалізації продукції та конкурентоспроможності продукції; привабливість галузі визначається рівнем її прибутковості, стадією життєвого циклу, залежністю від ринкової кон'юнктури, а стабільність галузі – стабільністю прибутку, рівнем розвитку інноваційної діяльності та її маркетинговими рекламними можливостями [3, с. 13]. Кожен показник, що характеризує ключові критерії, оцінювався за десятибальною

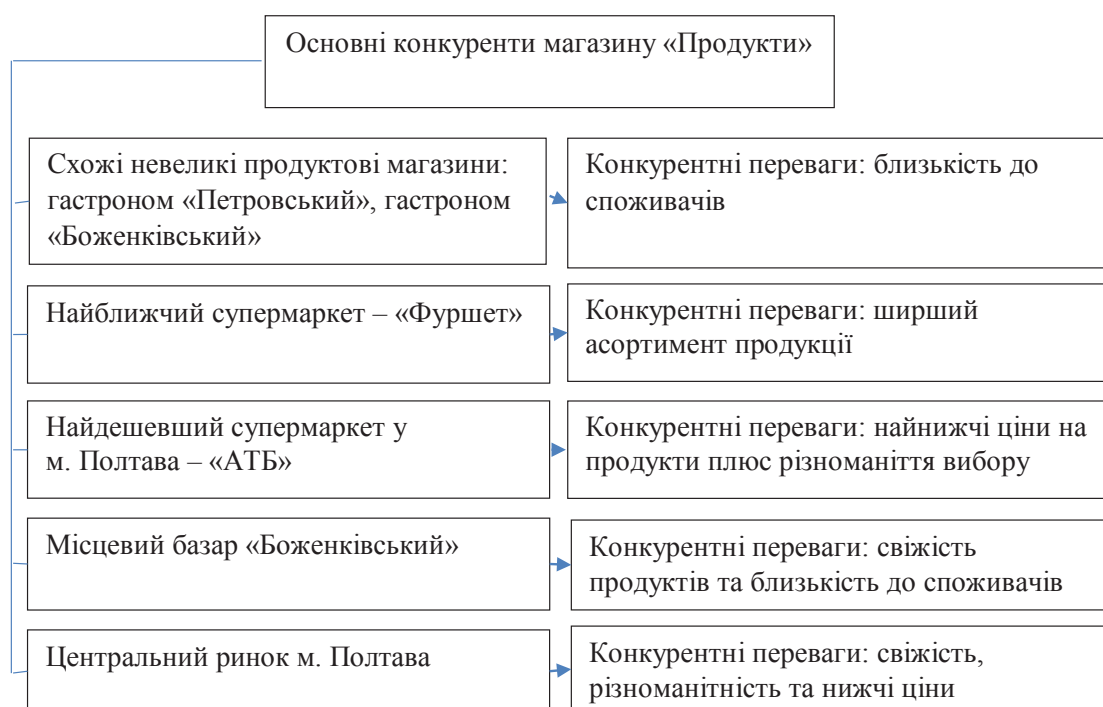


Рис. 1. Основні конкуренти магазину «Продукти», 2014–2018 рр.

Результати бальної оцінки конкурентоспроможності магазину «Продукти» за методом SPACE-аналізу, 2018 р.

Критерії	Магазин «Продукти»			Гастроном «Петровський»		
	Оцінка, балів	Вага	Зважена оцінка, балів	Оцінка, балів	Вага	Зважена оцінка, балів
Фінансова сила підприємства (ФС)С						
Рентабельність інвестицій	2	0,3	0,6	10	0,3	3
Динаміка прибутку	3	0,3	0,9	9	0,3	2,7
Рівень фінансової стійкості	7	0,4	2,8	9	0,4	3,6
Загальна оцінка критерію	x	x	4,3	x	x	9,3
Конкурентоспроможність підприємства (КП)						
Частка підприємства на ринку	3	0,2	0,6	5	0,2	0,6
Конкурентоспроможність продукції	10	0,2	2	10	0,2	2
Рентабельність реалізації продукції	7	0,6	4,2	5	0,6	3
Загальна оцінка критерію	x	x	6,8	x	x	5,6
Привабливість галузі (ПГ)						
Рівень прибутковості галузі	4	0,4	1,6	8	0,4	3,2
Стадія життєвого циклу галузі	6	0,3	1,8	6	0,3	1,8
Залежність розвитку галузі від кон'юнктури	4	0,3	1,2	7	0,3	2,1
Загальна оцінка критерію	x	x	4,6	x	x	7,1
Стабільність галузі (СГ)						
Стабільність прибутку	3	0,5	1,5	8	0,5	4,0
Рівень розвитку інноваційної діяльності в галузі	8	0,3	2,4	3	0,3	0,9
Маркетингова реклама та можливості	5	0,2	1	7	0,2	1,4
Загальна оцінка критерію	x	x	4,9	x	x	6,3

шкалою на основі порівняння фактичних значень фінансових коефіцієнтів із нормальним їх рівнем для підприємства та на основі вивчення статистичної інформації щодо економічного становища галузі [4, с. 263]. Результати зваженої оцінки фінансової сили магазину «Продукти» (4,3 бали) свідчать про наявність певних проблем на підприємстві, пов'язаних із забезпеченням ефективного використання вкладеного капіталу. Середнім є й рівень конкурентоспроможності підприємства (6,8 бали).

Водночас головний конкурент магазину – гастроном «Петровський» – має дуже високу фінансову силу (9,3 бали), що підкріплена зна-

чними інвестиціями, хоча його продукція й є менш конкурентоспроможною (нижча якість). Це підприємство розташоване поряд із зупинкою громадського транспорту «Стеклозавод», а отже, продукцію купують не лише місцеві жителі, про переваги чого свідчать високі показники оцінки привабливості та стабільності галузі (7,1 та 6,3 бали відповідно).

Після отримання зважених оцінок ключових критеріїв наступним етапом SPACE-аналізу є побудова вектора рекомендованої стратегії в системі координат SPACE. Відповідно до оцінки магазину «Продукти», ці координати дорівнюють:

$$x = 4,6 - 6,8 = -1,2; y = 4,3 - 4,9 = -0,6.$$

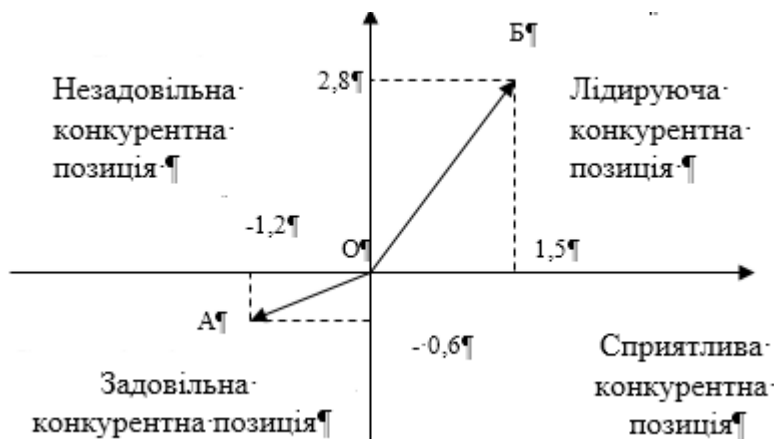


Рис. 2. Графічна модель оцінки конкурентоспроможності магазину «Продукти» та гастроному «Петровський», 2018 р.: АО – вектор конкурентної орієнтації магазину «Продукти»; БО – вектор конкурентної орієнтації гастроному «Петровський»

Оцінка найсильнішого конкурента магазину «Продукти» – гастроному «Петровський» – показує такі координати:

$$x = 7,1 - 5,6 = 1,5; y = 9,3 - 6,3 = 2,8.$$

Таким чином, вектор стратегії для магазину «Продукти» знаходиться у лівому нижньому квадранті, що відповідає оборонній стратегії відносно гастроному «Петровський» (рис. 2).

Висновки з проведеного дослідження. Проведені нами дослідження свідчать, що магазин «Продукти» займає на досліджуваному сегменті ринку задовільну конкурентну позицію, а гастроном «Петровський» – лідируючу. Для посилення позиції в конкурентній боротьбі магазин має вивчити досвід конкурентів у зменшенні собівартості реалізації продукції (але не за рахунок якості), використовувати наявні маркетингові та рекламні можливості, знаходити нових партнерів і розширювати ринки збуту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зламаниук Т.В. Методологічні засади оцінки конкуренто-спроможності підприємства. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 4(18). С. 158–162.
2. Коломицева А.О., Головань Л.О. Оцінка конкурентної динаміки в умовах впливу інновацій. *Маркетинг і менеджмент*. 2017. № 2. С. 168–174.
3. Куць Т.В. Про оцінку конкурентоспроможності продукції. *Економіка АПК*. 2014. № 2. С. 12–15.
4. Ліпич Л.Г., Ющишина Л.О. Процесно-орієнтований підхід до управління підприємством. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності* : збірник наукових праць. Маріуполь : Вега-Принт, 2009. С. 262–264.
5. Махмудов Х.З. Теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій підприємств. *Наукові праці ПДАА*, 2012. С. 181–184.
6. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 230–235.

REFERENCES:

1. Zlamaniuk T.V. (2014) Metodolohichni zasady otsinky otsinky konkurento-spromozhnosti pidpriemstva [Methodological bases of enterprise competitiveness assessment]. *Ekonomichnyi visnyk Dovbasu*, vol. 4(18), pp. 158–162.
2. Kolomytseva A.O., Holovan L.O. (2017) Otsinka konkurentnoi dynamiky v umovakh vplyvu innovatsii [Evaluation of competitive dynamics in the conditions of influence of innovations]. *Marketynh i menedzhment*, vol. 2, pp. 168–174.
3. Kuts T.V. (2014) Pro otsinku konkurentospromozhnosti produktsii [On the assessment of competitiveness of products]. *Ekonomika APK*, vol. 2, pp. 12–15.
4. Lypych L.H., Yushchysyna L.O. (2009) Protseorno-oriientovanyi pidkhid do upravlinnia pidpriemstvom [Process-oriented approach to enterprise management]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti (Ukraine, 2009)*, pp. 262–264.
5. Makhmudov Kh.Z. (2012) Teoretychni aspekty formuvannia konkurentnykh stratehii pidpriemstv [Theoretical aspects of the formation of competitive strategies of enterprises]. *Naukovi pratsi PDAA*, pp. 181–184.
6. Pererva P.H., Romanchuk T.V. (2012) Mekhanizm upravlinnia rivnem konkurentospromozhnosti produktsii pidpriemstva [Mechanism of management of the level of competitiveness of production of the enterprise]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, vol. 4, pp. 230–235.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ ДО МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ У ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГАХ

CONCEPTUAL BASES OF FORMATION OF THE COMPLEX APPROACH TO MARKETING-LOGISTICAL PROVISION OF THE ENTERPRISES IN PRODUCTION-TRADE CHAINS

У статті розглянуто основи формування комплексного підходу до маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах. Розроблено систему маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, яка враховує загальні та специфічні принципи, спрямовані на реалізацію цілей і завдань діяльності за допомогою відповідного маркетинг-логістичного інструментарію. Її реалізація базується на виборі сценаріїв управлінських рішень залежно від стану ідентифікованості процесів підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах та виконанні маркетингової і логістичної функцій підприємствами. Запропоновано тривимірну матрицю маневрування маркетингової та логістичної діяльності у сполученні зі станом ідентифікації процесів підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах, побудовано алгоритм формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

Ключові слова: маркетинг-логістичне забезпечення, підприємство, виробничо-торговельні ланцюги, процеси, комплексний підхід.

В статье рассмотрены основы формирования комплексного подхода к маркетинг-

логистическому обеспечению предприятий в производственно-торговых цепях. Разработана система маркетинг-логистического обеспечения предприятий в производственно-торговых цепях, которая учитывает общие и специфические принципы, направленные на реализацию целей и задач деятельности с помощью соответствующего маркетинг-логистического инструментария. Ее реализация базируется на выборе сценариев управленческих решений в зависимости от состояния идентифицированности процессов предприятий в производственно-торговых цепях и выполнения маркетинговой и логистической функций предприятиями. Предложена трехмерная матрица маневрирования маркетинговой и логистической деятельности в сочетании с состоянием идентификации процессов предприятия в производственно-торговых цепях, построен алгоритм формирования маркетинг-логистического обеспечения предприятий в производственно-торговых цепях.

Ключевые слова: маркетинг-логистическое обеспечение, предприятие, производственно-торговые цепи, процессы, комплексный подход.

УДК 658.71.8

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-31>

Семенов К.Л.

аспірант кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницький національний університет

Semenov Konstantyn

Khmelnytsky National University

The purpose of writing the article is to create a complex system of marketing-logistics provision of enterprises in production-trade chains, that provides the identification of the enterprise processes in production-trade chains, the implementation of marketing and logistics functions by enterprises, ensuring effective activity. The article describes the basics of forming a complex approach to marketing-logistics provision of enterprises in production-trade chains. The expediency of implementing this approach in three interrelated areas has been identified: creating and delivering value to consumers by businesses in their production-trading chains; definitions of organizational structures of enterprises providing marketing-logistics provision; identifying effective ways of marketing-logistical provision of enterprises in creating conditions for improving the efficiency of their activities. The system of marketing-logistic provision of enterprises in production-trade chains has been developed. It takes into account general and specific principles aimed at fulfilling the goals and objectives of the activity through appropriate marketing and logistics tools. Its implementation is based on the choice of scenarios of management decisions, depending on the state of the identification of processes of enterprises in production-trade chains and the performance of marketing and logistics functions by enterprises. A three-dimensional matrix of maneuvering of marketing and logistic activity in conjunction with the state of identification of enterprise processes in production-trade chains is proposed. There are options for improving the processes of enterprises in the production-trade chains from the point of view of forming marketing-logistics provision on the basis of Pull and Push-strategy. Solving situations that outline the main combinations of marketing and logistics activities of enterprises in the production-trading chains, is to develop and implement the appropriate scenarios for the formation and implementation of marketing and logistics of enterprises. The algorithm of formation of marketing-logistic provision of enterprises in production and trade chains has been composed.

Key words: marketing-logistics support, enterprise, production-trade chains, processes, integrated approach.

Постановка проблеми. Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах утілює складне поєднання маркетингу як ринково-орієнтованого та логістики як системно-орієнтованого управління. Сучасні умови господарювання підприємств потребують їх комплексної взаємодії для своєчасного виявлення недостатньо задоволених запитів споживачів, розроблення, виготовлення і просування на ринок продукції, яка задовольнить ці запити з мінімальними витратами у сфері постачання, виробництва, збуту та післяпродажного обслуговування у виробничо-торговельних ланцюгах. Саме врахування наявності та ролі останніх на підприємствах

у поєднанні з необхідністю підвищення їх дієвості є важливою вимогою до маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах і актуалізує потребу комплексного підходу до формування такого забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У роботах зарубіжних і вітчизняних учених М. Крістофера, Х. Пека, Ф. Котлера, Л. Балабанової, С. Ковальчук, Є. Крикавського, М. Окландера, І. Решетнікової, О. Тридіда, Н. Тюріної, Н. Чухрай та ін. розглядаються теоретичні та практичні засади маркетинг-логістичного управління. Аспекти маркетинг-логістичного забезпечення підприємств отримали розкриття у працях С. Ковальчук,

З. Андрушкевич, Н. Трішкіної. Водночас набувають актуальності питання посилення дієвості формування та запровадження маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на засадах комплексного підходу як чинника підвищення ефективності їхньої діяльності.

Постановка завдання. Метою даної роботи є формування комплексної системи маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах для забезпечення ефективної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування комплексного підходу до маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах базується на усвідомленні сутності та призначенні такого забезпечення.

Чіткі визначення введеного в науковий обіг терміна «маркетинг-логістичне забезпечення діяльності підприємства» мають місце за авторським підходом С. Ковальчук [1] та З. Андрушкевич [2]. Разом із тим обидві дефініції маркетинг-логістичного забезпечення:

- трактуються вказаними авторами в основному змісті як створення і здійснення умов, що гарантують ефективну взаємодію комплексів маркетингу та логістики для забезпечення ефективної роботи підприємства, вирізняючись у першому формулюванні вказівкою способу досягнення, а саме «за допомогою певних організаційних структур» [1], у другому – додатковим спрямуванням, як-то «задля створення та надання цінності для споживачів» [2];

- передбачають здійснення маркетинг-логістичного забезпечення діяльності підприємства у цілому.

Стосовно ж поставленого завдання – формування комплексного підходу до маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах – вихідним моментом є переконання сприймати таке забезпечення як створення та здійснення умов, які гарантують ефективну взаємодію комплексів маркетингу та логістики задля створення та надання цінності для споживачів у виробничо-торговельних ланцюгах за допомогою організаційних структур, що виконують маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у таких ланцюгах для забезпечення ефективної роботи.

Відповідно до розуміння змісту маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, комплексний підхід до його формування за своєю сутністю має втілюватися щонайменше у трьох взаємопов'язаних напрямках:

- створення та надання цінності для споживачів підприємствами у їхніх виробничо-торговельних ланцюгах;

- дефініції організаційних структур підприємств, що провадять маркетинг-логістичне забезпечення останніх;

- виявлення дійових способів маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у створенні умов підвищення ефективності їхньої діяльності.

При цьому цілі системи маркетинг-логістичного забезпечення підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах не є унікальними, вони кореспондуються із загальними цілями підприємства, проте в процесі вирішення поставлених завдань за рахунок спеціального інструментарію призводять до отримання нової якості прийнятих управлінських рішень.

Серед цілей системи маркетинг-логістичного забезпечення підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах виділяємо:

- підвищення ефективності діяльності підприємства, зокрема за рахунок упровадження нових методів управління та організації;

- формування конкурентних переваг, що базуються на інноваційних методах та моделях;

- задоволення потреб і запитів споживачів та ринку, що сприяє забезпеченню високого рівня результативності діяльності;

- забезпечення подальшого розвитку підприємства.

До головних принципів системи маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, які справджують функціонування системи й виконання нею свого призначення, відносимо:

- принцип науковості, який передбачає, що маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах базується на дослідженнях та аналізі особливостей виробничо-торговельних ланцюгів підприємств, маркетингового та логістичного середовища, урахуванні можливостей та загроз, сильних та слабких сторін, відповідності запропонованих рішень вимогам науки, техніки та ринку;

- принцип обґрунтованості, що базується на реальних даних та показниках мікро- і макросередовища, виробничо-господарської діяльності, що розраховуються відповідно до визначених правил та методик;

- принцип системності передбачає, що маркетинг-логістичне забезпечення підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах являє собою цілісну систему, яка складається з елементів, як маркетингова та логістична діяльність, що за процесами підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах наповнені змістом і можуть функціонувати поза системою, але мають певні зв'язки та взаємозалежності, що створює передумови для створення системи;

- принцип безперервності передбачає, що маркетинг-логістичне забезпечення підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах здійснюється на постійній основі незалежно від зовнішніх та внутрішніх чинників впливу;

– принцип гнучкості – це можливість швидко пристосовуватися та реагувати на нові потреби і вимоги ринку, що сприяє зменшенню витрат та часу на процес переналадження системи;

– принцип динамічності передбачає, що складники системи не є сталими, вони постійно змінюються в процесі розвитку як самої системи, так й її зовнішнього середовища за досягнення високого рівня гнучкості взаємозв'язків;

– принцип адаптивності полягає у пристосуванні системи до постійного чи досить часто повторюваного чинника впливу;

– принцип проактивності передбачає ініціативність, високий рівень активності та відповідальності, коли можливості зовнішнього середовища є наслідком та результатом діяльності самого підприємства;

– принцип синергізму – ефект підвищення результативності від маркетингової та логістичної діяльності підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах на основі взаємозалежностей за рахунок використання взаємозв'язків та взаємовпливу, що формує нову якість системи.

Розроблення системи маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, яка враховує сутність указанного забезпечення, загальні та специфічні принципи, спрямовані на реалізацію цілей і завдань діяльності, має відбуватися:

– упорядкуванням процесів у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств у створенні та наданні цінності для споживачів;

– уточненням стратегій організаційних структур, які справджують маркетинг-логістичне забезпечення підприємств;

– удосконаленням маркетинг-логістичного забезпечення підприємств для забезпечення їхньої ефективної діяльності.

Виконання зазначених дій потребує базування системи комплексного підходу до маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на трьох основних елементах, якими є:

– стан процесів у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств;

– обставини маркетингової діяльності;

– атмосфера логістичної діяльності.

Щодо маркетингової та логістичної діяльності підприємств, то кожна з них (незалежно від іншої) може здійснюватися або не виконуватися, що формує відповідні варіативні ситуації на кожному з підприємств на момент їх дослідження. Такі обставини накладаються на стан процесів у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств: останні, звісно, мають місце (інакше не провадилася б господарська діяльність підприємства), проте процеси підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах можуть бути ідентифікованими (розпізнаними за відповідними критеріями) або ні.

Таким чином, рівень розвитку вказаних компонентів, а саме варіантів стану ідентифікації процесів підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах та ситуацій маркетинг-логістичної діяльності, зумовлює вибір та обґрунтування управлінських рішень щодо впорядкування процесів у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств під час створення та надання цінності для споживачів та щодо уточнення стратегій організаційних структур, які здійснюють маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах (рис. 1).

У процесі створення ефективної системи маркетинг-логістичного забезпечення підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах необхідно вирішити такі завдання:

– визначити порядок ідентифікації та варіанти поліпшення процесів підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах із позицій формування маркетинг-логістичного забезпечення;

– сформувати систему дій організаційних структур, що здійснюють маркетинг-логістичне забезпечення підприємств, уточнити їхні стратегії;

– розробити методологічний інструментарій удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

Вирішення поставлених завдань можливе за використання інструментів маркетингу та логістики, таких як: маркетингові дослідження; логістичні дослідження, комплекс маркетингу; комплекс логістики; Pull- і Push-стратегії; SWOT-матриця та ін.

Основою вирішення поставлених завдань у формуванні комплексного підходу до маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах слугує поєднання характеристик:

– процесів у виробничо-торговельних ланцюгах підприємств (процеси підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах можуть бути ідентифікованими або ж не ідентифікованими);

– маркетингової діяльності підприємства (діяльність може проводитися або не проводитися);

– логістичної діяльності підприємства (діяльність може мати місце чи не проводитися).

Розгляд та поєднання наведених трьох характеристик, що визначають вихідні елементи формування системи маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, дає змогу запропонувати як основу розроблення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах побудовану нами тривимірну матрицю (вигляді координат X, Y, та Z) основних комбінацій взаємодії маркетингової (вісь X) та логістичної (вісь Y) діяльності підприємств (наявність відповідної діяльності – «так», відсутність – «ні») за станом виробничо-торговельних ланцюгів підприємств (вісь Z),



Умовні позначення: С – ситуація; МД – маркетингова діяльність; ЛД – логістична діяльність; +/- – відповідно наявність чи відсутність діяльності

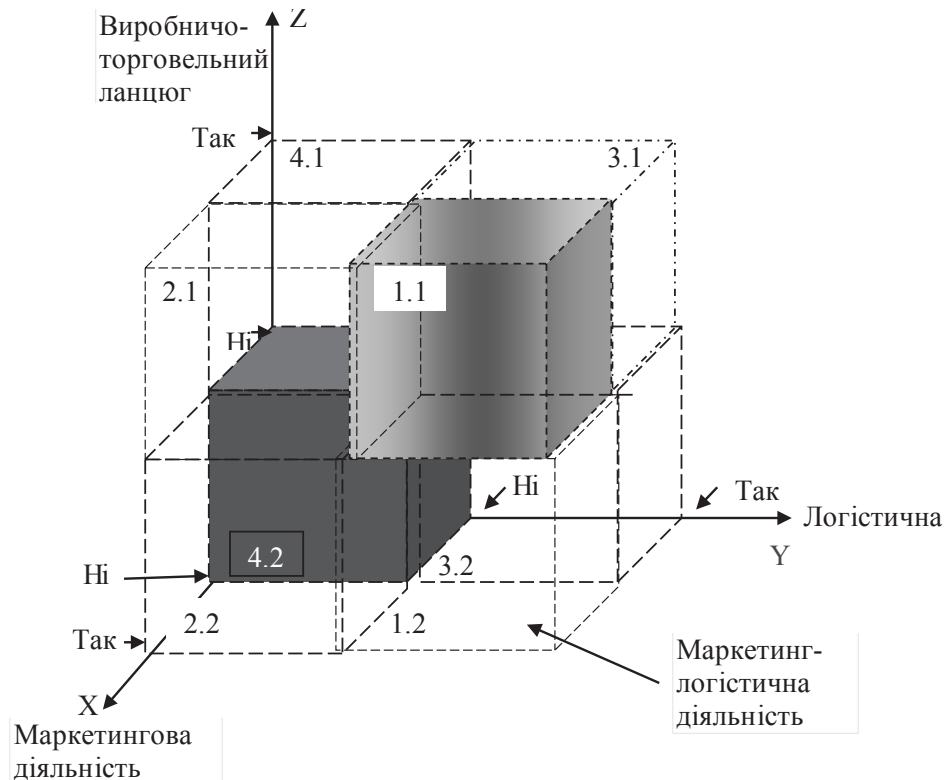
Рис. 1. Спрощена структурована система маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах

Джерело: розроблено автором

процеси яких ідентифіковані («так») або їх ідентифікацію підприємством не здійснено («ні») (рис. 2).

На рис. 2 для наочної ілюстрації техніки фокусування підприємств відповідно до стану маркетингової та логістичної діяльності підприємств та рівня ідентифікації процесів у їхніх виробничо-торговельних ланцюгах представлено можливі модифікації стану маркетинг-логістичної діяльності

у виробничо-торговельних ланцюгах, де верхній рівень матриці (зони 1.1, 2.1, 3.1 та 4.1), позначення яких символізує принагідне сполучення наявності/відсутності (так/ні) відповідно маркетингової й логістичної діяльності підприємств (показано цифрами 1, 2, 3, 4) у виробничо-торговельних ланцюгах, процеси підприємства в яких ідентифікуються (так) (позначено цифрою 1).



Умовні позначення:

- 1.1** – здійснюється маркетингова (так) та логістична (так) діяльність підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах з ідентифікованими (так) процесами
- 4.2** – не здійснюється маркетингова (ні) та логістична (ні) діяльність підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, процеси в яких не ідентифіковано (ні)

Рис. 2. Матриця основних комбінацій маркетинг-логістичної діяльності підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах

Джерело: розроблено автором

Своєю чергою, нижній рівень матриці, наведеної на рис. 2, а саме зони 1.2, 2.2, 3.2 та 4.2, розкриває можливі варіанти єднання маркетингової діяльності (так/ні) з логістичною діяльністю (так/ні) підприємств (позначено як 1, 2, 3, 4) у виробничо-торговельних ланцюгах, де процеси підприємства не ідентифіковано (ні) (позначено цифрою 2).

Для більшої ілюстрації на рис. 2, наприклад, відповідними кольорами виділено дві зони, які символізують максимально протилежні стани маркетинг-логістичної діяльності підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, коли відповідно здійснюється маркетингова (так) та логістична (так) діяльність підприємств за ідентифікованими (так) процесами у виробничо-торговельних ланцюгах (зона 1.1), та, навпаки, за варіантом, коли не здійснюється ні маркетингова (ні), ні логістична (ні) діяльність підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, щодо яких процеси не ідентифіковано (ні) (зона 4.2).

Важливим висновком є те, що за побудованою тривимірною матрицею основних ситуацій маркетинг-логістичної діяльності підприємств

у виробничо-торговельних ланцюгах (рис. 2) відслідковується повтор комбінацій маркетингової та логістичної діяльності щодо верхнього та нижнього рівнів запропонованої матриці. Тобто стосовно маневрування маркетингової та логістичної діяльності у сполученні зі станом ідентифікації процесів підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах ситуації щодо маркетингової та логістичної діяльності підприємств на обох рівнях повторюються (пронумеровано першими цифрами 1, 2, 3, 4), змінюються лише обставини, за яких відбувається така діяльність, а саме рівень ідентифікації процесів у згаданих ланцюгах, коли ці процеси розпізнано (позначено другою цифрою 1) чи не розпізнано (друга цифра 2).

Такий висновок підтверджується описом ситуацій, які спричиняють видозміни маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах за результатами взаємодії варіантів маркетингової та логістичної діяльності відповідно до стану ідентифікації процесів підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах, які зведено в табл. 1 на основі матриці, наведеної на рис. 2.

Логічним є припущення, що повноцінне функціонування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах має опиратися на обидва види діяльності, що можуть виконуватися як окремі види діяльності (маркетингова, логістична) або як маркетинг-логістична діяльність, але процеси підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах обов'язково мають бути розпізнаними.

Щодо ідентифікації процесів підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах, то доречно вдатися до таких, що охоплюють усі основні процеси у виробничо-торговельних ланцюгах (постачання, виробництва та збуту), а саме до тягнучої (Pull-system) і штовхаючої (Push-system) систем, які вирізняються вказаними властивостями.

Стосовно формування системи дій організаційних структур, що здійснюють маркетинг-логістичне забезпечення підприємств шляхом уточнення їхніх стратегій, основою є таке. За обставин, що процеси підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах ідентифіковано, розроблення і прийняття управлінських рішень у ході запровадження системи маркетинг-логістичного забезпечення підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах залежать від двох умов, які можуть виконуватися або не виконуватися, а саме наявності (чи відсутності) відповідно маркетингової та логістичної діяльності на підприємстві. Тобто вирішення ситуацій 1.1, 2.1; 3.1; 4.1, та, відповідно, 1.2, 2.2, 3.2 і 4.2 (рис. 1), що окреслюють основні комбінації маркетинг-логістичної діяльності підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, зводиться до розроблення та

втілення на підприємствах відповідних сценаріїв 1, 2, 3 та 4 (рис. 1) формування та запровадження маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

Удосконалення маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах пропонується здійснювати на основі концепції ядра бізнесу, ідеї якої характеризуються певним теоретичним обґрунтуванням та практичним застосуванням [3-5]. Вибір концепції ядра бізнесу як основи вдосконалення маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у формуванні комплексного підходу до останнього поряд із загальною мотивацією сприяння сталому розвитку підприємств диктується можливостями забезпечення їхньої ефективної діяльності саме у виробничо-торговельних ланцюгах, де відбувається створення та надання споживчої цінності продукції. Доцільним є фокусування підприємств на складових елементах бізнесу у вигляді його ядра, а отже, створення на цій основі маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах.

Базою, відповідно, слугуватиме розроблення концептуальної моделі та інструментарію формування ядра бізнесу. Фундаментом їх розроблення є застосування як методологічного підґрунтя наукових положень управлінських концепцій ядра бізнесу, багаторівневої концепції продукту на основі його ядра, ядер каналу розподілу, споживачів, кадрового потенціалу (кадрового ядра) та ядра виробничо-торговельного ланцюга, концепцій ядер маркетингу та логістики, що дає змогу

Таблиця 1

Варіанти маркетинг-логістичного забезпечення підприємств за взаємодією маркетингової та логістичної діяльності у виробничо-торговельних ланцюгах

Ситуація	Ідентифікація процесів у виробничо-торговельних ланцюгах	Наявність маркетингової та логістичної діяльності провадиться		Варіанти стану маркетинг-логістичного забезпечення підприємств стосовно взаємодії маркетингової та логістичної діяльності та ідентифікації процесів у виробничо-торговельних ланцюгах
		Маркетингова діяльність	Логістична діяльність	
1.1	Так	Так	Так	Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств з ідентифікованими процесами у виробничо-торговельних ланцюгах
2.1		Так	Ні	Маркетингове забезпечення підприємств з ідентифікованими процесами у виробничо-торговельних ланцюгах
3.1		Ні	Так	Логістичне забезпечення підприємств з ідентифікованими процесами у виробничо-торговельних ланцюгах
4.1		Ні	Ні	Відсутність маркетинг-логістичного забезпечення підприємств з ідентифікованими процесами у виробничо-торговельних ланцюгах
1.2	Ні	Так	Так	Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств з неідентифікованими процесами у виробничо-торговельних ланцюгах
2.2		Так	Ні	Маркетингове забезпечення підприємств з неідентифікованими процесами у виробничо-торговельних ланцюгах
3.2		Ні	Так	Логістичне забезпечення підприємств з ідентифікованими процесами у виробничо-торговельних ланцюгах
4.2		Ні	Ні	Відсутність маркетинг-логістичного забезпечення підприємств з ідентифікованими процесами у виробничо-торговельних ланцюгах

Джерело: розроблено автором

обґрунтувати логіку поетапної розбудови та напрямів розвитку маркетинг-логістичного забезпечення підприємства у виробничо-торговельних ланцюгах на системних засадах, відповідно до загальної, маркетингової та логістичної стратегій з урахуванням змін зовнішнього середовища, галузевих особливостей, властивостей виробничо-торговельних ланцюгів підприємств.

Наведені твердження дали змогу створити загальний алгоритм формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, наведений на рис. 3, кінцевою метою якого є запровадження та розвиток маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу.

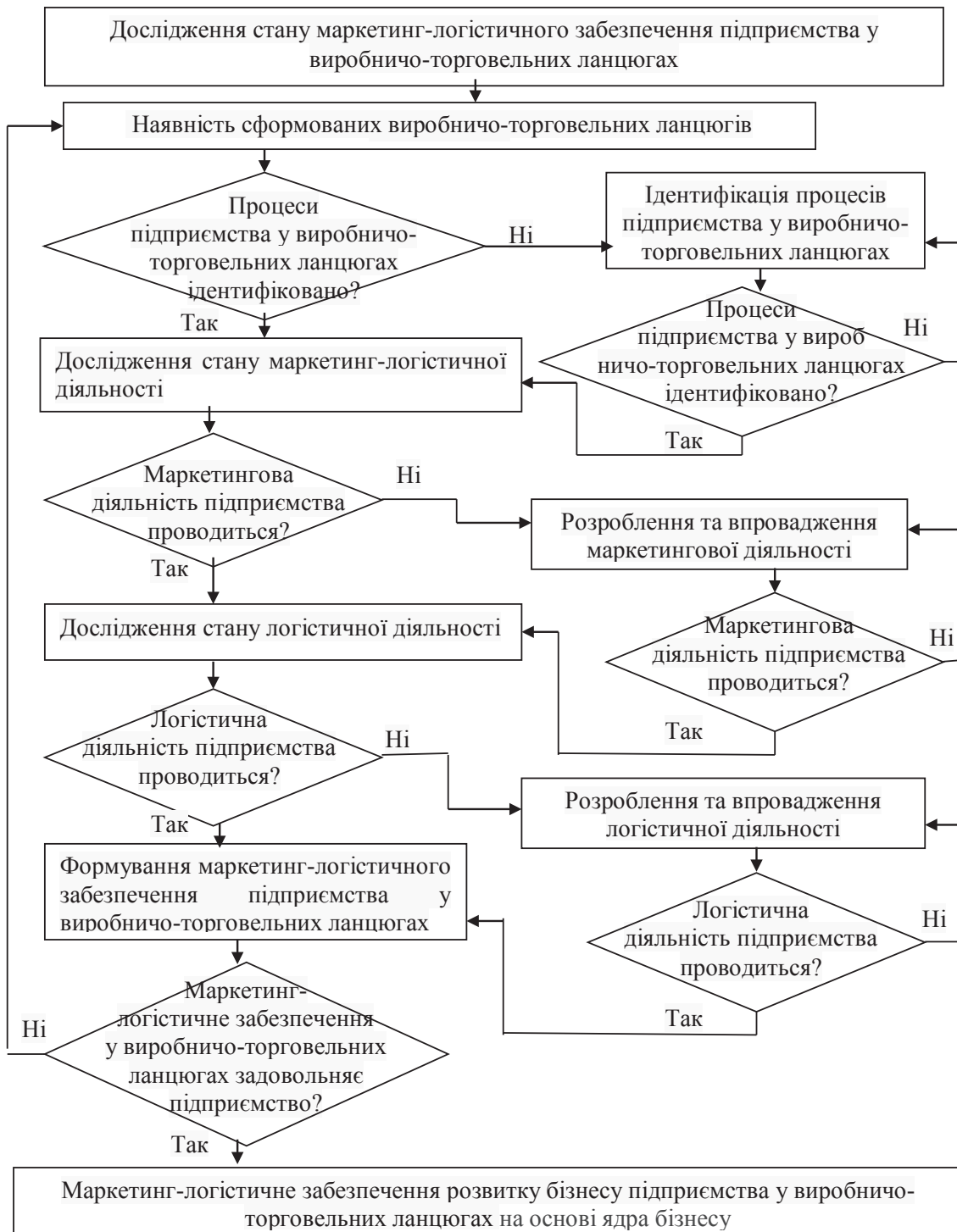


Рис. 3. Загальний алгоритм формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах

Джерело: розроблено автором

Розроблений алгоритм включає розглянути особливості формування комплексного підходу до маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах (рис. 3), як:

1) ідентифікацію процесів підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, як відправний елемент формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах;

2) поетапне розпізнавання, розроблення та впровадження (за відсутності на підприємстві) відповідних видів діяльності (маркетингової, логістичної) шляхом імплементації відповідних функцій тому чи іншому відділу;

3) передбачення формування та вдосконалення маркетинг-логістичного забезпечення розвитку бізнесу підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах на основі ядра бізнесу.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, розроблено систему маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах, яка враховує загальні та специфічні принципи, спрямовані на реалізацію цілей і завдань діяльності за допомогою відповідного маркетинг-логістичного інструментарію; її реалізація базується на матриці вибору сценаріїв управлінських рішень, котра містить сценарні підходи залежно від стану ідентифікованості/неідентифікованості процесів підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах та виконання/невиконання маркетингової і логістичної функцій підприємствами. У зв'язку із цим перспективою подальших досліджень маркетинг-логістичного забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах є розроблення підходів та способів ідентифікації процесів підприємств у таких ланцюгах, сценаріїв управлінських рішень у варіантах єднання маркетингової та логістичної діяльності підприємств, активізації вказаного забезпечення на основі концепції ядра бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ковальчук С.В. Исследование состояния маркетинг-логистического обеспечения деятель-

ности машиностроительных предприятий. *Сборник научных статей преподавателей и аспирантов с иностранным участием*. Саратов : Наука, 2012. С. 52–56.

2. Андрушкевич З.М. Маркетинг-логістичне забезпечення діяльності машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... к.е.н. Хмельницький, 2011. 20 с.

3. Зук К. Стратегии роста компании в эпоху нестабильности. Москва : Вильямс, 2007. 192 с.

4. Шталь Т.В. Ядро бізнесу як основа маркетингової стратегії підприємства ресторанного господарства *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2010. № 5(2). С. 164–176.

5. Иванова А.С. Управление технологическим развитием предприятия на основе концепции ядра бизнеса. *Экономический анализ: теория и практика*. 2014. № 6. С. 45–52.

REFERENCES:

1. Koval'chuk S.V. (2012) Issledovanie sostoyaniya marketing-logisticheskogo obespecheniya deyatel'nosti mashinostroitel'nykh predpriyatiy [Study of the state of marketing and logistics support for the activities of engineering enterprises]. *Sbornik nauchnykh statey prepodavateley i aspirantov s inostrannym uchastiem*. Saratov : ITs «Nauka», pp. 52–56.

2. Andrushkevych Z.M. (2011) Marketingh-lyoghistychnе zabezpechennja dijajlnosti mashynobudivnykh pidpryemstv [Marketing-logistical support of the activity of machine-building enterprises]: avtoref. dys / Khmeljncjkyj.

3. Zuk K., Allen D. (2007) Strategii rosta kompanii v epokhu nestabil'nosti [Company growth strategies in an era of instability] M.: OOO «I.D. Vil'yams». (in Russian)

4. Shtalj T.V. (2010) Jadro biznesu jak osnova marketinghovoji strateghiji pidpryemstva restorannogho ghospodarstva [The core of the business as the basis of the marketing strategy of the restaurant business] *Naukovyj visnyk Poltavskjogho universytetu ekonomiky i torghivli. Serija : Ekonomichni nauky*. no. 5(2), pp. 164–176.

5. Ivanova A. S. (2014) Upravlenie tekhnologicheskim razvitiem predpriyatiya na osnove kontseptsii yadra biznesa [Management of technological development of an enterprise based on the concept of a business core]. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika. Nauchno-prakticheskij i analiticheskij zhurnal*. M. OOO «Izdatel'skiy dom Finansy i kredit». no. 6, pp. 45–52.

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

THE RATIONALE FOR THE IMPLEMENTATION OF INVESTMENT PROJECTS IN THE FACE OF UNCERTAINTY

УДК 330.322.2:005.53:330.131.7

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-32>

Семенова Т.В.

к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва
Національна металургійна академія України

Беженова О.А.

студентка
Національна металургійна академія України

Semenova Tetyana

National Metallurgical Academy of Ukraine

Bezhenova Olena

National Metallurgical Academy of Ukraine

Статтю присвячено актуальним питанням обґрунтування методичних підходів до визначення оцінки доцільності впровадження інвестиційних проєктів в умовах невизначеності та ризику. Наведено та охарактеризовано основні методичні підходи до визначення пріоритетності впровадження інвестиційних проєктів на основі проведення оцінки їх економічної ефективності та рівня ризику. Описано переваги та недоліки кожного з них. Обґрунтовано доцільність використання статичних та динамічних методів у сучасних умовах. Для врахування всіх імовірних варіантів реалізації проєкту запропоновано та обґрунтовано використання інтегрального показника оцінки ефективності інвестування, який розраховується на підставі нормованих значень чистої приведеної вартості, дисконтованого терміну окупності інвестицій, внутрішньої норми дохідності проєкту та індексу прибутковості інвестицій. На заключному етапі рекомендовано проведення аналізу чутливості проєкту.

Ключові слова: інвестиції, чиста приведена вартість, дисконтований термін окупності інвестицій, внутрішня норма дохідності проєкту, індекс прибутковості інвестицій, інтегральний показник оцінки ефективності інвестування.

Стаття посвящена актуальним вопросам обоснования методических подходов к опре-

делению оценки целесообразности внедрения инвестиционных проектов в условиях неопределенности и риска. Приведены и охарактеризованы основные методические подходы к определению приоритетности внедрения инвестиционных проектов на основе проведения оценки их экономической эффективности и степени риска. Описаны преимущества и недостатки каждого из них. Обоснована целесообразность использования статических и динамических методов в современных условиях. Для учета всех возможных вариантов реализации проекта предложено и обосновано использование интегрального показателя оценки эффективности инвестирования, который рассчитывается на основе нормативных значений чистой приведенной стоимости, дисконтированного срока окупаемости инвестиций, внутренней нормы доходности проекта и индекса доходности инвестиций. На заключительном этапе рекомендовано проведение анализа чувствительности проекта.

Ключевые слова: инвестиции, чистая приведенная стоимость, дисконтированный срок окупаемости инвестиций, внутренняя норма доходности проекта, индекс прибыльности инвестиций, интегральный показатель оценки эффективности инвестирования.

The article is devoted to topical issues of substantiating methodological approaches to determining the appropriateness of implementing investment projects in conditions of uncertainty and risk. The main methodological approaches to determining the priority of the implementation of investment projects were given and characterized. The methods were structured on the basis of criteria for assessing their economic efficiency and degree of risk. The advantages and disadvantages of each of them are highlighted and described. The feasibility of using static and dynamic methods was justified in modern conditions of development of Ukrainian enterprises. Quantitative indicators, such as standard deviation and coefficient of variation, are recommended when determining the level of risk. The use of quantitative indicators will allow to avoid subjective assessments, as well as to compare specific projects and the impact of risks on them. The use of an integral indicator of assessing investment performance has been proposed and justified. The indicator takes into account all possible options for project implementation in the face of uncertainty and risk. The integral indicator is proposed to be calculated on the basis of standard values of net present value, discounted payback period of investments, internal rate of return of a project and index of return on investments. All selected performance indicators are reduced to the same dimension and units of measurement before calculating the integral indicator of assessing investment performance. Formulas for bringing investment performance indicators into a comparable form have been proposed for direct and inverse indicators. Weight is assigned to each indicator using the expert judgment method. An analysis of the sensitivity of the investment project is recommended at the final stage. The influence of the dynamics of factors on project performance indicators is studied in the analysis of sensitivity. The advantages of using the proposed methodology for assessing the feasibility of implementing investment projects in the face of uncertainty were considered.

Key words: investments, net present value, discounted payback period of investments, internal rate of return of a project, index of profitability of investments, integral indicator of an estimation of investment efficiency.

Постановка проблеми. Необхідними умовами існування, розвитку та підвищення конкурентоспроможності українських підприємств є постійне вдосконалення продукції, виробничих процесів та впровадження прогресивних технологій. Ефективне функціонування підприємства значною мірою залежить від пошуку реальних джерел інвестиційних ресурсів та надійних методів визначення економічної ефективності (доцільності) інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми визначення доцільності впровадження інвестиційних проєктів в умовах невизначеності висвітлено в працях багатьох вітчизняних та зару-

біжних учених, зокрема таких, як: В.І. Бачинський, Дж. Бейлі, Т.Г. Бень, І.О. Бланк, В.В. Бочаров, Л. Гітман, В.В. Качалін, А.П. Дук, В.М. Гриньова, В.В. Ковальов, Я.Д. Крупка, Т.В. Майорова, Є.В. Мних, В.О. Озеран, А.А. Пересада, В.С. Рудницький, В.П. Савчук, Я.В. Соколов, В.В. Сопко, В.Г. Федоренко, М.Г. Чумаченко, У.Ф. Шарп, В.Г. Швець та ін.

Більшість з існуючих методів оцінки ефективності інвестицій розроблено на основі економічних умов стабільної економіки і не пристосовано до українських підприємств. Також у багатьох наукових працях недостатньо обґрунтовано, які методи доцільно використовувати підприємствам

та в яких випадках. Окрім того, більшість методів не враховує галузеві особливості діяльності підприємств, можливі ризики, невизначеність зовнішнього середовища тощо.

Постановка завдання. Метою дослідження є критичний аналіз існуючих методів оцінки ефективності (доцільності) інвестицій та складання пропозицій щодо їх удосконалення для підвищення реалістичності оцінки доцільності впровадження інвестиційних проєктів у сучасних умовах невизначеності та ризику.

Викладення основного матеріалу дослідження. Останнім часом спостерігається зростання кількості провальних інвестиційних проєктів. Основна причина полягає у тому, що більшість авторів проєктів у бажанні, аби саме їхній проєкт упровадили, надто оптимістично оцінюють шанси на успіх, часто занижуючи суму інвестицій, завищуючи кінцеві результати та ігноруючи всі можливі ризики. Також ефективність інвестиційних проєктів зазвичай оцінюють за закордонними методиками, які не підходять українським підприємствам і мають низку недоліків.

Сучасна система оцінки доцільності впровадження інвестицій включає у себе дві групи методів аналізу ефективності інвестицій:

1. Статичні методи, які не враховують тривалість реалізації інвестиційного проєкту та нерівнозначність грошових потоків у різні інтервали часу. Статичні методи передбачають розрахунки таких показників, як термін окупності інвестицій, коефіцієнт економічної ефективності капітальних витрат та коефіцієнт порівняльної ефективності.

2. Динамічні методи, які засновані на концепції дисконтування грошей у часі та враховують усю тривалість життя проєкту. Динамічні методи передбачають розрахунки таких показників, як чиста сучасна вартість, дисконтований термін окупності інвестицій, індекс прибутковості інвестицій та внутрішня норма прибутковості проєкту.

Застосування динамічних методів оцінки ефективності інвестицій передбачає використання двох методів: традиційного та власного капіталу. На практиці підприємство використовує різні джерела фінансування, вартість яких визначається за допомогою середньозваженої вартості капіталу.

У традиційній схемі не враховуються процентні платежі та основна частина боргу, тому що у складі інвестицій присутня певна частина запозичених коштів, а до ставки дисконту WACC, за якою здійснюється дисконтування грошових потоків, входить і вартість боргу. Віднімання процентних платежів і основної частини боргу з прогнозного грошового потоку означало б подвійне їх урахування [1].

Відмінності між застосуванням двох методів зображено в табл. 1. В обох методах як стартову позицію розрахунку грошового потоку приймається прибуток до амортизації, відсотків та податку на прибуток.

Використання динамічних показників дає змогу визначити ефективність інвестицій, проте слід враховувати, що вони є вартісними і розраховуються на основі прогнозних даних (обсяг виробництва та реалізації продукції, рівень цін на сировину та матеріали, попит на продукцію, діяльність конкурентів, зміни в оподаткуванні тощо), тобто залежать від ринкової кон'юнктури та багатьох інших чинників. Прогнозувати ці чинники достатньо складно, а в сучасних умовах невизначеності та нестабільності практично неможливо. У такому разі отримані результати та висновки можуть виявитися помилковими і недостовірними, а використання відомих методів оцінки ефективності інвестицій без урахування додаткових чинників викликає сумнів.

Наведені методи є ефективними в умовах стабільності закордонних країн, вони можуть бути використані для оцінки доцільності впровадження інвестиційних проєктів. Але необхідно зазначити, що існуючі статичні та динамічні методи оцінюють інвестиційний проєкт лише з кількісного боку, а вибір методу повинен залежати від мети та завдань аналізу, наявної інформації, рівня невизначеності, ризику та багатьох інших чинників. Також слід враховувати переваги та недоліки кожної групи методів.

Основними недоліками динамічних методів оцінки ефективності (доцільності) інвестицій, які можуть стати причиною недоотримання доходів та прибутку, оскільки не враховуються існуючими методиками, є:

Таблиця 1

Відмінності схем для визначення чистих грошових потоків

Традиційна схема	Схема власного капіталу
1. Як ставка дисконту під час розрахунку NPV використовується середня зважена вартість капіталу (WACC).	1. Як ставка дисконту під час розрахунку NPV використовується вартість власного капіталу. Як розрахунковий обсяг інвестицій приймаються тільки ті, що фінансуються за рахунок власних джерел.
2. Під час прийняття рішення щодо проєкту на основі IRR-методу розрахункове значення внутрішньої норми прибутковості порівнюється з WACC.	2. Під час прийняття рішення щодо проєкту на основі IRR-методу розрахункове значення внутрішньої норми прибутковості порівнюється з вартістю власного капіталу.
3. Під час прогнозування грошових потоків не враховуються процентні платежі і погашення основної частини кредитної інвестиції.	3. Під час прогнозування грошових потоків ураховуються процентні платежі і погашення основної частини кредитної інвестиції.

– використання амортизаційних відрахувань, які зумовлені впровадженням інвестиційного проєкту. Правомірність застосування амортизації під час розрахунків чистих грошових потоків та визначення доцільності інвестицій викликає сумніви у багатьох науковців. Вони вважають, що амортизація є результатом споживання основних засобів як одного з об'єктів інвестицій та характеризує розмір повернення інвестицій у процесі кругообігу основних засобів і нагромадження коштів для їх простого відтворення. Саме тому амортизація не може слугувати оцінкою доцільності інвестицій, її використання під час розрахунків чистих грошових потоків призводить до штучного підвищення ефективності інвестиційних проєктів порівняно до їх дійсної ефективності [2];

– помилки у процесі визначення тривалості реалізації проєкту, оскільки відсутні науково обґрунтовані рекомендації щодо конкретизації та практичного застосування в різних умовах упровадження інвестицій, що зумовлює суб'єктивізм у визначенні тривалості дії проєкту, тобто визначення його ефективним чи неефективним;

– неврахування темпів інфляції під час оцінки вартості грошей у часі, оскільки ставка дисконту зазвичай розраховується методом середньозваженої вартості (WACC) або за депозитною (кредитною) ставкою комерційних банків. Для визначення оцінки ефективності проєкту з урахуванням інфляції необхідно скоригувати грошові потоки на середньорічний індекс інфляції, потім ще на ставку дисконту або враховувати індекс інфляції під час розрахунку ставки дисконту. Ставка дисконту, яка враховує індекс інфляції, визначається за формулою:

$$r_i = (1 + r) \times (1 + i) - 1, \quad (1)$$

де r_i – ставка дисконту з урахуванням інфляції;

r – ставка дисконту без урахування інфляції;

i – середньорічний індекс інфляції [3];

– під час визначення податкового навантаження проєкту не виконуються розрахунки податку на майно, не враховується податок на додану вартість, що приймається до заліку; також має місце подвійне обкладання ПДВ вартості основного устаткування під час визначення розміру інвестицій;

– неврахування тривалості будівництва об'єкта, освоєння проєктної потужності або досягнення проєктної потужності, якщо таке передбачено проєктом. Також важливо прогнозувати, з якого часу проєкт почне приносити дохід та прибуток;

– труднощі у прогнозуванні грошових надходжень за весь термін реалізації проєкту, оскільки неможливо передбачити такі зовнішні чинники, як ринкова кон'юнктура, конкуренція, попит та ціни на продукцію, ціни на сировину та енергоносії, рівень середньої заробітної плати, ставки дисконтування, демографічні чинники, розмір податків та мита, норми амортизації тощо. Також на суму витрат і надходжень можуть впливати внутрішні чинники;

– графік залучення джерел фінансування не завжди відповідає графіку інвестиційних потреб, це може привести до виникнення дефіциту або надлишку фінансування, тобто фінансова діяльність підприємства за проєктом виявиться неефективною;

– під час визначення чистих грошових потоків не враховуються адміністративні та маркетингові витрати (підготовка та навчання персоналу, організація збутової мережі, реклама тощо) [4].

Найбільш вагомими причинами з перелічених вище є відсутність науково обґрунтованих рекомендацій щодо визначення тривалості дії інвестиційного проєкту та визначення амортизації як частини грошового потоку. Відсутність методів щодо визначення терміну дії проєкту викликає суб'єктивний підхід до оцінки ефективності інвестицій, оскільки точно прогнозувати тривалість реалізації проєкту неможливо. Так, показник чистої сучасної вартості, який був розрахований за три роки, може вказувати на неефективність, а за чотири роки – на ефективність. Чиста сучасна вартість у практичному відношенні не є достатньо надійним показником, тому що важко врахувати всі зміни витрат і надходжень за весь термін дії проєкту, а також практично неможливо передбачити всі зміни. Отже, можна зробити висновок, що показники доцільності інвестицій не повинні бути прив'язані до потреби визначити тривалість реалізації проєктів і необхідності виконувати розрахунки за всі роки цього терміну.

Т.Г. Бень у своїй науковій праці наводить інший, більш коректний математичний розрахунок. Економічна доцільність інвестицій визначається за допомогою показника дисконтованого терміну окупності, який розраховується шляхом дисконтування річних значень чистого прибутку за стільки років, щоб їх сума досягла або перевищила приведені інвестиції. Інвестиції з нарощенням і дисконтовані інвестиції, а також дисконтований чистий прибуток приводяться до року, що передує року введення об'єкта в експлуатацію. Щорічний прибуток дисконтується за стільки років, щоб його сума досягла (або перевищила) суму нарощених і дисконтованих інвестицій [5].

Існування проєкту у зовнішньому середовищі зумовлює необхідність урахування можливості його зміни і впливу цієї зміни на ефективність реалізації інвестиційного проєкту. Однією з основних проблем, яку доводиться враховувати під час інвестиційного проєктування, є те, що поставлена мета проєкту може бути досягнута частково або не досягнута взагалі. Це зумовлено тим, що впровадження навіть найдосконалішого проєкту відноситься до ситуації, коли існує декілька можливих результатів тих чи інших подій, тобто вона завжди неоднозначна внаслідок невизначеності впливу випадкових чинників.

Невизначеність виникає тоді, коли немає достатніх даних для визначення вірогідності настання ризикової ситуації і ступеня її дії на показники ефективності проєкту.

Використання різних методів оцінки ефективності інвестицій іноді призводить до протилежних результатів. Інвестиційний проєкт, який є прийнятним за одним критерієм, може бути неефективним за іншим критерієм, тому для отримання обґрунтованої й достовірної оцінки доцільності впровадження інвестиційного проєкту доцільно застосувати сукупність методів, заснованих на різних показниках, а саме інтегральний показник оцінки ефективності інвестування.

Інтегральний показник оцінки ефективності інвестування ґрунтується на розрахунку окремих показників оцінки економічної ефективності інвестування підприємства і на вагомості даних показників у загальній сукупності, яка визначається експертною групою. Для проведення інтегральної оцінки відбирається низка показників, які свідчать про доцільність упровадження інвестиційного проєкту. Такими показниками можуть бути класичні показники ефективності інвестицій, такі як чиста сучасна вартість, дисконтований термін окупності інвестицій, внутрішня норма дохідності проєкту, індекс прибутковості інвестицій, та будь-які інші, які можуть характеризувати ефективність того чи іншого проєкту.

Перед розрахунком загального показника доцільності інвестицій необхідно привести всі вибрані показники ефективності до спільної розмірності та одиниці виміру, тобто до виду, у якому їх можна було б зіставляти між собою та проводити над ними узагальнюючі обчислення.

Приведення показників здійснюється за допомогою таких формул:

– для прямих показників:

$$X_i = \frac{X_i - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}}, \quad (2)$$

де X_i – нормоване значення показника ефективності;

X_i – розрахункове значення i -го показника ефективності;

X_{\max} , X_{\min} – відповідно мінімальне та максимальне значення показника ефективності. Під час визначення даних показників можна використовувати метод сценаріїв;

– для зворотних показників (таких як дисконтований термін окупності інвестицій):

$$X_i = \frac{X_{\max} - X_i}{X_{\max} - X_{\min}}. \quad (3)$$

Залежно від мети інвестування кожний показник ефективності може мати для інвестора різну вагомість. Для врахування даного чинника можна використовувати нормалізовану зважену. Діапазон варіації показника становить від 0 до 1.

У разі коли відсутня можливість спрогнозувати максимальне та мінімальне значення показника ефективності, доцільно використовувати еталонне значення показника $X_{\text{еталон}}$. Цим еталонним значенням можна вважати найкраще значення показника серед усіх проєктів, що пропонуються. У такому разі нормоване значення еталонних показників буде рівне 1, а всі інші пропорційно перераховуються за формулою:

$$X_i = \frac{X_i}{X_{\text{еталон}}}. \quad (4)$$

Використання нормованих значень чистої сучасної вартості (NPV), дисконтованого терміну окупності інвестицій (DPB), внутрішньої норми дохідності проєкту (IRR) та індексу прибутковості інвестицій (PI) дає змогу визначити інтегральний показник економічної ефективності інвестиційного проєкту:

$$IE = \sqrt{NPV^2 + DPB^2 + IRR^2 + PI^2}. \quad (5)$$

Діапазон варіації показника економічної ефективності інвестиційного проєкту становить від 0 до 2. Чим ефективніший проєкт, тим ближче значення його до 2.

Наведена методика розрахунку інтегрального показника ефективності інвестицій має низку переваг:

- до інтегральної оцінки можуть бути включені будь-які показники (як позитивні, так і негативні) будь-якої розмірності, одиниць виміру та значенням (у тому числі й від'ємні значення);
- кількість показників, які можуть бути вибрані критеріями оптимізації, фактично не обмежена;
- інтегральна оцінка та приведені значення показників ефективності інвестицій завжди належать до визначеного інтервалу;
- даний підхід дає змогу максимально відобразити поставлені цілі інвестора завдяки варіюванню значень вагомості аналізованих показників.

Недоліком методу є наявність суб'єктивного судження під час розставлення ваги показників.

Окрім перерахованих у формулі (5) показників, методика передбачає можливість використовувати також будь-які інші показники ефективності інвестиційних проєктів, наприклад:

- коефіцієнт Бівера, який характеризує здатність підприємства генерувати надходження коштів у достатньому обсязі для погашення зобов'язань. Нормативне значення коефіцієнта знаходиться в межах від 0,17 до 0,45;
- коефіцієнт фінансового ризику, який характеризує суму відношення залученого капіталу до власного капіталу. Нормативне значення коефіцієнта не повинно перевищувати 1;
- показник ризику ліквідності тощо.

На заключному етапі рекомендується проводити аналіз чутливості проєкту. Цей вид аналізу дає змогу визначити так звані «критичні змінні», тобто чинники, які суттєво впливають на доцільність реалізації проєкту та показники його ефективності. Під час аналізу чутливості вивчається вплив динаміки чинників на показники ефективності проєкту (як правило, чисту приведену вартість або внутрішню норму дохідності проєкту) за їх зміни в межах певного діапазону варіації можливих темпів приросту окремого чинника за фіксованих проєктних значеннях інших [6].

За запропонованою методикою було виконано оцінку доцільності впровадження інвестиційного проєкту за умови порівняння двох варіантів інвестування в умовах реального металургійного підприємства. Згідно з формулою (4), визначено нормативне значення показників чистої приведеної вартості, дисконтованого терміну окупності інвестицій, внутрішньої норми дохідності проєкту та індексу прибутковості інвестицій. За еталон було прийнято найкраще значення показника за двома проєктами. Найкращий проєкт вибрано з погляду оптимального співвідношення доходу та ризику. Виконаний аналіз чутливості проєктів показав, що найбільш чутливими проєкти є до зміни приросту прибутку. Саме зменшення цього показника найгірше впливає на ефективність проєктів.

Таким чином, урахування рівня ризику та невизначеності допомагає підвищити реалістичність та достовірність оцінки ефективності інвестиційного проєкту.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонована методика оцінки доцільності впровадження інвестиційного проєкту в умовах невизначеності та ризику може бути застосована для порівняльної оцінки капітальних вкладень у сучасних умовах. Перспективою подальших розробок є поглиблений аналіз впливу внутрішніх та зовнішніх чинників на показники ефективності впровадження інвестиційних проєктів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Савчук В.П. Финансовый менеджмент: практическая энциклопедия ; 3-е изд. Киев : Максимум, 2006. 884 с.
2. Бень Т.Г., Семенова Т.В. Методичні основи оцінки нових технологій. *Економіка України*. 2000. № 6. С. 47–51.
3. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 376 с.
4. Семенова Т.В., Протопопова О.С. Порівняльна оцінка інвестиційних проєктів з урахуванням їх ефективності і рівня ризику. *Молодий вчений*. 2016. № 12. С. 962–964.
5. Бень Т.Г. Порівняльний аналіз визначення економічної ефективності інвестиційних проєктів за різними методиками. *Економіка України*. 2009. № 11. С. 34–46.
6. Боярко І.М., Гриценко Л.Л. Інвестиційний аналіз : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2011. 400 с.

REFERENCES:

1. Savchuk V.P. (2006) *Finansovyy menedzhment: prakticheskaya entsiklopediya* [Financial Management: A Practical Encyclopedia]. Kyiv: Maximum Publishing House. (in Russian)
2. Ben' T.H., Semenova T.V. (2000) *Metodychni osnovy otsinky novykh tekhnolohii* [Methodological bases of evaluation of new technologies]. *Ukraine economy*, no. 6, pp. 47–51.
3. Maiorova T.V. (2004) *Investytsiina diialnist* [Investment activity]. Kyiv: Center for Educational Literature. (in Ukrainian)
4. Semenova T.V., Protopopova O.S. (2016) *Porivnialna otsinka investytsiinykh proektiv z urakhuvanniam yikh efektyvnosti i rivnia ryzyku* [Comparative evaluation of investment projects, taking into account their effectiveness and level of risk]. *Young scientist*, no. 12, pp. 962–964.
5. Ben' T.H. (2009) *Porivnialnyi analiz vyznachennia ekonomichnoi efektyvnosti investytsiinykh proektiv za riznymy metodykamy* [Comparative analysis of determination of economic efficiency of investment projects by different methods]. *Ukraine economy*, no. 11, pp. 34–36.
6. Boiarko I.M., Hrytsenko L.L. (2011) *Investytsiinyi analiz* [Investment analysis]. Kyiv: Center for Educational Literature. (in Ukrainian)

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

IMPROVING THE COST MANAGEMENT SYSTEM IN CONSTRUCTION ENTERPRISES

УДК 3.33.338.5

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-33>

Серьогіна Д.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Куц А.В.

Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Serogina Daria

O.M. Beketov National University of Urban
Economy in Kharkiv

Kushch Anna

O.M. Beketov National University of Urban
Economy in Kharkiv

У статті розглянуто поняття собівартості, виявлено причини зростання та основні резерви зменшення її рівня на підприємствах будівельної сфери. Проаналізовано економічну вигоду від запровадження ефективної політики зі зниження собівартості. Розглянуто особливості системи управління витратами, враховуючи специфіку будівництва, галузеві особливості впливу на облік витрат та взаємовідносини між суб'єктами інвестиційно-будівельної діяльності. Актуалізовано дану проблему в умовах нестабільного економічного середовища України та підтверджено статистичною інформацією за 2017–2018 рр. Розроблені етапи моделі стратегічного управління витратами, представлений ланцюжок цінностей компанії та запропоновані заходи щодо оптимізації рівня витрат допоможуть підприємству підвищити ефективність виробничих процесів, досягнути поставлених стратегічних цілей та посилити свої конкурентні позиції на ринку будівництва України.

Ключові слова: собівартість, резерви зниження собівартості, витрати, стратегічна модель, SWOT-аналіз.

В статті рассмотрено понятие себестоимости, выявлены причины роста и основные резервы снижения ее уровня на предприятиях строительной сферы. Проанализирована экономическая выгода от внедрения эффективной политики по снижению себестоимости продукции. Рассмотрены особенности системы управления затратами с учетом специфики строительной сферы, отраслевых особенностей влияния на учет расходов и взаимоотношений между субъектами инвестиционно-строительной деятельности. Актуализирована данная проблема в условиях нестабильной экономической среды Украины и подтверждена статистической информацией за 2017–2018 гг. Разработанные этапы модели стратегического управления затратами, представленная цепочка ценностей компании и предложенные мероприятия по оптимизации их уровня помогут предприятию повысить эффективность производственных процессов, достичь поставленных стратегических целей и усилить свои конкурентные позиции на рынке строительства Украины.

Ключевые слова: себестоимость, резервы снижения себестоимости, затраты, стратегическая модель, SWOT-анализ.

The article discusses the definition of the concept of cost. In the process of research we have confirmed, that the concept of cost does not have a single definition. Because of this, we have given our definition of the cost. Also we identified the reasons of growth and the main reserves for reducing level at the construction industry enterprises. That is why, we analyzed the economic benefits of implementing an effective policy to reduce production costs. The features and the processes of cost management at the construction industry are considered. This problem is actualized in the conditions of the unstable economic environment of Ukraine. We confirmed the existence of the problem using statistical information for 2017-2018. We found out that the main reasons for cost growth are: using outdated equipment and technologies, using obsolete methods of production, lack of control, low productivity, high prices for raw materials, large losses from shortages. Because of this, we identified ways to reduce the cost of construction companies and have presented the steps for developing a cost management system. We developed a strategic cost management model for construction companies and proposed basic measures to optimize their level. The model is simple and does not require any financial resources. The main stages of this model are: defining a strategic goal, conducting SWOT – analysis, identifying competitors in the construction market, product development and cost analysis, developing a cost management strategy, evaluating the effectiveness of the strategy, creating and implementing a strategic cost management model and evaluating the strengths, weaknesses, opportunities and threats involved in a project. The main point is that the model is an informative and reliable basis for any company. But the important condition is that, when a company implements this model in production, it is important to take into account the scale of activity and specific features of the industry. As a result, the developed model of strategic cost management will provide efficient economic development for the construction company, help to achieve strategic goals and reinforce its competitive position in the construction market.

Key words: cost price, costs, cost reduction measures, strategic model, SWOT analysis.

Постановка проблеми. В умовах нестабільної економіки України та мінливого зовнішнього середовища однією з головних проблем розвитку будівельних підприємств є відсутність дієвого механізму управління витратами. При цьому витрати становлять основу собівартості, яка, своєю чергою, є одним із найважливіших показників діяльності будь-якого підприємства, адже впливає на розмір отриманого прибутку. Від того, наскільки успішним є контроль керівництва над процесом утворення витрат, залежать загальний економічний ефект підприємства і стан його ресурсної бази. Для вітчизняних підприємств набуває актуальності розроблення стратегічної системи заходів щодо зниження собівартості продукції та оптимізації витрат.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження проблеми управління рівнем, структурою та складом витрат зробили вчені різних періодів. А.Д. Леонов [3, с. 42] у своїх працях розглядав проблеми та шляхи зниження собівартості готової продукції промислових підприємств, а, наприклад, А.А. Філінков [1, с. 43] виділив причини росту собівартості та запропонував напрями її зниження. Такі вітчизняні вчені, як П.С. Мазаєва [6, с. 57] та А.В. Череп [7, с. 67], запропонували методи управління витратами виробництва продукції та провели їх порівняльний аналіз. А.М. Поддєрьогін [5, с. 156] проаналізував значимість та важливість проведення аналізу управління витратами. Дослідженням системи управління витрат та розробленням резервів їх

зниження займалися такі економісти, як Е.Д. Дмитренко, Л.Г. Цимбалюк, Н.П. Скригун [4, с. 88].

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування поняття собівартості продукції будівельних підприємств, виявлення причин та наслідків зростання її рівня. Основними завданнями є пошук резервів зниження витрат, визначення заходів щодо їх оптимізації та розроблення дієвої стратегічної моделі управління витратами, у результаті чого будівельне підприємство України отримає дієвий механізм оперативного управління та контролю витрат.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі прогресивного вдосконалення фінансових взаємовідносин, підвищення конкурентної боротьби та збільшення рівня доходів комерційних організацій набуває актуальності проблема впровадження нових підходів до управління витратами. У зв'язку із цим виникла необхідність знайти ефективну інформаційну систему управління ресурсами та резервами, важливими як для визначення напрямів подальшого розвитку, так і для поточних питань виробничої діяльності, у тому числі для успішного управління витратами. Актуальність визначається й тим, що калькулювання собівартості є найважливішим інструментом регулювання рівня витрат.

Категорія собівартості не має єдиного визначення. Опираючись на дослідження А.А. Філінкова, можна трактувати собівартість продукції як виражені в грошовій формі сукупні витрати на підготовку і випуск продукції, робіт та послуг [1, с. 43].

Сьогодні зростання собівартості продукції підприємств є частим явищем у діяльності будівельних підприємств, що призводить до кризового стану та банкрутства. За даними Державної служби статистики України [2], витрати на виробництво та реалізацію продукції великих будівельних підприємств у 2017 р. становили 9283,8 тис грн, середніх – 84480,5 тис грн, малих – 87052,1 тис грн. Аналізуючи дані 2018 р., собівартість великих підприємств становить 15587 тис грн, середніх – 115250,2 тис грн, а малих – 117826,5 тис грн. Отже, можемо сказати, що спостерігається стрімка динаміка росту собівартості, що перешкоджає розвитку вітчизняних підприємств.

Досліджуючи причини зростання собівартості, виділимо ті з них, що притаманні підприємствам будівельної галузі [3, с. 42]:

- використання застарілого обладнання;
- застосування витратних технологій, прийомів та способів виготовлення продукції;
- відсутність контролю та організації праці;
- низька продуктивність праці;
- високі ціни на сировину та матеріали;
- великі втрати від браку.

Для того щоб ефективно управляти собівартістю продукції, необхідною умовою є проведення

комплексного техніко-економічного аналізу роботи підприємства, який включає не лише освоєння технічного та організаційного рівня виробництва, а й використання основних засобів, сировини, матеріалів і виробничих потужностей, робочої сили та у цілому господарських зв'язків, адже головне завдання проведення аналізу собівартості продукції – знайти джерела та способи зниження собівартості для підвищення прибутку компанії.

Опираючись на дослідження таких економістів, як А.А. Філінков [1, с. 56], Е.Д. Дмитренко, Л.Г. Цимбалюк, Н.П. Скригун [4, с. 88], представимо основні резерви зменшення собівартості будівельних підприємств:

1. Підвищення продуктивності праці:
 - вдосконалення структури кадрів;
 - матеріальне забезпечення;
 - підвищення трудової дисципліни.
 2. Поліпшення використання основних засобів:
 - поліпшення використання виробничих потужностей;
 - оновлення основних засобів та модернізація основних засобів;
 - ліквідація втрат від браку.
 3. Економія матеріальних та енергетичних витрат:
 - удосконалення технологій та методів;
 - використання нових енергоносіїв;
 - застосування нових матеріалів.
 4. Зниження витрат на обслуговування виробництва:
 - вдосконалення виробничої структури;
 - організація нової структури управління;
 - підвищення технологічної дисципліни.
- Треба враховувати той факт, що не завжди можна отримати бажаний економічний ефект від використання заходів, націлених на вдосконалення техніки і технології. Тут необхідно провести комплексний аналіз, оцінити підприємство як систему і віднайти ті важелі, які допоможуть удосконалити виробничий процес та поліпшити організацію праці.

Унаслідок проведення ефективної політики зі зниження собівартості підприємство отримує економічну вигоду, що виражається у такому:

1. Збільшення прибутку та розмірів відрахувань до фондів економічного стимулювання.
 2. Зростання прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства.
 3. Виникнення передумов для виплати дивідендів акціонерним товариствам за рахунок збільшення розміру прибутку.
 4. Поліпшення фінансового стану підприємства.
- Розроблення дієвої стратегічної моделі оптимізації витрат потребує не лише дослідження собівартості продукції, а й аналізу механізму управління та контролю витрат, адже управління витратами є інструментом удосконалення бізнес-

процесів [5, с. 156]. При цьому необхідно врахувати специфіку діяльності будівельних підприємств, а саме галузеві особливості впливу на облік витрат, взаємовідносини між суб'єктами інвестиційно-будівельної діяльності, групування витрат на будівництво об'єктів.

Будівництво являє собою складну систему, адже це галузь матеріального виробництва, яка вводить нові, реконструює, розширює, ремонтує і технічно переозброює діючі об'єкти виробничого та невиробничого призначення. Узагальнюючи дослідження П.С. Мазаєвої [6, с. 57], можемо сказати, що система управління витратами – це система з характерними для неї властивостями, функціями і засобами зв'язку, яка повною мірою охоплює процеси та явища, завдання та принципи діяльності підприємства, а також адаптує набуті знання до умов середовища.

При цьому така система повинна опиратися на загальні принципи управління:

- системності процесів управління витратами;
- гнучкості механізмів управління;
- охоплення всіх стадій життєвого циклу продукції;
- універсальності та єдності методики і підходів до управління витратами;
- збереження принципів зниження витрат із збереження якісних характеристик продукції та послуг;
- застосування сучасних удосконалених інструментів управління витратами;

– мотивації всіх учасників системи управління витратами;

– своєчасного надання точної та повної інформації для швидкого реагування на ситуацію та прийняття рішень.

Таким чином, на основі добре організованої системи управління витратами розробляють та адаптують стратегічну модель, яка є ключем процесів підвищення ефективності виробничих процесів та оптимізації витрат, адже витрати повинні бути економічно обґрунтованими і контрольованими.

Модель стратегічного управління витратами – це стратегія розвитку, розроблення якої повинно відповідати головній меті та завданням компанії, а послідовність процесів та етапів її реалізації повинна забезпечувати підвищення ефективності виробничої та невиробничої діяльності [7, с. 67].

Основною метою стратегічної моделі обліку витрат є створення такої системи, яка буде виконувати функції планування, аналізу та контролю діяльності як окремих філіалів, так і всієї організації у цілому.

Ураховуючи особливості та характер діяльності будівельних підприємств, ми розробили модель стратегічного управління витратами (рис. 1).

Усі вказані вище етапи є взаємопов'язаними, тобто зміна результатів проведення якогось етапу вимагає зміни та пристосування наступного. Слід відзначити, що важливим при цьому є саме SWOT-аналіз як до розроблення стратегії



Рис. 1. Стратегічна модель управління витратами

управління витратами, так і після її реалізації, адже він дасть можливість виявити ймовірні шляхи оптимізації ланцюжка цінностей, виділити напрями розвитку виробничої діяльності та провести коригування діючої системи управління витратами. Також важливим кроком під час розроблення індивідуальної стратегічної моделі управління витратами є побудова ланцюжка цінностей компанії. Суб'єктами класичного ланцюжка є: середовище впливу, постачальники сировини та матеріалів, постачальники сировини та матеріалів, потенційні покупці, населення.

Ланцюжок цінностей є системою послідовних процесів створення цінностей підприємства. Він допомагає визначити залежність виробництва від таких зовнішніх чинників, як постачальники та покупці, витрати на маркетинг та на споживання продукції, а також витрати каналів збуту, тому він має бути індивідуальним, адаптованим до конкретного виду діяльності та пристосованим до зовнішнього середовища.

На основі результатів проведеного SWOT-аналізу суб'єктів ланцюжка цінностей підприємство може отримати загальну картину пріоритетних напрямів розвитку своєї діяльності.

Для підприємств будівельної сфери доцільним буде запропонувати стратегію оптимізації витрат, яка включає систему таких заходів:

1. Підвищення технічного рівня виробництва.
2. Підвищення рівня організації виробництва.
3. Скорочення відходів і витрат.
4. Зміна асортименту, обсягу продукції.
5. Освоєння нового виробництва, відкриття нових цехів, складів та філій.
6. Застосування неklasичних методів зниження витрат.
7. Упровадження нових, більш економних матеріалів та замінників.
8. Комплексне використання сировини і матеріалів.
9. Застосування методу мінімізації рівня витрат у чистому доході.
10. Розроблення економічного механізму управління витратами на персонал.
11. Зниження витрат на ремонт устаткування шляхом застосування прогресивних методів ремонту.
12. Зниження цехових і загальнозаводських витрат у результаті скорочення адміністративно-управлінського персоналу.

Отже, для того щоб організувати ефективну систему управління витратами на будівельному підприємстві, необхідною умовою є проведення комплексного аналізу галузевих особливостей підприємства, врахування взаємозв'язку суб'єктів інвестиційно-будівельної діяльності, групування витрат на будівництво та особливості собівартості будівельної продукції. Така система повинна включати прогнозування, планування витрат,

їх організацію, координацію, регулювання та контроль, адже у собівартості як у загальній економічній категорії знаходять своє відображення всі боки діяльності підприємства, а саме рівень технологічного оснащення виробництва, організація праці, ступінь використання виробничих потужностей, використання трудових та матеріальних ресурсів.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, сучасний стан ринку будівництва та наявні проблеми розвитку будівельних підприємств підтверджують необхідність удосконалення системи управління витратами та пошук шляхів їх оптимізації. У цих умовах для підприємств будівельної галузі доцільним є розроблення стратегічної моделі оптимізації витрат, яка є індивідуальною, а тому потребує врахування специфіки галузі підприємства, особливості системи формування витрат та масштаби діяльності. Перш ніж розробляти та впроваджувати систему управління витратами, необхідною умовою є грамотно проведений аналіз собівартості продукції. У цілому важливими етапами побудови моделі є проведення аналізу суб'єктів ланцюжка цінностей, визначення конкурентів, дослідження основних переваг і недоліків, оцінка можливостей і загроз на основі SWOT-аналізу, що дасть змогу проаналізувати вплив чинників на рівень витрат та оцінити силу зв'язків між адресатами та чинниками впливу. Така модель повинна включати низку заходів, основними з яких є: підвищення технічного рівня виробництва, вдосконалення організації праці та організаційної структури управління, модернізація застарілого обладнання та застосування більш економних матеріалів, зміна обсягу, асортименту та характеристик продукції, галузеві та інші чинники. Розроблена модель стратегічного управління витратами забезпечить ефективний економічний розвиток підприємству, допоможе досягнути стратегічних цілей та посилити свої конкурентні позиції на ринку будівництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Филинков А.А. Размеры предприятий и себестоимость продукции. *Экономика Украины*. 2003. № 3.
2. Наукова та інноваційна діяльність. *Державна служба статистики України* : вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 27.11.2019).
3. Леонов А.Д. Пути снижения себестоимости продукции промышленного предприятия. *Экономист*. 2004. № 5.
4. Цимбалюк Л.Г., Скригун Н.П. Чинники, резерви та шляхи зниження витрат виробництва як основа зменшення ціни товару. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2011. № 3(15). С. 88–95.
5. Фінансовий менеджмент : навчально-методичний посібник / А.М. Поддєрьогін та ін. Київ : КНЕУ, 2001. 294 с.

6. Мазаева П.С., Боргардт Е.А. Организация системы управления затратами. *Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия «Экономика и управление»*. 2015. № 1(20). С. 57–60.

7. Череп А.В. Методи управління витратами виробництва продукції та їх порівняльний аналіз. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2005. № 11. С. 67–72.

REFERENCES:

1. Filinkov A.A. (2003) Razmeryi predpriyatiy i sebestoimost produktsii. [The size of enterprises and the cost of production]. *Ukrainian economy*, no. 9, pp. 42–46.

2. State Statistics of Ukraine (2019) Naukova ta innovatsiina diialnist v Ukraini. Statystychnyi zbirnyk [Scientific and Innovation activity in Ukraine. Statistical Yearbook]. Kyiv: Informational and Publishing Center of the State Statistics of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 27 November 2019).

3. Leonov A.D. (2004) Puti snizheniya sebestoimosti produktsii promyshlennogo predpriyatiya [Ways

to reduce the cost of production of an industrial enterprise. *Economist*]. *Economist*, no. 5.

4. Tymbaliuk L.H. (2011) Chinniki, rezervi ta shlyahi znizhennya vitrat virobnitstva yak osnova zmeshennya tslni tovaru. [Factors, reserves and ways to reduce production costs as a basis for reducing the price of goods]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, no. 3(15), pp. 88–95.

5. Podderohin A.M. (2001) Navch. metod. posibnyk dlia samost. vyvch. dysts. [Financial management: Navch. metod. posibnyk dlia samost. vyvch. Dysts]. A.M. Podderohin, L.D. Buriak, N.U. Kalach ta in. Kyiv: KNEU, 294 p. (in Ukrainian)

6. Mazaeva P.S. (2015) Organizatsiya systemy upravleniya zatratami [Organization of cost management system]. *Vector of science of Togliatti State University. Series: Economics and Management*, no. 1(20), pp. 57–60.

7. Cherep A.V. (2005) Metodi upravlnnya vitratami virobnitstva produktsiyi ta Yih porlvnyalnyi anallz [Methods of production cost management and their comparative analysis]. *Formation of market relations in Ukraine*, no. 11, pp. 67–72.

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

APPROACHES TO THE FORMATION OF THE STRATEGY OF INVESTMENT DEVELOPMENT OF LIGHT INDUSTRY IN THE CONTEXT OF ENSURING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

УДК 330

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-34>

Селіверстова Л.С.

д.е.н., професор,
професор кафедри фінансів
Київський національний торговельно-
економічний університет

Міх О.М.

к.е.н., викладач
Київський коледж легкої промисловості

Seliverstova Liudmyla

Kyiv National University
of Trade and Economics

Mih Oksana

Lecturer at Kyiv College of Light Industry

Розвиток сучасної промисловості залежить від формування ефективних інвестиційних стратегій, які повинні носити стратегічний характер. Саме тому, статтю присвячено комплексному вивченню підходів до формування стратегій інвестиційного розвитку та особливостей їх реалізації в легкій промисловості в контексті сталого розвитку країни. Авторами обґрунтовано, що важливою складовою реалізації стратегій інвестиційного розвитку є ефективна інвестиційна політика, оскільки, її формування за окремими аспектами діяльності повинно носити стратегічний характер. В статті запропоновано формувати та реалізовувати інвестиційні стратегії в залежності від стадії життєвого циклу підприємств легкої промисловості, оскільки кожній стадії належить характерний тільки їй рівень інвестиційної активності, напрями і форми інвестиційної діяльності, особливості формування інвестиційних ресурсів. Отже, при формуванні і реалізації інвестиційної стратегії необхідно дотримуватись принципів сталого розвитку в контексті врахування соціальних, економічних і екологічних аспектів, як в середині підприємств, так і за їх межами та враховувати стадію життєвого циклу.

Ключові слова: інвестиційна стратегія, розвиток, інвестиційна політика, життєвий цикл, механізм управління, сталий розвиток, промисловість, підприємство.

Развитие современной промышленности зависит от формирования эффективных инвестиционных стратегий, которые

должны носить стратегический характер. Именно поэтому, статья посвящена комплексному изучению подходов к формированию стратегий инвестиционного развития и особенностей их реализации в легкой промышленности в контексте устойчивого развития страны. Авторами обосновано, что важной составляющей реализации стратегии инвестиционного развития является эффективная инвестиционная политика, поскольку ее формирование по отдельным аспектам деятельности должно носить стратегический характер. В статье предложено формировать и реализовывать инвестиционные стратегии в зависимости от стадии жизненного цикла предприятий легкой промышленности, поскольку каждой стадии принадлежит характерный только ей уровень инвестиционной активности, направления и формы инвестиционной деятельности, особенности формирования инвестиционных ресурсов. Следовательно, при формировании и реализации инвестиционной стратегии необходимо придерживаться принципов устойчивого развития в контексте учета социальных, экономических и экологических аспектов, как в середине предприятий, так и за их пределами и учитывать стадию жизненного цикла.

Ключевые слова: инвестиционная стратегия, развитие, инвестиционная политика, жизненный цикл, механизм управления, устойчивое развитие, промышленность, предприятие.

Development investment strategy is an important element of the effective functioning of industry, since it involves the reproduction of labour, the renewal of fixed assets of the productive and non-productive spheres and the entire reproduction process in the economy. Therefore, the formation of effective instruments for attracting investment into the national economy is a crucial prerequisite for ensuring sustainable economic development of both individual industries and the economy of the country as a whole. The aim of the study is to comprehensively study approaches to the formation and implementation of investment strategies for the light industry development at different stages of the life cycle. Research methods. In the process of research of approaches to the formation of the investment strategy of light industry development, the method of comparative analysis, content analysis and method of generalization were used. In modern conditions, an important implementation component of the investment strategy for sustainable industrial development is an important component of this concept - "development". Development is considered as a general scientific category in three aspects: as a law, as a principle and as a phenomenon. Development as a law characterizes the transition from one being to another, and the next state of being will be different from the previous in quantitative or qualitative characteristics. It is traditionally believed that the next state of being will be better than the previous one. Development as a phenomenon is the opposite of being in an unaltered state. Development as a principle is an inherent feature of being, its integral characteristic, which also predetermines the possibility of further changes of being. It is substantiated that for the light industry, in its content, development is a set of processes that, in total, lead to an increase in financial and economic indicators, available potential, which are manifested by quantitative and qualitative changes, adaptation to the external environment and internal integration of economic entities of the industry. Finally, a productive manifestation of development for the light industry is the implementation of quantitative and qualitative changes, increasing capacity, ensuring the ability to counteract negative environmental influences, increasing the viability and competitiveness of products, improving the profitability of operations.

Key words: investment strategy, development, investment policy, life cycle, management mechanism, sustainable development, industry, enterprise.

Постановка завдання. У зв'язку з проведенням в Україні економічних та соціальних реформ постала гостра необхідність формування та реалізації нових напрямів інвестиційної політики, націлених на сталий розвиток держави. Розробка напрямів інвестиційної політики має орієнтуватися на економічне зростання, формування нових

ефективних механізмів залучення інвестицій, створення умов для впровадження концептуальних засад стратегії сталого розвитку та забезпечення євроінтеграційних процесів.

Розвиток легкої промисловості залежить від ефективного управління інвестиційною діяльністю, яка повинна носити стратегічний характер,

що й обумовлює вироблення інвестиційних стратегій розвитку підприємств галузі. При цьому промислові підприємства функціонують в умовах невизначеності, нестабільного інвестиційного ринку, що впливає на кінцеві результати і рентабельність, веде до ризиків забезпечення їх стійкості, збереження фінансової стабільності, ділової активності та рентабельності, що в кінцевому підсумку відбивається на показниках функціонування промислового сектору України. Інвестиційна стратегія розвитку є важливим елементом ефективного функціонування промисловості, оскільки передбачає відтворення робочої сили, оновлення основних фондів виробничої та невиробничої сфер і весь відтворювальний процес в економіці. Отже, формування ефективних інструментів залучення інвестицій у національну економіку є найважливішою передумовою забезпечення сталого економічного розвитку як окремих видів промисловості так і економіки країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми інвестування економіки країни завжди знаходяться у центрі уваги економістів. Фундаментальні засади формування та реалізації інвестиційних стратегій представлено у працях провідних учених-економістів, зокрема: Т. Гавриленко, Б. Губського, М. Денисенко, А. Дуки, Т. Затонацької, С. Захаріна, І. Ігнатєвої, Дж. Кейнса, П. Курмаєва, О. Паливоди, О. Поважного, С. Поважного, М. Портера, П. Самуельсона, Р. Харрода, та інших.

В працях дослідників висвітлено теоретичні підходи та запропоновано універсальні рекомендації, щодо формування та реалізації інвестиційних стратегій. Водночас, питання формування та реалізації інвестиційних стратегій розвитку легкої промисловості досліджені поверхнево, хоча на сьогодні актуальним питанням є пошук підходів до формування ефективних інвестиційних стратегій розвитку легкої промисловості в контексті сталого розвитку.

Постановка завдання. Завдання дослідження полягають у комплексному вивченні підходів до формування та реалізації інвестиційних стратегій розвитку легкої промисловості.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В сучасних умовах сталого розвитку інвестиції є найважливішим засобом забезпечення прогресивних структурних зрушень в економіці, поліпшення якісних показників діяльності на мікро- і макрорівнях. Чим більші обсяги інвестицій і вища їх ефективність, тим швидше відбувається відтворювальний процес, здійснюються позитивні ринкові зрушення й перетворення.

У сучасних умовах важливою складовою реалізації інвестиційної стратегії сталого розвитку промисловості стає важлива складова цього поняття – «розвиток».

В економічній теорії поширена значна кількість підходів до трактування поняття «розвиток». Від-

сутність єдиного універсального підходу, а також суперечливість між деякими визначеннями поняття апарату системи розвитку, потребує проведення ґрунтовнішого аналізу цих понять з метою створення несуперечливого теоретичного підґрунтя та чітких термінів, які будуть використані в даному дослідженні. Враховуючи багатоаспектність та багатогранність поняття «розвиток» проведемо діалектичний аналіз саме цього поняття.

Поняття розвитку в сучасній науці знаходить свої витоки в давніх філософських обґрунтуваннях. Історичний аспект впровадження поняття «розвиток» в наукову термінологію пов'язують із його асоціацією наприкінці XIX століття із французьким «development» (дослівно, в перекладі – виклад, еволюція, зростання, результат, розвиток) [1, с. 482]. Видатний науковець І. Кант [2] у XIX столітті розглядав ідею розвитку як «ризикову природу розуму», використовуючи її до пояснення виникнення сонячної системи.

З XIX століття поняття «розвиток» все частіше можна було зустріти в науковій термінології, зокрема марксистська теорія була представлена як цілісна наукова концепція розвитку, що побудована марксистами, матеріалістична діалектика якої є основою загальної теорії розвитку. Особливості закону розвитку відображають закони: єдності та боротьби протилежностей, переходу кількісних змін в якісні, заперечення [3].

Вже з XX століття поняття «розвиток» отримало значне поширення, розглядалося з різних позицій, зокрема як процеси змін, припускаючи збереження якості об'єктів [4, с. 847], що розвиваються на макро- та мікрорівні окремого суб'єкта господарювання [5, с. 51; 6, с. 32].

В Академічному тлумачному словнику української мови визначено розвиток як процес, внаслідок якого відбувається зміна якості чого-небудь, перехід від одного якісного стану до іншого [7].

На думку О.Л. Гапоненко, А.П. Пакрухіна, розвиток – це рух вперед, формування нових рис, становлення нових структурних характеристик об'єкта, його еволюція, поліпшення, удосконалювання, прогрес, а також ріст і розширення [8, с. 11].

Розвиток як загальнонаукову категорію розглядають в трьох аспектах: як закон, як принцип та як явище. Розвиток як закон характеризує перехід від одного буття до іншого, причому наступний стан буття буде іншим за попередній за кількісними або якісними характеристиками. Традиційно вважають, що наступний стан буття буде кращим за попередній. Розвиток як явище є протилежним до буття, яке знаходиться в незмінному стані. Розвиток як принцип є іманентною рисою буття, його невід'ємною характеристикою, що також зумовлює можливість подальших змін буття [6, с. 31].

Фундаментальну основу розвитку суб'єкта господарювання формують теоретичні положення,

основними з яких є теорія спрямованого розвитку організацій, теорія циклічного розвитку та концепція життєвого циклу суб'єктів господарювання. Спрямований розвиток є сукупністю переходів від одного стану внутрішньої та зовнішньої рівноваги до іншого аналогічного стану, сформованого поточними обставинами і факторами. Траєкторія розвитку окремого суб'єкта господарювання може набувати різної форми, але у цілому залежить від його здатності пристосовуватися до змін середовища господарювання та вирішувати внутрішні протиріччя. В основі оцінки й аналізу розвитку суб'єкта господарювання знаходяться його виробнича функція та бюджетні обмеження, а критерієм аналізу виступає технічна ефективність виробничої системи з перетворювання факторів виробництва.

Для легкої промисловості за своїм змістом розвиток є сукупністю процесів, які сумарно ведуть до збільшення фінансово-економічних показників, наявного потенціалу, явними формами прояву яких виступають кількісні та якісні зміни, адаптація до зовнішнього середовища та внутрішня інтеграція суб'єктів господарювання галузі. Нарешті, результативний прояв розвитку для легкої промисловості, полягає в реалізації кількісних та якісних змін, збільшенні потенціалу, забезпеченні здатності протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища, підвищенні життєздатності та конкурентоспроможності продукції, підвищенні рентабельності діяльності.

Головною метою розвитку легкої промисловості є забезпечення населення товарами першої необхідності, впровадження високих енерго- та ресурсозберігаючих технологій, стимулювання розвитку наукомістких виробництв, що здійснюють випуск інноваційної продукції та зосереджені на формуванні необхідних умов для виробництва й реалізації конкурентоспроможної промислової продукції. Виходячи із цього, основний зміст розвитку легкої промисловості – нарощування і використання свого потенціалу, що стає можливим завдяки збільшенню обсягів і ефективності господарської діяльності, що, в свою чергу, пов'язано зі зростанням забезпечення потреб споживачів в товарах галузі легкої промисловості.

В умовах сталого розвитку та інтеграції України в європейський економічний простір, вирішальним фактором успішної діяльності будь-якої системи стає впровадження та реалізація інвестиційної стратегії, що визначає перспективи його подальшого розвитку. Тобто, проблеми забезпечення ефективності розвитку належать до сфери стратегічного управління. Практичні результати визначення напрямів і кількісних параметрів розвитку системи втілюються в стратегіях, деталізуються у тактичних планах і доводяться до практичних заходів у рамках оперативних процедур.

Необхідно відзначити, що концепція стратегічного управління заснована на системному і ситуа-

ційному підходах до управління, тобто, стратегічне управління орієнтує будь-який суб'єкт господарювання на ефективне функціонування в майбутньому і розглядає його як систему, яка визначає свою конфігурацію і цільову орієнтацію в залежності від змін зовнішнього середовища.

Стратегічний підхід до формування інвестиційної стратегії розвитку відіграє значну роль у забезпеченні ефективного функціонування легкої промисловості в контексті сталого розвитку країни. Ця роль полягає в наступному:

- забезпечення механізму реалізації довгострокових загальних і інвестиційних цілей майбутнього економічного і соціального розвитку легкої промисловості в цілому й окремих структурних одиниць;

- можливість реально оцінити інвестиційний потенціал та забезпечити максимальне його використання, спроможність активного маневрування інвестиційними ресурсами;

- швидка реалізація нових перспективних інвестиційних можливостей, що виникають у процесі динамічних змін факторів зовнішнього інвестиційного середовища;

- врахування заздалегідь можливих варіацій розвитку неконтрольованих факторів зовнішнього інвестиційного середовища і можливість звести до мінімуму їх негативні наслідки для власної діяльності;

- відбиття порівняльних переваг інвестиційної політики в зіставленні з конкурентами;

- забезпечення чіткого взаємозв'язку стратегічного, поточного й оперативного управління інвестиційною діяльністю;

- формування значення основних критеріальних оцінок вибору реальних інвестиційних проєктів і фінансових інструментів інвестування [9].

Формування та реалізація інвестиційної стратегії легкої промисловості має цільовий характер, тобто передбачає постановку та досягнення певних цілей; є вагомим засобом підвищення ефективності інвестиційної діяльності в довготерміновій перспективі, її координації та контролю, а також базою для прийняття управлінських рішень на всіх стадіях інвестиційного процесу.

Важливим обмеженням, що визначає напрям стратегічного управління при формуванні інвестиційної стратегії розвитку, є стадія життєвого циклу, в якій знаходиться галузь та (або) підприємства галузі. Кожній стадії життєвого циклу належить характерний їй рівень інвестиційної активності, напрями і форми інвестиційної діяльності, особливості формування інвестиційних ресурсів.

Так, стадія становлення характеризується безліччю управлінських криз, пов'язаних з необхідністю грамотного управління новою економічною одиницею. Що ж стосується фінансових труднощів, то тут в першу чергу відзначається нездатність нового підприємства генерувати грошові

кошти у необхідній для інвестування кількості, в той час як інвестиційна активність на даній стадії визначається потребами бізнесу саме в дорогих і довгострокових активах.

Тому, переважальним варіантом інвестиційної стратегії на даній стадії є інвестиційна стратегія становлення та поступового розвитку, що полягає в забезпеченні високих темпів реального інвестування та забезпеченні беззбитковості інвестиційної діяльності, шляхом формування власних інвестиційних ресурсів.

Для стадії зростання характерним є розширення обсягів реального інвестування та його диверсифікація, а також забезпечення норми мінімального прибутку, що дасть можливість беззбиткового існування підприємства.

Стадія розквіту передбачає нарощування потужностей, що ґрунтується на вливанні суттєвих засобів в додатковий оборотний капітал, в той час як завдання якісних зрушень вимагає істотних капітальних інвестицій в довгостроковий розвиток. На ній пропонується використовувати варіанти інвестиційної стратегії, пов'язані з диверсифікацією форм реального інвестування та формувати портфель фінансових інвестицій, що забезпечить приріст капіталу.

На стадії зрілості грошовий потік стабілізується, кошти залучаються тільки для підтримки поточної діяльності, зазвичай для цього достатньо прибутку. Прибуток, що залишився витрачається на інші цілі – виплату дивідендів, вкладення в активи інших підприємств.

Для стадії спаду (кризи) характерний ріст інвестиційної стійкості, збільшення кількості потенційних інвесторів за рахунок зниження невизначеності та підвищення моніторингу над ризиками. Збільшення контролю над ризиками веде до зниження граничної межі прибутковості і, значить, вимог до мінімальної ефективності розглянутих проєктів. Це розширює діапазон прийнятних проєктів, прискорює їх впровадження. Цій стадії характерний негативний вплив на інвестиційну політику: шляхом скорочення джерел фінансування – і, безпосередньо, шляхом зосередження зусиль і засобів у здійсненні планів по відновленню або утриманню ринкових позицій, наприклад шляхом здійснення демпінгової кампанії. Однак за умови ефективного менеджменту, галузь не затримається на стадії спаду та почне вживати ефективні заходи по відродженню бізнесу, що потребує додаткових капітальних вкладень.

Таким чином, реалізація інвестиційної політики розвитку легкої промисловості, що знаходиться на стадії старіння, може бути спрямована на ефективність процесу відродження, шляхом забезпечення своєчасної реновації активів, що амортизуються; «стисненням» портфеля фінансових інвестицій з ціллю підвищення рівня його доходності; дезінвестуванням капіталу з низькорентабельних інвестиційних об'єктів з забезпеченням мінімальних

його втрат; реінвестуванням капіталу з ціллю підтримки необхідного обсягу операційної діяльності.

Щодо зовнішніх факторів: є підстави вважати, що розвиненість ринку капіталу відіграє більш суттєву роль для галузі на стадії спаду. До прикладу, на неефективних ринках такі підприємства будуть переоцінені, що дозволить їм інвестувати на більш вигідних умовах.

Отже, формування та реалізація інвестиційної політики розвитку легкої промисловості є важливою для забезпечення ефективного сталого розвитку галузі. При її формуванні слід враховувати стадію життєвого циклу галузі та її підприємств, оскільки кожній стадії життєвого циклу характерні свої особливості та підходи до формування інвестиційної політики, яка націлена на сталий розвиток.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що інвестиційна стратегія розвитку є однією із найважливіших складових системи управління легкою промисловістю. У процесі її розробки та реалізації визначаються пріоритетні напрями та форми інвестиційної діяльності, суть формування інвестиційних ресурсів, послідовність етапів реалізації короткострокових та довгострокових цілей, межі можливої інвестиційної активності за напрями і формами інвестиційної діяльності, система формалізованих критеріїв.

Фази життєвого циклу чинять різний вплив на характер фінансових показників: позначається характер бізнесу, організація управління, ступінь невизначеності та перспективи розвитку. Отже, інвестиційна стратегія розвитку являє собою форму реалізації інвестиційної ідеології й інвестиційної політики в розрізі найбільш важливих аспектів інвестиційної діяльності на окремих етапах її здійснення. При формуванні і реалізації інвестиційної політики необхідно дотримуватись принципів сталого розвитку в контексті врахування соціальних, економічних і екологічних аспектів як в середині галузі так і за її межами та враховувати стадію життєвого циклу інвестиційної політики.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Виноградов В.В. История слов: около 1500 слов и выражений и более 5000 слов, с ними связанных / ред. Н. Ю. Шведова. М. : Толк, 1994. 1138 с.
2. Развитие. Философия: Энциклопедический словарь. М.: Гардарики. Под редакцией А.А. Ивина. 2004. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/1013 (дата звернення: 05.12.2019).
3. Юдин Э.Г. Развитие. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л.Ф.Ильичёв, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалёв, В.Г. Панов. 1983. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy (дата звернення: 05.12.2019).
4. Абушенко В.Л. Развитие: Всемирная энциклопедия: Философия М.: АСТ, Мн.: Харвест, Современный литератор, 2001. 1312 с.

5. Вініченко О.М. Характеристика, види та сутність розвитку підприємства. *Агросвіт*. 2015. № 15. С. 49–57.

6. Погорєлов Ю.С. Категорія розвитку та її експланаторний базис. Теоретичні та прикладні питання економіки. К., 2012. Вип. 27, т. 1. С. 30–34.

7. Розвиток : академічний тлумачний словник української мови (1970–1980). URL: <http://www.sum.in.ua/s/rozvytok> (дата звернення: 05.12.2019).

8. Гапоненко А.Л. Стратегическое управление : учебник для студ. ВУЗов. М. : Изд-во "ОМЕГА-Л". 2006. 464 с.

9. Селіверстова Л.С., Міх О.М. Інвестиційна політика підприємства в контексті забезпечення сталого розвитку країни. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.14

REFERENCES:

1. Vynogradov V.V. (1994) *Istoriya slov: okolo 1500 slov u vyrazheni y bolee 5000 slov, s nymy sviazannykh* [History of words: about 1,500 words and expressions and more than 5,000 words associated with them]. M. : Tolk.

2. Yvyna A.A. (ed.) (2004) *Razvytye. Fylosofiya: Entsyklopedycheskyi slovar*. M.: Hardaryky. [Development. Philosophy: Encyclopedic Dictionary]. Available at: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/1013 (accessed 05 December 2019).

3. Yudyn E.H. (1983) *Razvytye Fylosofskyi entsyklopedycheskyi slovar* [Development. Philosophical Encyclopedic Dictionary]. M.: Sovetskaia entsyklopedyia. Available at: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy (accessed 05 December 2019).

4. Abushenko V.L. (2001) *Razvytye: Vsemyrnaia entsyklopedyia* [Development: World Encyclopedia] Fylosyfiya M.: AST, Mn.: Kharvest, Sovremennyi lyterator.

5. Vinichenko O.M. (2015) *Kharakterystyka, vydy ta sutnist rozvytku pidpriumstva* [Characteristics, types and essence of enterprise development]. *Ahrosvit*. no. 15, pp. 49–57.

6. Pohorielov Yu.S. (2012) *Katehoriia rozvytku ta yii eksplenarnyi bazys* [The development category and its explanatory basis]. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky*. K., vol. 27, pp. 30–34.

7. *Rozvytok : akademichnyi tлумачnyi slovnyk ukrainskoi movy (1970–1980)*. Available at: <http://www.sum.in.ua/s/rozvytok> (accessed 05 December 2019).

8. Haponenko A.L. (2006) *Stratehycheskoe upravlenye* [Strategic management]. M. : Yzd-vo «ОМЕГА-Л».

9. Seliverstova L.S., Mikh O.M. (2019) *Investytsiina polityka pidpriumstva v konteksti zabezpechennia staloho rozvytku krainy* [Enterprise investment policy in the context of ensuring sustainable development of the country]. *Efektivna ekonomika*. no. 11. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.14

ПРОБЛЕМИ І НЕДОЛІКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЮВИХ ПРОГРАМ У СИСТЕМІ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

PROBLEMS AND DISADVANTAGES OF IMPLEMENTING PROJECTS OF STATE TARGET PROGRAMS WITHIN THE PROJECT MANAGEMENT SYSTEM OF UKRAINE

У статті визначено основні проблеми реалізації проектів міжнародної технічної допомоги в Україні. Метою статті є оцінка проблем і недоліків реалізації проектів міжнародної технічної допомоги і державних цільових програм в Україні у системі проектного управління економіки країни. Здійснено оцінку показників виконання державними замовниками державних цільових програм за період 2015–2018 років. Виявлено формальний характер виконання державними замовниками державних цільових програм. Визначено основні недоліки й системні проблеми реалізації проектів в межах виконання державних цільових програм. Виявлено взаємозв'язок вирішення проблем впровадження системи проектного управління розвитком національної економіки з організаційним та кадровим забезпеченням цього процесу. Наведено основні організаційні та кадрові проблеми. Запропоновано напрями підвищення результативності впровадження системи проектного управління розвитком національної економіки.

Ключові слова: проектне управління, міжнародна технічна допомога, державні цільові програми, моніторинг виконання проектів, державна служба, організаційне та кадрове забезпечення проектного управління, управлінська культура.

В статті определены основные проблемы реализации проектов международной тех-

нической помощи в Украине. Целью статьи является оценка проблем и недостатков реализации проектов международной технической помощи и государственных целевых программ в Украине в системе проектного управления экономики страны. Произведена оценка показателей выполнения государственных заказчиками государственных целевых программ за период 2015–2018 годов. Выявлено формальный характер исполнения государственным заказчиками государственных целевых программ. Определены основные недостатки и системные проблемы реализации проектов в рамках выполнения государственных целевых программ. Выявлена взаимосвязь решения проблем внедрения системы проектного управления развитием национальной экономики с организационным и кадровым обеспечением этого процесса. Приведены основные организационные и кадровые проблемы. Предложены направления повышения результативности внедрения системы проектного управления развитием национальной экономики.

Ключевые слова: проектное управление, международная техническая помощь, государственные целевые программы, мониторинг выполнения проектов, государственная служба, организационное и кадровое обеспечение проектного управления, управленческая культура.

УДК 338.242.2

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-67>

Юшков П.О.

аспірант

Класичний приватний університет

Yushkov Pavlo

Classic Private University

The study uses methods as induction and deduction, generalization, abstraction, explanation, classification, comparison and systematic approach, system and structural methods. The article identifies the main problems of implementation of international technical assistance projects in Ukraine. The performance of government target programs in 2015-2018 by state customers is estimated. The analysis of the results of the implementation of the state targeted programs, which are inherently a complex of various projects, showed that they are mostly formal in nature, characterized by scattered channeling of financial resources and unsatisfactory process of reporting the results, are not accompanied by public scrutiny. The main shortcomings and systemic problems of project implementation within the framework of the implementation of state targeted programs are identified. The correlation between the problems of implementation of the system of project management of the development of the national economy with the organizational and personnel support of this process is revealed. The basic organizational and personnel problems are presented. Most of the identified weaknesses in the implementation of the national economic development project management system are related to the organizational and personnel support of this process. Despite the implementation of certain measures to reform the public service, the level of maturity of the managerial culture in the field of state regulation is now significantly behind the business. The directions of increase of efficiency of introduction of system of project management of development of national economy are offered. In order to eliminate the problems identified, it is necessary to improve the quality and efficiency of the public service by: improving the processes of selection, evaluation, development of public servants, review and optimization of the salary system, formation of a positive image of the public service in order to attract highly qualified young specialists and optimization of the number of organizations the staff, amending the laws on the Cabinet of Ministers, on the Central Executive Committee, on the public service.

Key words: project management, international technical assistance, government target programs, project implementation monitoring, public service, project management organizational and human resources, management culture.

Постановка проблеми. Проектний підхід є найбільш доцільним інструментом вирішення проблем розвитку національної економіки, ефективність якого доведена світовою практикою. Характерними ознаками програм розвитку є їх комплексність, багатогранність, бюджетність та довготривалість. Реалізація програм передбачає багаторівневу послідовність робіт, взаємозалежність результатів всіх етапів їх реалізації, складність системи бюджетування, доцільність

та ефективність перерозподілу ресурсів. Одним з основних завдань досягнення запланованих показників сталого розвитку національної економіки є забезпечення ефективного та своєчасного контролю задоволення потреб населення країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Прийоми та засоби запровадження проектного менеджменту в систему муніципального управління вивчали О. Кавтиш, А. Гончарук, В. Молоканова, Л. Ричкіна, А. Чернихівська, І. Парфьонов та ін.

Ступінь готовності персоналу органів державної влади до впровадження проектного менеджменту в практичну діяльність досліджували Д. Безуглий та І. Руда. Проте низька результативність та ефективність реалізації проектів міжнародної технічної допомоги та проектів відповідно до державних цільових програм розвитку національної економіки зумовила додаткові дослідження основних недоліків і проблем реалізації проектів в межах виконання державних цільових програм, розробки напрямів підвищення ефективності проектної діяльності органів виконавчої влади, зокрема якості її кадрового забезпечення.

Постановка завдання. Метою статті є оцінка проблем і недоліків реалізації проектів міжнародної технічної допомоги і державних цільових програм в Україні у системі проектного управління економіки країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досвід розвинутих країн світу свідчить про високу ефективність проектного управління як засобу виходу з економічної кризи, вирішення виробничих, наукових і соціальних проблем. Досягнення цілей розвитку в чітко встановлені терміни та з урахуванням бюджетних обмежень створює можливість для забезпечення високої ефективності управління в умовах нестабільності та невизначеності.

Необхідність впровадження системи проектного управління розвитком національної економіки обумовлена падінням науково-технічного, технологічного й економічного потенціалу національного господарства, відсутністю реальних реформ, непослідовністю політики держави в соціально-економічній сфері, необхідністю підвищення рівня життя населення й забезпечення дотримання гарантованих державою соціальних стандартів. Використання проектних технологій забезпечує високу ефективність планування інвестицій, задоволення клієнтів, отримання конкурентних переваг, прозорість процесів управління, підвищення результативності й ефективності діяльності завдяки чіткому визначенню кількісних та якісних результатів реалізації певних заходів, термінів їх виконання, виконавців, джерел фінансування та механізмів реалізації.

Відповідно до проведених Мінекономрозвитку моніторингових реалізації проектів міжнародної технічної допомоги (МТД) у 2017 та 2018 роках, на думку бенефіціарів надана допомога позитивно позначається на соціально-економічному розвитку сфер та регіонів, а результати відповідають визначеним критеріям та їх потребам [5, с. 50]. Серед проблем і недоліків зазначено низьку виконавську дисципліну МОЗ, Мінприроди, ДАЗВ щодо подання моніторингових по проектах МТД (із 451 проекту МТД у 2017 році бенефіціарами не надано моніторинги по 152 проектах [6, с. 41]), а також затримка та відмова виконання платіжних доручень виконавців проектів банківськими установами, в яких запро-

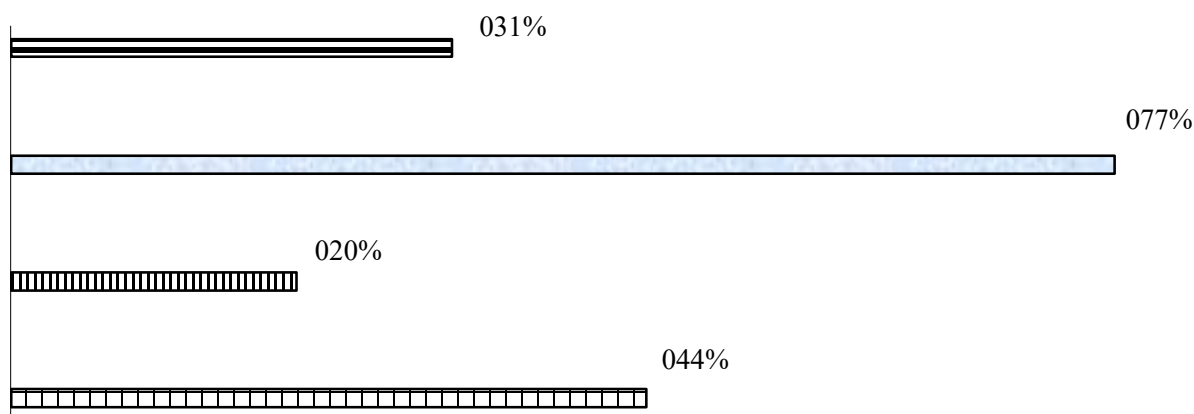
ваджено тимчасову адміністрацію або здійснюється ліквідація.

У 2018 році з метою проведення результатів використання отриманої міжнародної технічної допомоги та з метою підготовки інформаційно-аналітичного звіту щодо МТД, Мінекономрозвитку розроблено нову універсальну форму для подання моніторингових бенефіціарами [6, с. 41], яку було ухвалено Кабінетом Міністрів України майже через рік – 14 серпня 2019 року [8]. Попри численні поліпшення, що набули чинності з ухваленням зазначеної постанови (вдосконалення процедури залучення МТД, державної реєстрації та перереєстрації, використання та моніторингу МТД, обов'язковість оприлюднення інформації про отриману міжнародну технічну допомогу, спрощення процедур погодження бенефіціарами планів закупівель), вважаємо період проходження документу занадто затягнутим.

Проекти розвитку національної економіки, що реалізуються за рахунок коштів вітчизняних інвесторів та коштів державного бюджету, здебільшого є складовими державних цільових програм, чисельність яких, згідно прийнятих нормативно-правових актів протягом 2015–2018 років, дорівнювала 111, з яких 86 програм було схвалено постановами Кабінету Міністрів України, 25 – Законами України. При цьому достроково припинено Урядом 3 програми, не фінансувалось 16, за 12 програмами не подано звітів про виконання. Планові показники обсягів фінансування зазначених програм становили 420,25 млрд. грн, однак фактично профінансовано заходів на 110,78 млрд. грн, що становить 26,4% від запланованого обсягу [4].

Відповідно до звітних даних Мінекономрозвитку України про стан виконання державних цільових програм (ДЦП) за період 2015–2018 років 44,1% ДЦП не відповідають вимогам законодавства у сфері розроблення та виконання державних цільових програм, у 19,8% ДЦП обсяги використаних коштів не узгоджуються з показниками фінансової звітності, для 76,6% ДЦП державними замовниками не було здійснено аналіз ефективності їх виконання, для 30,6% ДЦП державним замовником-координатором не забезпечено збирання звітної інформації від державних замовників та виконавців програми (рис. 1).

Всупереч вимогам Порядку розроблення та виконання державних цільових програм (п. 29) [2] жодна програма не містила методики оцінки ефективності її виконання, яка повинна бути розроблена державним замовником з урахуванням специфіки програми та кінцевих результатів. Всупереч вимогам Закону України «Про державні цільові програми» (ст. 8) [1] державні замовники не здійснюють належного контролю за виконанням заходів та завдань програм, не забезпечують проведення роботи щодо пошуку не бюджетних джерел фінансування, Мінфін, Мінсоцполітики,



- Не забезпечено державним замовником-координатором збирання звітної інформації від державних замовників та виконавців програм
- Відсутність аналізу ефективності виконання програм
- ▣ Не узгодженість обсягів використання коштів з показниками фінансової звітності
- Не відповідність вимогам законодавства

Рис. 1. Показники виконання державними замовниками державних цільових програм за період 2015–2018 років

Джерело: складено автором на основі [4]

МОН, Мінприроди, Держенергоефективності не приймають участі у проведенні щорічного аналізу стану виконання програм.

Отже, серед системних недоліків виконання державних цільових програм зазначено:

- формальний характер державних цільових програм, що унеможлиблює забезпечення розв'язання найважливіших проблем розвитку держави, окремих галузей економіки або адміністративно-територіальних одиниць;

- не врахування в повному обсязі під час планування та використання коштів державного бюджету пріоритетності вирішення проблем, розпорошене спрямування фінансових ресурсів;

- не узгодження прогнозних обсягів фінансових ресурсів з реальними можливостями фінансування програм;

- відсутність методики оцінки ефективності виконання програм;

- формальний підхід з боку державних замовників до виконання вимог чинного законодавства у сфері розроблення та виконання державних цільових програм;

- відсутність контролю з боку громадськості;

- незадовільне звітування державних замовників про виконання програм: недотримання строків подання, інформація подається не в повному обсязі та не за всіма виконавцями [3].

Зазначені проблеми впровадження системи проектного управління розвитком національної економіки здебільшого пов'язані з організаційним та кадровим забезпеченням цього процесу. Попри реалізацію певних заходів щодо реформування дер-

жавної служби, таких як: внесення технічних змін до Закону України від 10 грудня 2015 року № 889-VIII «Про державну службу»; створення Комісії з питань вищого корпусу державної служби; організація процесу конкурсного відбору на посади державної служби; створення й функціонування веб-порталу вакансій державної служби; запуск порталу автоматизованого збору даних щодо кількісного складу державних службовців; розроблення Концепції впровадження інформаційної системи управління людськими ресурсами в державних органах та плану заходів щодо її реалізації; утворення Ради управління людськими ресурсами державної служби при НАДС; розроблення Концепції створення команди фахівців з питань реформ; впровадження в роботу органів державного управління сучасних інструментів оперативного моніторингу витрат на оплату праці працівників органів державного управління; оптимізація внутрішньої організаційної структури міністерств, шляхом виокремлення в їх апараті структурних підрозділів, відповідальних за якість формування державної політики, стратегічне планування та координацію реалізації відповідної політики; підвищення якості державних послуг [7], рівень зрілості управлінської культури в галузі державного регулювання суттєво відстає від бізнесу.

Серед основних організаційних та кадрових проблем, що потребують вирішення, фахівці зазначають:

- нечітку систему підзвітності та відповідальності ЦОВВ, надмірна централізація повноважень;

- бюрократичні бар'єри, складність процедур та погоджень;

- паперовий документообіг;
 - недосконалі організаційні структури, які не спроможні забезпечити якісний аналіз та формування державної політики у сферах відповідальності, та передбачають виконання непрофільних функцій;
 - незадовільний рівень горизонтальних комунікацій в міністерствах та між ними;
 - чітка ієрархія, директивність, дублювання функцій, безініціативність, фокусування уваги на виконавській дисципліні та підпорядкованості, що наразі не відповідає потребам сучасності;
 - неготовність державних службовців до змін;
 - відсутність прозорості системи управління, процесів розвитку, ефективного лідерства та професійного наступництва;
 - непрозора та складна система оплати праці, невідповідність зарплати ринковому рівню, система доплат та надбавок, що прив'язана до свят або стажу роботи;
 - надзвичайна складність процедури відбору персоналу, заангажованість конкурсів на посади, невідповідність професійних компетенцій членів комісій, що визначають переможця;
 - непривабливість держслужби для високопрофесійних експертів та молоді із-за її негативного іміджу на ринку праці та у суспільстві;
 - відсутність у керівників інструментів для формування власної команди;
 - відсутність системи практичної підготовки державних службовців за сучасними стандартами відповідно до реальних потреб та функцій, відсутність державного замовлення на підготовку фахівців;
 - невідповідність сучасним вимогам навчання в НАДУ, непрактичність і несистемність навчання, неактуальність знань;
 - традиційний формат кадрової служби та кадрового супроводження замість сучасної системи управління персоналом;
 - відсутність сучасних автоматизованих систем управління [3].
- Напрямами усунення виявлених недоліків упровадження системи проектного управління розвитком національної економіки повинні бути:
- створення корпусу професійних державних службовців;
 - створення комплексної системи оцінки діяльності державних службовців на основі ключових показників ефективності, що має прямий зв'язок з системою оплати праці та розвитком персоналу;
 - впровадження й розвиток сучасної культури лідерства, особистої відповідальності, горизонтальних комунікацій, делегування повноважень, наступництва, зворотного зв'язку;
 - формування позитивного іміджу держслужби;
 - створення сучасної системи розвитку професійних навичок та компетенцій персоналу, що враховує провідний світовий досвід;

– оптимізація організаційної структури державних органів та визначення оптимальної кількості персоналу;

– внесення змін до законів про Кабмін, про ЦОБВ, про держслужбу тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз результатів виконання державних цільових програм, що за своєю суттю є комплексом різноманітних проектів, показав, що вони мають здебільшого формальний характер, характеризуються розпорошеним спрямуванням фінансових ресурсів та незадовільним процесом звітування про отримані результати, не супроводжуються контролем з боку громадськості.

Більшість виявлених недоліків впровадження системи проектного управління розвитком національної економіки пов'язані з організаційним та кадровим забезпеченням цього процесу. Попри реалізацію певних заходів щодо реформування державної служби, рівень зрілості управлінської культури в галузі державного регулювання наразі суттєво відстає від бізнесу.

З метою усунення виявлених проблем необхідно підвищити якість та ефективність державної служби шляхом: удосконалення процесів відбору, оцінювання, розвитку державних службовців, перегляду й оптимізації системи заробітної плати, формування позитивного іміджу держслужби задля залучення висококваліфікованих молодих фахівців, оптимізації організаційної структури державних органів та визначення оптимальної кількості персоналу, внесення змін до законів про Кабмін, про ЦОБВ, про держслужбу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про державні цільові програми: Закон України від 18.03.2004 р. № 1621-IV. URL: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1621-15> (дата звернення: 05.12.2019).
2. Порядок розроблення та виконання державних цільових програм: Постанова Кабінету Міністрів України від 31 січня 2007 р. № 106. URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/106-2007-п> (дата звернення: 05.12.2019).
3. Бондар Р., Гончарук О., Пекар В., Прохоренко О., Семеніхін В., Семенюк О., Сорока С. Державне управління: перезавантаження. URL: <https://brdo.com.ua/news/derzhavne-upravlinnya-perezavantazhennya/> (дата звернення: 05.12.2019).
4. Державні цільові програми. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=DerzhavniTsiloviProgrami> (дата звернення: 05.12.2019).
5. Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні. За результатами проведеного Мінекономрозвитку моніторингу проектів у другому півріччі 2017 року. Київ: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, 2018. 41 с. URL: <https://issuu.com/mineconomdev/docs/56c437e7fab084> (дата звернення: 05.12.2019).

6. Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні. За результатами проведеного Мінекономрозвитку моніторингу проектів у першому півріччі 2018 року. Київ: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, 2018. 53 с. URL: <https://issuu.com/mineconomdev/docs/2018> (дата звернення: 05.12.2019).

7. Нова державна служба: європейська модель належного управління для України. URL: <http://www.center.gov.ua/blog/item/1873-нова-державна-служба-європейська-модель-належного-управління-для-України> (дата звернення: 05.12.2019).

8. Уряд вдосконалив моніторинг проектів міжнародної технічної допомоги. URL: <https://news.dtki.ua/accounting/reposts/57119> (дата звернення: 05.12.2019).

REFERENCES:

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (2004), The Law of Ukraine "On state targeted programs", available at: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1621-15> (accessed 5 December 2019).

2. Cabinet of Ministers of Ukraine (2007), "Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine " Procedure for development and implementation of state targeted programs", available at: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/106-2007-п> (accessed 5 December 2019).

3. Bondar, R., Honcharuk, O., Pekar, V., Prokhorenko, O., Semenikhin, V., Semeniuk, O., Soroka, S. (2017), "Public administration: restart", available at:

<https://brdo.com.ua/news/derzhavne-upravlinnya-perezavantazhennya/> (accessed 5 December 2019).

4. TheofficialsiteofMinistryofEconomicDevelopment and Trade of Ukraine (2018), "State targeted programs", available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=DerzhavniTsiloviProgrami> (accessed 5 December 2019).

5. The official site of Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine (2018), "Information on international technical assistance provided to Ukraine. According to the results of the Ministry of Economic Development monitoring of projects in the second half of 2017", available at: <https://issuu.com/mineconomdev/docs/56c437e7fab084> (accessed 5 December 2019).

6. The official site of Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine (2019), "Information on international technical assistance provided to Ukraine. According to the results of the Ministry of Economic Development monitoring of projects in the first half of 2018", available at: <https://issuu.com/mineconomdev/docs/2018> (accessed 5 December 2019).

7. The official site of The New Public Service (2018), "The New Public Service: European model of good governance for Ukraine", available at: <http://www.center.gov.ua/blog/item/1873-нова-державна-служба-європейська-модель-належного-управління-для-України> (accessed 5 December 2019).

8. Theofficialsiteofdebitcredit(2019), "TheGovernment has improved the monitoring of international technical assistance projects", available at: <https://news.dtki.ua/accounting/reposts/57119> (accessed 5 December 2019).

АНАЛІЗ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ НАСЕЛЕННЯ
В ОКРЕМИХ ПРОДУКТАХ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІANALYSIS OF THE SATISFACTION LEVEL OF THE POPULATION
NEEDS IN FOOD PRODUCTS IN UKRAINE

Стаття присвячена дослідженню рівня задоволення потреб населення в окремих продуктах харчування за допомогою визначення співвідношення та порівняння розрахованих дослідним шляхом показників та відповідних норм споживання за даними МОЗ України. За результатами дослідження було сформовано рекомендації щодо пріоритетних напрямків забезпечення населення продукцією харчової галузі. Доведено, що однією з найголовніших складових національної безпеки є продовольча безпека держави, що визначає рівень забезпеченості населення основними продуктами харчування власного виробництва. Зазначено, що це є одним з найважливіших пріоритетів державного управління, оскільки є базовою фізіологічною потребою населення країни. Тому, з метою вирішення даної задачі для визначення добової енергетичної цінності раціону людини, в рамках забезпечення продовольчої безпеки держави, за даними розрахунків та узагальнень статистичної інформації було обчислено споживання населенням основних продуктів харчування за регіональною ознакою та їхнім походженням.

Ключові слова: забезпеченості населення, норми споживання, продовольча безпека, продукти харчування, рівень задоволення, ринок продуктів харчування.

Стаття посвящена исследованию уровня удовлетворения потребностей населения в

отдельных продуктах питания с помощью определения соотношения и сравнения рассчитанных опытным путем показателей и соответствующих норм потребления по данным Минздрава Украины. По результатам исследования были сформированы рекомендации по приоритетным направлениям обеспечения населения продукцией пищевой отрасли. Доказано, что одной из главных составляющих национальной безопасности является продовольственная безопасность государства, что определяет уровень обеспеченности населения основными продуктами питания собственного производства. Указано, что это является одним из важнейших приоритетов государственного управления, поскольку есть базовой физиологической потребностью населения страны. Поэтому, с целью решения данной задачи для определения суточной энергетической ценности рациона человека, в рамках обеспечения продовольственной безопасности государства, по данным расчетов и обобщений статистической информации было вычислено потребление населением основных продуктов питания по региональному признаку и их происхождению.

Ключевые слова: обеспеченности населения, нормы потребления, продовольственная безопасность, продукты питания, уровень удовлетворения, рынок продуктов питания.

УДК 338.439

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.47-68>

Папаїка І.О.

здобувач відділу макроекономіки та державного управління

Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій

Parayika Igor

Black Sea Research Institute of Economics and Innovation

The article is devoted to the study of the satisfaction level of the population's needs in individual food products by determining the ratio and comparing empirically calculated indicators and relevant consumption standards according to the Ministry of Health of Ukraine. The main goal of this paper is to form recommendations in choosing of priority areas for providing the population with food industry products. It is indicated that this is one of the most important priorities of public administration, since there is a basic physiological need of the country's population. Therefore, in order to solve this problem to determine the daily energy value of the human diet, in the framework of ensuring the food security of the state, according to the calculations and generalizations of statistical information, the consumption of basic foodstuffs by the population was calculated based on regional characteristics and their origin. Based on data on the average annual population during the reporting period, the average consumption of each product in Ukraine as a whole was calculated using the weighted arithmetic formula, and the level of security was determined by comparing the obtained values with the recommended ones. The novelty of the research is that they have systematized and formed the scientific and practical approach to the analysis of foodstuffs regional consumption, which, unlike the existing ones, allows to substantiate the quality of classification by means of silhouette. The calculations performed indicate that behind the vast majority of food products in 2017, their consumption by the population was significantly lower than the recommended norms, which negatively affects the provision of food security of the state. Evaluation of the variation of the studied traits using quadratic coefficients showed that the calculated average values characterize the input data well. The scientific value of the obtained results is that the author forms recommendations on priority directions of providing the population with food products.

Key words: food supply of the population, consumption standards, food security, food, level of satisfaction of the population, food market.

Постановка проблеми. Пріоритетна роль харчової галузі в забезпеченні економічного розвитку будь-якої держави зумовлюється необхідністю забезпечення соціальних стандартів якості життя всіх верств населення не нижче рівня біологічних потреб; особливостями відтворення трудових ресурсів; високою інтеграцією галузі в систему міжгалузевих зв'язків; формуванні системи стійких конкурентних переваг не тільки на внутрішньому ринку, але й на міжнародних ринках.

В той же час, сучасні приклади торгівельних війн між США та КНР є яскравим свідченням того, що надмірна глобалізація бізнесу сприймаються про-

відними державами світу, як загроза їхній національній безпеці. Як свідчить сучасний досвід, неконтрольована залежність від зовнішніх факторів в умовах відкритої економіки, призводить до високого рівня невизначеності та невиправданого економічного ризику.

Саме тому, на сьогоднішній день на міжнародних ринках відбувається пошук нових станів рівноваги між глобальними процесами лібералізації всіх сфер відносин та політики протекціонізму внутрішніх ринків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки Україна стикалась зі значною

Таблиця 1

**Середньомісячне споживання основних продуктів харчування
в розрахунку на 1 особу по областях України за даними 2017 р., кг.**

Області	М'ясо	Молоко	Яйця, шт.	Риба	Цукор	Олія	Картопля	Овочі	Фрукти	Хліб
Вінницька	4,9	19,8	21	1,7	3,1	1,7	8,7	9,4	3,4	9,5
Волинська	4,7	18,8	19	1,4	2,7	1,6	8,4	7,9	2,7	8,2
Дніпропетровська	5,3	18,7	21	1,4	2,8	1,4	5,7	9,2	4,0	7,8
Донецька	5,8	19,7	22	1,5	3,1	1,7	5,9	8,9	3,7	9,2
Житомирська	4,6	19,3	18	1,4	2,9	1,6	7,5	7,4	2,7	9,2
Закарпатська	4,6	18,2	17	0,8	3,0	1,8	6,2	8,6	3,4	9,9
Запорізька	4,5	14,3	18	1,3	2,6	1,2	5,8	9,2	3,7	7,5
Івано-Франківська	3,7	27,7	17	0,8	3,3	1,7	9,0	10,9	3,6	9,8
Київська	4,0	18,0	18	1,2	2,0	1,3	5,2	6,8	2,9	7,1
Кіровоградська	4,8	17,2	18	1,4	2,8	1,4	6,4	8,6	2,9	8,8
Луганська	4,3	16,8	18	1,0	3,1	1,3	5,0	7,9	2,9	7,4
Львівська	4,2	23,3	20	0,9	2,6	1,8	7,6	8,3	3,8	7,9
Миколаївська	4,4	17,1	19	1,4	2,5	1,4	5,9	9,1	3,3	8,5
Одеська	5,1	16,7	20	1,5	2,8	1,4	6,1	9,3	4,4	8,7
Полтавська	4,9	18,7	20	1,4	2,6	1,2	7,3	9,3	3,4	8,5
Рівненська	4,7	18,2	19	1,4	2,6	1,6	6,5	6,0	2,5	8,2
Сумська	4,8	17,6	19	1,3	3,1	1,4	6,5	8,3	2,8	9,0
Тернопільська	4,1	23,8	21	1,0	2,5	1,7	7,7	8,7	3,6	7,8
Харківська	5,1	19,1	20	1,3	2,6	1,3	5,5	8,3	3,7	7,9
Херсонська	4,8	16,1	20	1,6	3,2	1,5	6,2	8,6	3,8	9,6
Хмельницька	3,6	20,7	18	1,3	2,6	1,8	7,4	8,2	2,8	9,2
Черкаська	4,4	17,0	20	1,7	3,2	1,6	6,2	8,7	3,5	9,5
Чернівецька	3,5	20,4	17	0,9	2,9	1,7	5,5	8,9	2,9	8,8
Чернігівська	5,1	21,4	20	1,5	3,2	1,7	8,3	9,2	4,0	9,6
Київ	5,5	20,8	22	1,5	2,4	1,3	4,3	8,1	6,0	6,5
Рекомендована норма споживання за даними МОЗ	6,7	31,7	24,2	1,7	3,2	1,1	10,3	13,4	7,5	8,4

Джерело: розроблено автором

Таблиця 2

**Результати оцінки рівня задоволення потреб населення України
в продуктах харчування за даними 2017 р.**

Продукти	Олія	Хліб	Цукор	Яйця	Риба	М'ясо	Овочі	Картопля	Молоко	Фрукти
Середній обсяг споживання, кг	1,5	8,4	2,8	19,7	1,3	4,8	8,6	6,3	19,2	3,6
Рівень задоволення потреб, %	139,1	99,8	88,2	81,5	79,0	71,6	64,0	61,4	60,7	48,5
Коефіцієнт варіації, %	13,1	11,1	11,0	7,9	18,7	12,8	10,0	18,9	13,5	22,0

Джерело: розроблено автором

кількістю зовнішніх військових, економічних та політичних загроз, які безпосередньо впливали на основи національної безпеки. Тому, теоретичними питаннями забезпечення її належного рівня активно займалися провідні вітчизняні науковці, а реалізація практичних засад відбувалась на основі відповідної законодавчої бази.

Проблемами розвитку харчової промисловості займалися багато вітчизняних науковців, таких як: Божидай І. [1], Власов В.І., Саблук В.П., Лисак М.А. [2], Козловський С.В. [3], Олійник В. [4], Сидоренко О. [5], Скидан О.В. [6], та інші. Основна увага в дослідженнях приділялась питанням забезпечення продовольчої безпеки держави. Згідно до [7-9], головним її фактором

є показник обсягів споживання населенням продуктів харчування.

Постановка завдання. Зважаючи на те, що за регіональною ознакою структура споживання є неоднорідною як за кількісним так і за якісним складом, дана проблема є актуальною та потребує наукового вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з найголовніших складових національної безпеки є продовольча безпека держави, що визначає рівень забезпеченості населення основними продуктами харчування власного виробництва [1]. Це є одним з найважливіших пріоритетів державного управління, оскільки є базовою фізіологічною потребою населення країни.

Адаптація вітчизняного законодавства до зарубіжних стандартів якості дозволило українським товаровиробникам не тільки забезпечити потреби внутрішнього ринку якісною продукцією харчової промисловості та стимулювати розвиток сільського господарства, але й успішно конкурувати на зовнішніх ринках.

Однак, в умовах низької купівельної спроможності при забезпеченні продовольчої безпеки, держава стикається з проблемою нерівного доступу різних верств населення до продуктів харчування.

Незважаючи на те, що продукти харчування є предметами першої необхідності, що відрізняються низькою еластичністю за ціною, значна частка витрат у сукупних доходах домогосподарств на продовольчі товари вимушує найбільш незахищені верстви населення економити на якісних продуктах харчування: скорочувати обсяги їхнього споживання та використовувати більш дешеві й сумнівні товари-замінювачі.

Згідно [10], для визначення добової енергетичної цінності раціону людини, в рамках забезпечення продовольчої безпеки держави, органи статистики ведуть облік споживання населенням основних продуктів харчування за регіональною ознакою та їхнім походженням, кг:

1. До першої групи продуктів тваринного походження належать: м'ясо та м'ясопродукти (x_1); молоко та молочні продукти (x_2); яйця (x_3); риба та інші морепродукти (x_4);

2. До другої групи продуктів рослинного походження належать: цукор (x_5); олія (x_6); картопля (x_7); овочі та баштанні (x_8); фрукти, виноград та ягоди (x_9); хліб та хлібобулочні вироби (x_{10}).

Статистика середньомісячних обсягів споживання зазначених продуктів харчування по областях України, за даними 2017 р., наведена в табл. 1.

Таблиця 1 також містить дані про рекомендовані, за даними МОЗ України, норми споживання вказаних продуктів харчування.

Тоді, маючи дані про середньорічну чисельність наявного населення протягом звітного періоду, маємо можливість обчислити середній обсяг споживання кожного продукту по Україні в цілому, за формулою арифметичної зваженої, та визначити рівень забезпеченості шляхом порівняння отриманих значень з рекомендованими.

$$\bar{x}_j = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ij} f_i}{\sum_{i=1}^n f_i}, \text{ для кожного } j = 1 \dots 10, \quad (1)$$

Де \bar{x}_j – середньомісячний обсяг споживання j -ого продукту харчування в розрахунку на 1 особу по Україні в цілому, кг; x_{ij} – обсяг споживання j -ого продукту харчування в i -ому регіоні, кг; f_i – середньорічна чисельність населення i -ого регіону, осіб; n – кількість регіонів України.

Рівень задоволення потреб населення в окремих продуктах харчування буде визначатись шляхом ділення розрахованих \bar{x}_j на відповідні норми споживання за даними МОЗ України.

З загальної теорії статистики також відомо, що ступінь розповсюдження окремого явища в певному середовищі не може бути визначений лише середнім рівнем вивчаємих показників. Для оцінки достовірності значень середніх застосовують показники варіації. В нашому випадку використовувався квадратичний коефіцієнт варіації, граничне значення якого не повинно перевищувати 33,3%.

$$K_j = \frac{\sigma_j}{\bar{x}_j} \times 100\% = \frac{\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_j)^2 f_i}{\sum_{i=1}^n f_i}}}{\bar{x}_j} \times 100\%, \quad (2)$$

Де K_j , σ_j – відповідно, квадратичний коефіцієнт варіації та середнє квадратичне відхилення за j -им продуктом харчування.

Підсумкові результати оцінки рівня задоволення потреб населення в продуктах харчування, за формулами (1)-(2), наведені в табл. 2.

Як видно з табл. 2, лише споживання олії, в розрахунку на 1 особу, перевищує рекомендований обсяг на +39,1%. Споживання хлібу та хлібобулочних виробів знаходиться майже в межах норми (-0,2%). При цьому, значення коефіцієнтів варіації для вказаних товарів, є одним з найнижчих, що свідчить про більш-менш рівномірне споживання цих продуктів за територіальною ознакою.

До товарів з відставанням від рекомендованих норм на 10–20% належать: цукор (-11,8%), яйця (-18,5%) та риба (-21,0%). Причому, коефіцієнт варіації $K_4 = 18,7\%$ є найвищим серед них. Це свідчить про певну диференціацію споживання риби та інших морепродуктів за регіональною ознакою. Так, найменший обсяг споживання був притаманний Івано-Франківській області – 0,8 кг на 1 особу щомісяця; найбільший – Вінницькій та Черкаській областям – по 1,7 кг.

Всі інші товари, з переліку основних, характеризуються значним відставанням в обсягах споживання від рекомендованих норм, в межах від 30% і вище. Найгірша ситуація з забезпеченням продуктами харчування, склалась для молока та молочних продуктів (-39,3%) й фруктів, винограду та ягід (-51,5%). Причому, саме для фруктів коефіцієнт варіації є найбільшим і складає $K_9 = 22,0\%$, що свідчить про високий розмах вивчаємої ознаки: у Рівненській області обсяг споживання становить лише 2,5 кг на 1 особу щомісяця, або 33,3% від нормативу, а в Києві – 6 кг.

Висновки з проведеного дослідження. Проведені розрахунки свідчать про те, що за переважною більшістю продуктів харчування у 2017 р.

обсяги їхнього споживання населенням значно поступались рекомендованим нормам, що негативно впливає на забезпечення продовольчої безпеки держави. Оцінка варіації вивчаємих ознак за допомогою квадратичних коефіцієнтів засвідчила, що розраховані середні показники добре характеризують вхідні дані, оскільки $K_j \leq 33,3\%$ для всіх $j = 1 \dots 10$.

Однак, за результатами проведеного статистико-економічного аналізу ми не маємо можливості визначити найбільш проблемні, або найкраще забезпечені харчовими продуктами регіони.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Божидай І. Кластеризація агропромислових підприємств України як основа ефективного стратегічного управління. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2019. Vol. 5. No. 2. Pp. 86–98. URL: <http://are-journal.com> (дата звернення: 10.10.2019).

2. Власов В.І., Саблук В.П., Лисак М.А. Методичні підходи щодо оцінки продовольчої безпеки країни. *Економіка АПК*. 2009. № 8. С. 43–45.

3. Козловський С.В. Інструменти продовольчої безпеки та соціального захисту населення в умовах кризових явищ економік світу. *Кримський економічний вісник*. 2012. № 1(01). Ч. 1. С. 266–269.

4. Олійник В. Державне регулювання у сфері забезпечення продовольчої безпеки: зарубіжний досвід. *Державне управління та місцеве самоврядування* : зб. наук. праць. 2012. Вип. 1 (12). URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_01\(12\)/12ovobzd.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_01(12)/12ovobzd.pdf). (дата звернення: 10.10.2019).

5. Сидоренко О. Продовольча безпека України неможлива без державного регулювання АПК. *Економіст*. 2012. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_01\(12\)/12ovobzd.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_01(12)/12ovobzd.pdf) (дата звернення: 10.10.2019).

6. Скидан О.В. Продовольча безпека як пріоритет регіональної аграрної політики. *Економіка України*. 2004. № 3. С. 53–60.

7. Методика визначення основних індикаторів продовольчої безпеки: Постанова Кабінету Міністрів України від 5.12.2007 р. № 1379. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1379-2007-%D0%BF> (дата звернення: 10.10.2019).

8. Закон України «Про продовольчу безпеку» № 4227–VI від 22.12.2011 року. (дата звернення: 10.10.2019).

9. Піскунова О. В. Кластерний аналіз у моделюванні продовольчої безпеки на регіональному рівні. *Вісник Київського національного університету імені*

Тараса Шевченка. Економіка. К. Київський університет, 2014. № 9(162). С. 82–89.

10. Наказ МОЗУ «Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах і енергії» №1073 від 03.09.2017 р. (дата звернення 10.10.2019)

REFERENCES:

1. Bozhiday I. (2019). Clustering of agro-industrial enterprises of Ukraine as a basis for effective strategic management. *Agricultural and Resource Economics: An International Scientific E-Journal*. Vol. 5. no. 2. pp. 86–98. URL: <http://are-journal.com> (accessed 10 October 2019).

2. Vlasov V.I., Sabluk V.P., Lisak M.A. (2009). Methodical approaches to assessing food security of the country. *APK economy*. no. 8. pp. 43–45.

3. Kozlovsky S.V. (2012). Instruments of Food Security and Social Protection of the Population in Crisis Phenomena of the Economies of the World / S.V. Kozlovsky, E.A. Kireeva. *Crimean Economic Bulletin*. no. 1 (01) December. - Part 1 - pp.266 – 269.

4. Oliynyk V. (2012). State regulation in the field of food security: foreign experience / V. Oliynyk // Collection of scientific works Public administration and local self-government. – Vol. 1(12) [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_01\(12\)/12ovobzd.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2012/2012_01(12)/12ovobzd.pdf) (accessed 10 October 2019).

5. Sidorenko O. (2012). Food security of Ukraine is impossible without state regulation of agro-industrial complex // *Ukrainian Journal of Economist*. [Electronic resource] – Access mode: <http://ua-ekonomist.com/216-prodovolcha-bezpeka-ukrayini-nemozhлива-bez-derzhavnogo-regulyuvannya-apk.html> (accessed 10 October 2019).

6. Skidan O.V. (2004). Food security as priority of regional agrarian policy. *Ukraine economy*. No. 3, pp. 53–60.

7. Methods of determining the main indicators of food security: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine # 1379 dated December 5, 2007 [Electronic resource] – Access mode: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1379-2007-%D0%BF> (accessed 10 October 2019).

8. Law of Ukraine "On food security". (2011) No. 4227–VI of December 22, 2011. (accessed 10 October 2019).

9. Piskunova, O.V. (2014). Cluster analysis in modeling of regional food security / Piskunova O.V., Osipova O.I. // *Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy*. – K. Kyiv University, no. 9(162). – pp. 82–89.

10. Nakaz MOZ Ukrayiny "On approval of the Norms of physiological needs of the population of Ukraine in basic nutrients and energy" no. 1073 of September 3, 2017. (accessed 10 October 2019).

Наукове видання

ПРИЧОРНОМОРСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ

Науковий журнал

Випуск 47
Частина 1

Коректура • *Ю. Никитенко*

Комп'ютерна верстка • *І. Стратій*

Формат 60x84/8. Гарнітура Arimo.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 21,96. Ум. друк. арк. 22,79.

Підписано до друку 13.12.2019. Наклад 100 прим.

ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»

Адреса: вул. Інглезі, 6/1, м. Одеса, Україна, 65101

E-mail: info@iei.od.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 5218 від 22.09.2016 р.